

**ANALISIS SALURAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TANDAN BUAH
SEGAR KELAPA SAWIT RAKYAT DI DESA PARHUNDALIAN
JAWADIPAR KECAMATAN HATONDUHAN KABUPATEN
SIMALUNGUN**

SKRIPSI

OLEH

**MELINI PUTRIANA SIRAIT
188220134**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 13/7/23

Access From (repository.uma.ac.id)13/7/23

**ANALISIS SALURAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TANDAN BUAH
SEGAR KELAPA SAWIT RAKYAT DI DESA PARHUNDALIAN
JAWADIPAR KECAMATAN HATONDUHAN KABUPATEN
SIMALUNGUN**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 13/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)13/7/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Saluran Dan Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa
Sawit Rakyat Di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan
Kabupaten Simalungun

Nama : Melini Putriana Sirait

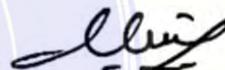
NPM : 188220134

Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing



Ir. Azwana, MP
Pembimbing I



Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc
Pembimbing II

Diketahui Oleh:



Dr. H. Lutheri Noer, MP
Dekan Fakultas Pertanian



Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 24 Juni 2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademi Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Melini Putriana Sirait

NIM : 188220134

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “Analisis Saluran Dan Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Rakyat Di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 23 Juni 2023

Yang menyatakan



Melini Putriana Sirait

ABSTRAK

Kelapa sawit tidak pernah lepas dari adanya sistem perdagangan atau pemasaran, dimana suatu produk mengalir dari petani atau produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Oleh sebab itu, pedagang perantara maupun pedagang besar bebas menetapkan harga sesuai dengan aktivitas sistem perdagangan yang dijalankan dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Tujuan penelitian untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share*, dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Disproportionate Stratified Random Sampling* dengan menggunakan rumus Slovin. Sampel yang diambil sebanyak 31 yang terdiri atas 23 sampel petani kelapa sawit, 5 pedagang besar, dan 3 pabrik kelapa sawit (PKS). Sampel petani kelapa sawit rakyat yaitu petani yang memiliki luas lahan antara 1 – 10 Ha dan merupakan milik sendiri. Hasil penelitian memperlihatkan ada 2 (dua) pola saluran pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun yaitu saluran I terdiri dari petani langsung ke pabrik kelapa sawit (PKS), sedangkan saluran II terdiri dari petani ke pedagang besar sampai ke pabrik kelapa sawit (PKS). Margin pemasaran kelapa sawit pada saluran I sebesar Rp 0/Kg lebih kecil daripada saluran II sebesar Rp 134/Kg dan *farmer's share* pada saluran pemasaran I sebesar 100% dan saluran pemasaran II sebesar 94%. Nilai efisiensi saluran pemasaran I sebesar 8% lebih efisien daripada saluran II sebesar 9%.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, *Farmer's Share*, Efisiensi Pemasaran, Kelapa Sawit

ABSTRACT

Palm oil is never separated from the existence of a trading or marketing system, where a product flows from farmers or producers to the hands of the final consumer. Therefore, intermediary traders and large traders are free to set prices according to the activities of the trading system that is carried out and aims to make a profit. The purpose of the study was to determine marketing channels, marketing margins and farmer's share, and to determine the marketing efficiency of smallholder oil palm in Parhundalian Jawadipar Village, Hatonduhan District, Simalungun Regency. The sampling method is carried out by the Disproportionate Stratified Random Sampling method using the Slovin formula. The samples taken were 31 consisting of 23 samples of oil palm farmers, 5 large traders, and 3 mills. The sample of smallholders is smallholders who have a land area between 1-10 ha and are their own. The results showed that there were 2 (two) patterns of smallholder oil palm marketing channels in ParhundalianJawadipar Village, Hatonduhan District, Simalungun Regency, namely channel I consisting of farmers directly to the palm oil mill (PKS), while channel II consisted of farmers to wholesalers to palm oil mills (PKS). The palm oil marketing margin on channel I of Rp 0/Kg is smaller than that of channel II of Rp 134/Kg and farmer's share in marketing channel I of 100% and marketing channel II of 94%. The efficiency value of marketing channel I is 8% more efficient than channel II by 9%.

Keywords: Marketing Channel, Marketing Margin, Farmer's Share, Marketing Efficiency, Palm Oil

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 02 Januari 2000 di Desa Siranga-Ranga, Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. Penulis anak keempat dari 5 (lima) bersaudara yang merupakan putri dari ayahanda Hendri Sirait dan Ibunda Rawati Sinaga.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 094139 Jongginihuta, Sekolah Menengah Pertama di SMP Sw RK Budi Mulia Pematangsiantar, dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Pematangsiantar.

Pada bulan September 2018 penulis terdaftar sebagai mahasiswi Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada Program Studi Agribisnis. Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Rumah Produksi Kopi Saabas Sinaman II. Kec. Pam. Sidamanik Kab. Simalungun dari bulan Agustus sampai dengan September pada tahun 2021.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Rakyat di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun”**.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan Strata satu (S-1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Zulheri Noer, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Ir. Azwana, MP selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
3. Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah banyak memberikan ilmu serta pelayanan yang baik kepada penulis.
5. Kedua orangtua tercinta dan terkasih Ayahanda Hendri Sirait dan Ibunda Rawati Sinaga yang telah memberikan kasih sayang, dorongan, motivasi, semangat dan do'a tulus yang tiada henti bagi penulis.
6. Kakak, Abang dan Adik tercinta dan terkasih Elfridawati Sirait, Hermanto Sirait, Sry Juliany Sirait, S.Pd dan Erwin Tua Sirait yang telah memberi semangat dan dorongan bagi penulis.

7. Teman saya Maria Lubis, Octaviani Panjaitan, One Three Dalimunthe, Winda Saputriani Saragih yang telah memberi semangat dan dorongan kepada penulis.
8. Rekan-rekan mahasiswa khususnya Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu, dukungan dan motivasi kepada penulis.
9. Semua pihak yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan, kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik dalam segi penyajian maupun segi ilmiahnya. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari berbagai pihak yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini berguna bagi pembaca secara umum dan penulis secara khusus. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Medan, 23 Juni 2023



Melini Putriana Sirait

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Kerangka Pemikiran.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Kelapa Sawit (<i>Elaeis guineensis</i> J.).....	12
2.2. Perkebunan Kelapa Sawit Swadaya.....	13
2.3. Pemasaran.....	14
2.4. Saluran Pemasaran.....	16
2.5. Marjin Pemasaran.....	18
2.6. Biaya Pemasaran.....	19
2.7. <i>Farmer's Share</i>	20
2.8. Efisiensi Pemasaran.....	20
2.9. Penelitian Terdahulu.....	22
III. METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.2. Populasi dan Sampel.....	26
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4. Metode Analisis Data.....	27
3.5. Definisi Operasional.....	30
3.5.1. Batasan Operasional.....	32
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	33
4.1. Lokasi dan Letak Daerah Penelitian.....	33
4.2. Karakteristik Responden.....	35
4.2.1. Umur Responden.....	35
4.2.2. Jenis Kelamin.....	36

4.2.3. Tingkat Pendidikan Petani.....	37
4.2.4. Pengalaman Bertani Petani.....	38
4.2.5. Jumlah Tanggungan Keluarga.....	40
4.2.6. Luas Lahan Petani.....	41
4.2.7. Pendapatan Petani.....	42
4.3. Karakteristik Lembaga Pemasaran.....	42
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
5.1. Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Di Desa Parhundialian Jawadipar.....	45
5.1.1. Saluran Pemasaran I.....	46
5.1.2. Saluran Pemasaran II.....	48
5.1.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran.....	51
5.2. Biaya Pemasaran Kelapa Sawit.....	53
5.2.1. Biaya Pemasaran Petani Pada Saluran Pemasaran I Di Desa Parhundialian Jawadipar.....	53
5.2.2. Biaya Pemasaran Petani Pada Saluran Pemasaran II.....	54
5.2.3. Biaya Pemasaran Pedagang Besar Di Desa Parhundialian Jawadipar.....	56
5.3. Marjin Pemasaran & <i>Farmer's Share</i> Kelapa Sawit.....	57
5.3.1. Marjin Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Parhundialian Jawadipar.....	57
5.3.2. <i>Farmer's Share</i> Kelapa Sawit Di Desa Parhundialian Jawadipar.....	59
5.4. Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit.....	61
5.5. Pembahasan.....	62
5.5.1. Saluran Pemasaran.....	62
5.5.2. Marjin Pemasaran & <i>Farmer's Share</i>	64
5.5.3. Efisiensi Pemasaran.....	66
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
6.1. Kesimpulan.....	68
6.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1	Luas Tanaman dan Produksi Kelapa Sawit Tanaman Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten/Kota di Sumatera Utara Tahun 2020.....	3
2	Produksi Komoditi Perkebunan Rakyat di Kabupaten Simalungun Tahun 2018-2021.....	4
3	Luas Tanaman dan Produksi Menurut Jenis Tanaman Perkebunan Rakyat di Kecamatan Hatonduhan Tahun 2019.....	5
4	Data Jumlah Petani dan Luas Lahan Kelapa Sawit Rakyat Menurut Desa di Kecamatan Hatonduhan Tahun 2021.....	6
5	Perbedaan Harga yang diterima Petani Produsen.....	7
6	<i>Metode Disproportionate Stratified Random Sampling</i> (acak) menggunakan rumus Slovin berdasarkan jumlah populasi dan sampel.....	27
7	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
8	Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian.....	34
9	Karakteristik Sampel Pedagang Besar di Desa Parhundalian Jawadipar.....	43
10	Fungsi-Fungsi Pemasaran TBS Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran Di Desa Parhundalian Jawadipar.....	51
11	Biaya Pemasaran Petani Pada Saluran Pemasaran I.....	54
12	Biaya Pemasaran Petani Pada Saluran Pemasaran II.....	55
13	Biaya Pemasaran Pedagang Besar Pada Saluran Pemasaran II.....	56
14	Marjin Pemasaran Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I Di Desa Parhundalian Jawadipar.....	57
15	Marjin Pemasaran Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II Di Desa Parhundalian Jawadipar.....	58
16	<i>Farmer's Share</i> Pemasaran Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I Di Desa Parhundalian Jawadipar.....	59

17	<i>Farmer's Share</i> Pemasaran Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II Di Desa Parhundalian Jawadipar.....	60
18	Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I Di Desa Parhundalian Jawadipar.....	61
19	Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II Di Desa Parhundalian Jawadipar.....	62



DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1	Skema Kerangka Pemikiran.....	11
2	Umur Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar.....	36
3	Jenis Kelamin Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar.....	37
4	Tingkat Pendidikan Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar.....	38
5	Tingkat Pengalaman Bertani Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar.....	39
6	Jumlah Tanggungan Keluarga Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar.....	40
7	Luas Lahan Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar....	41
8	Pendapatan Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar (Ha).....	42
9	Daur Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar.....	45
10	Jumlah Sampel Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Saluran Pemasaran TBS di Desa Parhundalian Jawadipar.....	46
11	Wawancara Dengan Petani Responden 1.....	93
12	Wawancara Dengan Petani Responden 2.....	93
13	Wawancara Dengan Petani Responden 3.....	93
14	Wawancara Dengan Petani Responden 4.....	93
15	Wawancara Dengan UD. Passur Napitu.....	94
16	Wawancara Dengan UD. Sinar Tenera.....	94
17	Wawancara Dengan UD. Deora Panjaitan.....	94

18	Wawancara Dengan UD. Tambun.....	94
19	Wawancara Dengan UD. Sakti Tambun.....	94
20	Proses Sortasi TBS di Pedagang Besar.....	95
21	TBS Yang Dapat Dijual ke Pabrik Kelapa Sawit.....	95
22	TBS Yang Tidak Dapat Dijual ke Pabrik Kelapa Sawit.....	95
23	Pemanenan Kelapa Sawit.....	96
24	Pengangkutan TBS ke TPH.....	96
25	TBS Yang Akan Dijual ke Pabrik Kelapa Sawit.....	96



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1	Kuisisioner.....	73
2	Karakteristik Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar.....	78
3	Harga Jual Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar.....	79
4	Penerimaan Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar....	80
5	Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Desa Parhundalian Jawadipar.....	81
6	Penerimaan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Desa Parhundalian Jawadipar.....	82
7	Pendapatan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Desa Parhundalian Jawadipar.....	82
8	Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Desa Parhundalian Jawadipar.....	83
9	Penerimaan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Desa Parhundalian Jawadipar.....	84
10	Pendapatan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Desa Parhundalian Jawadipar.....	85
11	Karakteristik Pedagang Besar di Desa Parhundalian Jawadipar.....	86
12	Biaya Pemasaran Pedagang Besar di Desa Parhundalian Jawadipar...	86
13	Pendapatan Pedagang Besar di Desa Parhundalian Jawadipar.....	87
14	Harga Beli, Harga Jual, Marjin Pemasaran, dan Farmer's Share Pada Saluran Pemasaran II di Desa Parhundalian Jawadipar.....	87
15	Analisis Pemasaran TBS Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II Pedagang Besar UD. Sakti Tambun.....	88
16	Analisis Pemasaran TBS Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II Pedagang Besar UD. Sinar Tenera.....	89

17	Analisis Pemasaran TBS Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II Pedagang Besar UD. Tambun.....	90
18	Analisis Pemasaran TBS Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II Pedagang Besar UD. Passur Napitu.....	91
19	Analisis Pemasaran TBS Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II Pedagang Besar UD. Deora Panjaitan.....	92
20	Dokumentasi Penelitian.....	93
21	Surat Pengantar Penelitian Dari Fakultas.....	97
22	Surat Selesai Pengambilan Data.....	98



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tanaman perkebunan di Indonesia berkembang sangat pesat ditinjau dari peranannya terhadap perekonomian nasional. Jika dibandingkan dengan subsektor lainnya, subsektor perkebunan adalah salah satu andalan yang paling berpengaruh pada pendapatan nasional dan devisa negara Indonesia. Pembangunan sektor perkebunan dapat memacu lajunya pertumbuhan produksi baik dari segi Perkebunan Besar Swasta (PBS), Perkebunan Besar Negara (PBN), dan Perkebunan Rakyat (PR). Dalam menunjang pembangunan industri, perkebunan kelapa sawit sangat perlu dikembangkan untuk memenuhi *Crude Palm Oil* (CPO) atau minyak goreng sawit (Fajar, 2012).

Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan (2021) sebagian besar kelapa sawit di Indonesia diusahakan oleh perusahaan besar swasta dengan luas 30,7 juta Ha. Sementara perkebunan kelapa sawit yang diusahakan perkebunan rakyat seluas 16,75 juta Ha. Sedangkan luas areal perkebunan besar negara tercatat sebesar 579,6 ribu Ha.

Kelapa sawit yang dianggap masih menduduki porsi yang paling baik dibandingkan tanaman lain sebagai komoditas non-migas andalan pemberi kontribusi devisa negara untuk kelancaran pengelolaannya, membutuhkan tiga aspek agribisnis yang saling terkait satu sama lainnya, yakni aspek produksi, pemasaran, dan keuangan. Bila ketiga aspek tersebut ditangani dengan manajemen yang benar dan tepat, bukan tidak mungkin hasil yang diperoleh bisa lebih dari sekedar mendapatkan keuntungan (Pahan, 2010).

Di Indonesia, kelapa sawit adalah faktor pendorong utama dalam peningkatan perkebunan kelapa sawit rakyat, sehingga pada saat ini perkebunan kelapa sawit rakyat telah mengalami perubahan secara menyeluruh dan Indonesia

merupakan penghasil minyak sawit terbesar di dunia. Peningkatan ini sudah memperbaharui wilayah pedesaan di Indonesia diantaranya sudah membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang bisa mendapatkannya. Hadirnya perkebunan kelapa sawit milik rakyat mengakibatkan tidak lagi terbatas pada pemenuhan sektor kebutuhan primer saja, melainkan telah memperluas ruang gerak usahanya di sektor tersier. Perkebunan kelapa sawit rakyat tentunya telah mengakibatkan timbulnya sumber-sumber pendapatan baru masyarakat. Akan tetapi, dari segi produktivitas kelapa sawit rakyat tergolong rendah, salah satu penyebabnya ialah teknologi produksi yang digunakan masih cukup sederhana, mulai dari proses pembibitan hingga ke panennya (Wigena, 2018).

Peningkatan produksi berperan penting bagi pendapatan negara ataupun pendapatan bagi masyarakat khususnya para petani kelapa sawit. Semakin besar produksi kelapa sawit maka akan berpengaruh positif terhadap pendapatan petani kelapa sawit. Pendapatan petani ini akan meningkat jika ditunjang dengan pemasaran tandan buah segar kelapa sawit (TBS) yang baik, khususnya dalam hal harga, saluran pemasaran dan fungsi pemasarannya (Dedy, 2017).

Pengolahan kelapa sawit mampu menciptakan kesempatan kerja dan sekaligus meningkatkan kesejahteraan petani. Salah satu daerah sentra produksi perkebunan komoditas kelapa sawit di Indonesia adalah Provinsi Sumatera Utara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Sumatera Utara (2020) luas areal tanaman perkebunan kelapa sawit di Sumatera Utara yaitu seluas 441399,52 Ha dengan produksi 7199750,00 ton. Secara lengkap data luas tanaman dan produksi kelapa sawit tanaman perkebunan rakyat di Sumatera Utara pada tahun 2020 dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Luas Tanaman dan Produksi Kelapa Sawit Tanaman Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten/Kota di Sumatera Utara Tahun 2020

Kabupaten/Kota	Luas Tanaman/Area (Ha)			Jumlah	Produksi (Ton)
	TBM	TM	TTM		
Nias	-	-	-	-	-
Mandailing Natal	3.163,76	15.910,00	7,76	19.081,52	315.129,09
Tapanuli Selatan	2.846,00	3.728,00	16,00	6.590,00	78.831,82
Tapanuli Tengah	1.633,00	1.986,00	23,00	3.642,00	42.290,91
Tapanuli Utara	18,00	16,00	2,00	36,00	331,82
Toba Samosir	342,00	762,00	25,00	1.129,00	14.000,00
Labuhan Batu	2.882,00	32.612,00	33,00	35.527,00	532.600,00
Asahan	1.767,00	75.442,00	34,00	77.243,00	1.631.013,64
Simalungun	2.544,00	27.765,00	18,00	30.327,00	520.518,18
Dairi	86,00	201,00	288,00	575,00	3.690,91
Karo	3.44,00	1.372,00	2,00	1.718,00	27.677,27
Deli Serdang	2.798,00	11.301,00	23,00	14.122,00	224.595,45
Langkat	5.603,00	41.572,00	23,00	47.198,00	764.222,73
Nias Selatan	744,00	196,00	5,00	945,00	3.740,91
Humbang Hasundutan	47,00	248,00	79,00	374,00	2.686,36
Pakpak Bharat	292,00	1.031,00	23,00	1.346,00	2.331,82
Samosir	-	-	-	-	-
Serdang Bedagai	2.302,00	11.508,00	11,00	13.821,00	227.845,45
Batu Bara	2.963,00	6.910,00	104,00	9.977,00	138.763,64
Padang Lawas Utara	9.223,00	18.601,00	21,00	27.845,00	347.286,36
Padang Lawas	7.053,00	27.565,00	34,00	34.652,00	521.672,73
Labuhan Batu Selatan	2.449,00	40.462,00	98,00	43.009,00	682.302,73
Labuhan Batu Utara	7.192,00	64.889,00	56,00	72.137,00	111.7481,82
Nias Utara	-	-	-	-	-
Nias Barat	-	-	-	-	-
Padangsidempuan	57,00	44,00	4,00	105,00	736,36
Gunung Sitoli	-	-	-	-	-
Sumatera Utara	56348,76	384121,00	929,76	441399,52	7199750,00

Sumber Data: BPS Provinsi Sumatera Utara, 2020

Berdasarkan data Tabel 1, dapat dilihat bahwa Provinsi Sumatera Utara terdiri dari 25 Kabupaten dengan luas areal tanaman perkebunan kelapa sawit yang berbeda-beda. Salah satu sentra produksi perkebunan kelapa sawit yang ada di Provinsi Sumatera Utara adalah Kabupaten Simalungun. Pada tahun 2020 Kabupaten Simalungun terdapat pada urutan ketujuh di Sumatera Utara sesudah Kabupaten Asahan, Kabupaten Labuhan Batu Utara, Kabupaten Langkat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan, Kabupaten Labuhan Batu, Kabupaten Padang Lawas, kemudian Kabupaten Simalungun dengan luas lahan tanaman kelapa sawit sebesar 30.327,00 Ha dengan produksi sebesar 520.518,18 ton yang dikelola oleh perkebunan rakyat. Di sisi lain juga mayoritas mata pencaharian masyarakat di Kabupaten Simalungun adalah petani kelapa sawit. Oleh

sebab itu, tanaman kelapa sawit merupakan salah satu tanaman unggul yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat Kabupaten Simalungun.

Tabel 2. Produksi Komoditi Perkebunan Rakyat di Kabupaten Simalungun Tahun 2018-2021

Komoditi	Produksi (Ton)			
	2018	2019	2020	2021
Karet	2.678,94	2.506,09	2.288,02	3.086,83
Kelapa Sawit	518.004,23	555.551,00	559.909,88	358.271,00
Kopi Robusta	703,53	819,79	585,61	569,81
Kopi Arabika	5.349,40	3.583,45	3.463,46	3.939,48
Kelapa	1.879,04	2.612,76	2.336,22	1.784,93
Kakao	1.030,08	852,94	1.154,00	1.053,42
Cengkeh	113,87	105,87	57,58	54,44
Kulit Manis	38,13	76,34	31,96	34,86
Kemiri	701,03	688,47	618,65	620,93
Lada	5,36	7,17	6,60	7,11
Aren	856,50	869,25	814,01	834,04
Tembakau	321,15	232,32	311,42	27,94
Vanili	-	9,34	5,21	8,32
Pinang	446,84	376,81	372,34	982,57

Sumber Data: Badan Pusat Statistik Kabupaten Simalungun, 2018-2021

Berdasarkan data Tabel 2, dapat dilihat bahwa tanaman perkebunan yang ditanam oleh masyarakat Kabupaten Simalungun yang disebut dengan tanaman perkebunan rakyat terdiri dari berbagai jenis tanaman. Jenis tanaman perkebunan yang potensi produksi terbesar di Kabupaten Simalungun yaitu komoditas kelapa sawit. Pada tahun 2018 produksinya sebesar 518.004,23 ton, pada tahun 2019 produksinya mengalami peningkatan menjadi 555.551,00 ton, pada tahun 2020 produksinya mengalami peningkatan kembali menjadi 559.909,88 ton dan pada tahun 2021 produksinya mengalami penurunan menjadi 358.271,00 ton. Penurunan ini disebabkan oleh salah satunya ialah faktor umur ekonomis tanaman yang sudah tua (Maulida, 2019).

Tabel 3. Luas Tanaman dan Produksi Menurut Jenis Tanaman Perkebunan Rakyat di Kecamatan Hatonduhan Tahun 2019

Jenis Tanaman	Luas Tanaman/ Area (Ha)				Produksi (Ton)
	TBM	TM	TTM	Jumlah	
Karet	67,42	164,70	-	232,12	148,55
Kelapa Sawit	977,67	11.244,49	-	12.222,16	249.049,31
Kopi Robusta	-	20,00	3,00	23,00	17,28
Kelapa	-	58,20	-	58,20	50,03
Coklat	3,55	67,70	-	71,25	63,54
Kopi Arabika	-	15,25	-	15,25	0,22
Kulit Manis	-	-	-	-	-
Kemiri	-	14,60	1,20	15,80	25,86
Lada	-	-	-	-	-
Aren	17,16	47,40	3	67,56	44,96
Pinang	-	-	-	-	-
Vanili	-	-	-	-	-
Kapulaga	-	-	-	-	-
Tembakau	-	-	-	-	-

Sumber Data: Badan Pusat Statistik Kabupaten Simalungun, 2019

Berdasarkan data Tabel 3, dapat dilihat bahwa berbagai macam tanaman perkebunan rakyat yang terdapat di Kecamatan Hatonduhan yang memiliki luas areal tanaman yang berbeda-beda. Jenis tanaman perkebunan yang memiliki produksi terbesar di Kecamatan Hatonduhan adalah komoditas kelapa sawit. Pada tahun 2019 Kecamatan Hatonduhan memiliki luas tanaman kelapa sawit rakyat sebesar 12.222,16 Ha dengan produksi sebesar 249.049,31 ton.

Kecamatan Hatonduhan terdiri dari 9 kenagorian atau desa yaitu antara lain Nagori atau Desa Bosar Nauli, Tangga Batu, Buntu Turunan, Buntu Bayu, Saribu Asih, Jawa Tengah I, Tonduhan, Parhundalian Jawadipar, dan Jawa Tengah II serta terdiri dari 59 dusun/ lingkungan. Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat bahwa jumlah petani kelapa sawit rakyat menurut Desa di Kecamatan Hatonduhan Tahun 2021 sebanyak 1.561. Jumlah petani kelapa sawit rakyat yang tertinggi yaitu Desa Parhundalian Jawadipar sebanyak 335 dengan luas lahan 2.300 Ha, sedangkan jumlah petani kelapa sawit rakyat yang terendah yaitu Desa Jawa Tengah II sebanyak 83 dengan luas lahan 410 Ha.

Tabel 4. Data Jumlah Petani dan Luas Lahan Kelapa Sawit Rakyat Menurut Desa di Kecamatan Hatonduhan 2021

Nama Desa	Jumlah Petani	Luas Lahan (Ha)
Bosar Nauli	125	893
Tangga Batu	187	1500
Buntu Turunan	232	1840
Buntu Bayu	246	2000
Saribu Asih	102	785
Jawa Tongah I	156	1050
Tonduhan	95	520
Parhundalian Jawadipar	335	2300
Jawa Tongah II	83	410
Jumlah	1.561	11.298

Sumber Data: Kantor Desa Kecamatan Hatonduhan, 2021

Dalam bisnis kelapa sawit tidak pernah lepas dari adanya sistem perdagangan atau pemasaran, dimana suatu produk mengalir dari petani atau produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Oleh sebab itu, pedagang perantara maupun pedagang pengumpul dan pedagang besar bebas menetapkan harga sesuai dengan aktivitas sistem perdagangan yang dijalankan dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan salah satu elemen bauran dalam pemasaran untuk menentukan efektivitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Dalam permasalahan sekarang adalah terdapat beberapa perbedaan yang cukup berfluktuasi pada daerah penelitian, perbedaan harga yang diberikan oleh para pedagang atau lembaga pemasaran kelapa sawit dan berpengaruh pada pendapatan yang diterima oleh para petani. Selain itu, sebagian petani juga kurang mengetahui informasi harga yang diberikan PKS dikarenakan kurangnya informasi (Petrus, 2019). Untuk melihat perbedaan harga yang diterima petani dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Perbedaan Harga yang diterima Petani/Produsen

No.	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)
1.	Petani – Pedagang Besar	
	a. Pedagang Besar UD. Sakti Tambun	Rp 1.860,-
	b. Pedagang Besar UD. Tambun	Rp 1.850,-
	c. Pedagang Besar UD. Passur Napitu	Rp 1.840,-
	d. Pedagang Besar UD. Sinar Tenera	Rp 1.830,-
	e. Pedagang Besar UD. Deora Panjaitan	Rp 1.850,-
2.	Petani – Pabrik	
	a. PKS PT. PPLI	Rp 2.040,-
	c. PKS PT. SJS	Rp 2.020,-
3.	Pedagang Besar – Pabrik	
	a. PKS PT. PPLI	Rp 2.040,-
	b. PKS PT. AIP	Rp 2.030,-

Sumber: Data Pra Survei Juli 2022

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan harga yang diberikan kepada petani. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan efisiensi maupun panjangnya saluran pemasaran. Panjangnya saluran pemasaran akan mempengaruhi pada biaya pemasaran yang akan dikeluarkan dan *share margin* yang diterima, sehingga ada pembagian atau *share* kepada setiap pelaku pemasaran. Penjualan ke PKS secara langsung oleh petani dan pedagang besar dari tabel 5 menunjukkan bahwa dalam penjualan ke konsumen atau PKS secara langsung memperoleh harga yang sama, akan tetapi pada kenyataannya masih banyak petani yang tidak melakukan penjualan secara langsung atau memotong rantai pemasaran yang ada, dikarenakan sebagian hasil panen petani tidak mencukupi untuk menanggung biaya pemasarannya atau ongkos transportasi.

Perubahan harga produk pertanian juga menjadi masalah utama dalam kegiatan pemasaran. Petani sering mengalami kerugian yang diakibatkan oleh perubahan harga. Perubahan harga terjadi karena produksi kelapa sawit hanya terkonsentrasi di wilayah

tertentu, pola produksi yang tidak tepat, fasilitas yang tidak memadai dan saluran pemasaran produk pertanian yang panjang (Sinaga et al.,2014).

Pada proses pemasaran kelapa sawit, petani berkedudukan sebagai produsen dan pabrik sebagai konsumen akhir Tandan Buah Segar (TBS). Petani sebagai produsen pada umumnya memperoleh harga yang relatif lebih murah dibandingkan harga yang dibayarkan konsumen. Hal tersebut disebabkan oleh panjangnya saluran pemasaran dan tingginya biaya pemasaran yang terdapat pada setiap lembaga pemasaran. Biaya pemasaran tersebut kemudian diperhitungkan pada penentuan harga yang diberikan lembaga pemasaran kepada petani, sehingga mengakibatkan terjadinya perubahan harga di setiap tingkatan. Terjadinya perubahan harga mengakibatkan terbentuknya margin pemasaran. Margin pemasaran sangat menentukan tingkat keuntungan pada setiap pelaku pemasaran (Fadilah dkk, 2018).

Berdasarkan prasarvei lokasi yang telah dilakukan peneliti di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun dapat diketahui bahwa masyarakat yang ada di daerah penelitian tersebut merupakan mayoritas petani yang membudidayakan kelapa sawit rakyat dan mata pencaharian masyarakat di desa tersebut mayoritas berasal dari kelapa sawit. Meskipun sebagian petani dapat menjual hasil panennya langsung ke PKS, akan tetapi sebagian petani kelapa sawit rakyat lainnya yang ada di daerah penelitian masih bergantung kepada pelaku kegiatan pemasaran kelapa sawit yang ada didaerah penelitian. Adanya saluran penjualan yang panjang dan perbedaan harga di tingkat pelaku pemasaran mengakibatkan para petani memperoleh pendapatan yang tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan secara tidak langsung akan berpengaruh pada tingkat efisiensi lembaga pemasaran. Selain itu juga, salah satu masalah yang dihadapi sebagian besar petani perkebunan rakyat di Desa

Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun yaitu kondisi sarana dan prasarana transportasi yang tidak mendukung dimana petani tidak memiliki alat transportasi untuk menjual langsung hasil panennya ke PKS. Ditinjau dari kondisi kebun yang jaraknya jauh dari lokasi PKS sehingga biaya untuk distribusi atau pengangkutan menjadi besar. Petani juga harus memilih pembeli yang paling menguntungkan untuk mengoptimalkan saluran pemasarannya. Namun masih banyak petani menjual hasil panennya ke saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian yang dimana akan menyebabkan biaya pemasaran yang tinggi dan menyebabkan pemasaran yang tidak efisien. Apabila para petani rakyat ingin memperoleh keuntungan yang sesuai maka petani harus menjual langsung hasil panen ke pabrik dan menghindari selisih harga sehingga kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh petani kelapa sawit akan menjadi efisien serta tidak bergantung lagi pada saluran pemasaran yang ada.

Berdasarkan uraian diatas, hal ini mendorong peneliti untuk mengetahui mengenai “Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Rakyat di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun?
2. Berapa besar margin pemasaran dan *farmer's share* pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun?

3. Bagaimana tingkat efisiensi saluran pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran kelapa sawit rakyat yang ada di daerah penelitian.
2. Untuk mengetahui marjin dan *farmer's share* pemasaran kelapa sawit rakyat yang ada di daerah penelitian.
3. Untuk mengetahui tingkat efisiensi saluran pemasaran kelapa sawit rakyat yang ada di daerah penelitian

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

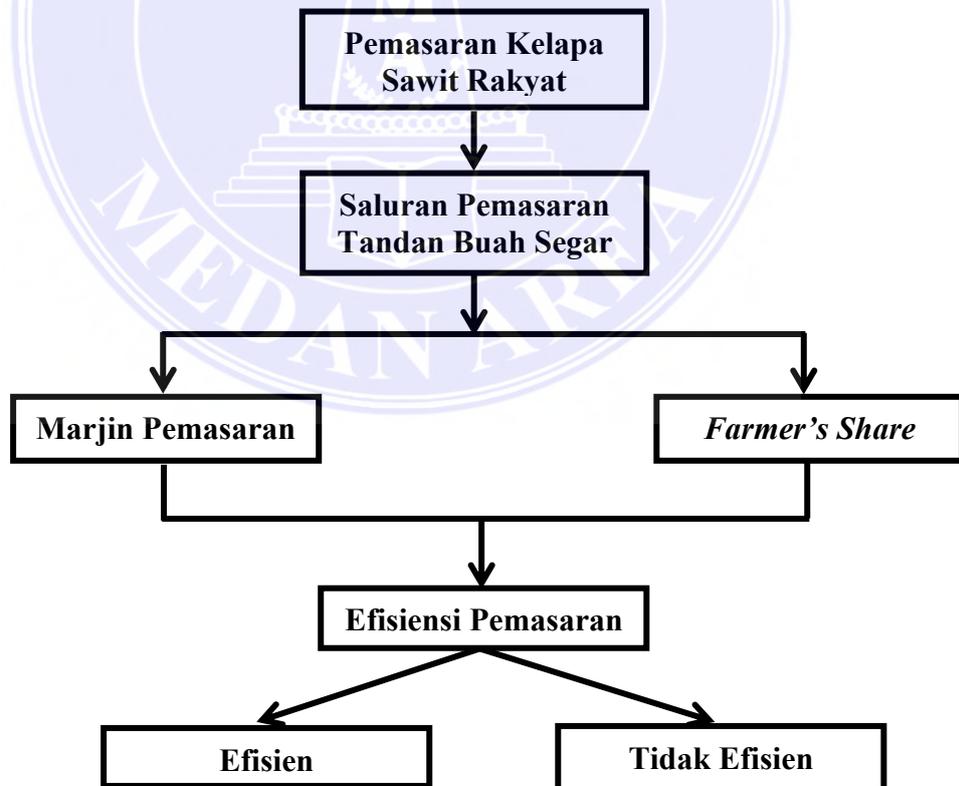
1. Sebagai bahan informasi bagi para petani kelapa sawit rakyat di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun.
2. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi pemerintah dan instansi terkait dalam meningkatkan pemasaran kelapa sawit.
3. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut pada bidang yang sama.

1.5. Kerangka Pemikiran

Pemasaran kelapa sawit merupakan proses kegiatan usaha dalam memasarkan Tandan Buah Segar (TBS) melalui saluran pemasaran. Saluran pemasaran tersebut terdiri dari saluran pemasaran I yaitu dari petani langsung ke pabrik kelapa sawit (PKS), serta

saluran pemasaran yang ke II yaitu dari petani ke pedagang besar dan dari pedagang besar ke pabrik kelapa sawit (PKS). Pada saluran pemasaran ini, terdapat sebuah perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen atau petani yang dimana disebut dengan margin pemasaran. Dalam margin pemasaran terdapat biaya-biaya dan keuntungan dari pemasaran pada lembaga pemasaran. Pada saluran pemasaran kelapa sawit terdapat *farmer's share* yang merupakan perbandingan harga antara produsen atau petani dengan harga ditingkat konsumen akhir atau PKS yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Dari keseluruhan proses kegiatan pemasaran yang terjadi, maka dapat diketahui efisiensi pemasaran kelapa sawit.

Berdasarkan hal tersebut maka dapat digambarkan skema kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis* J.)

Kelapa sawit (*Elaeis guineensis* J.) termasuk dalam Famili *Palmae*. Ini mempunyai potensi produksi minyak goreng paling tinggi dibandingkan dengan produk penghasil minyak goreng yang lain misalnya kedelai dan bunga matahari. Kondisi lingkungan yang cocok untuk budidaya tanaman kelapa sawit supaya dapat tumbuh serta berproduksi dengan maksimal meliputi: sistem pengairan yang baik, kedalaman tanah efektif > 100 cm (untuk tanah mineral) dan 140-200 cm (untuk tanah gambut), suhu rata-rata tahunan 25-32⁰C, curah hujan rata-rata tahunan 1700-2500 mm/tahun, ketinggian dari permukaan laut < 400, dan lereng 8-16% (Wigena, 2018).

Kelapa sawit tergolong tanaman pohon dengan tinggi sampai 24 m. Bunga serta buahnya berbentuk kelompok dan memiliki banyak cabang. Buah kelapa sawit siap untuk dipanen berwarna merah kehitaman dengan daging buah yang keras. Kulit buah dan daging buahnya menghasilkan minyak yang berfungsi untuk membuat minyak goreng, lilin, sabun serta bahan produk lainnya. Perkebunan komoditi lain berbeda dengan komoditas kelapa sawit karena membutuhkan fasilitas seperti pabrik yang dekat dengan petani sehingga hasil panen petani dijual langsung ke pabrik untuk mendapatkan minyak bebas asam lemak berkualitas tinggi (Novida, 2017).

Tumbuhan kelapa sawit memiliki akar serabut, berwarna putih atau kekuningan, ujungnya meruncing dan tidak berbuku. Perakarannya bisa menahan tanaman sampai berusia 25 tahun padahal batang kelapa sawit tidak memiliki

kambium dan umumnya tidak mempunyai cabang. Batang tanaman muda tidak dapat dilihat karena ditutupi pelepah daunnya. Peningkatan tinggi tanaman kelapa sawit dapat dilihat dengan jelas ketika sudah berusia 4 tahun. Kelapa sawit memiliki bentuk daun majemuk menyirip genap, dan memiliki tulang daun sejajar. Daun ini membentuk pelepah panjangnya mencapai lebih dari 7,5-9 m (Suwanto dan Yuke, 2012).

Tanaman kelapa sawit disebut sebagai tanaman *monoecious* atau tanaman berumah satu yang berarti, karangan bunga jantan dan betina berada pada satu pohon serta terangkai dalam satu tandan. Akan tetapi, susunan bunga jantan dan betina terpisah. Karakteristik bunga jantan yaitu berbentuk oval memanjang, ujung kelopak sedikit meruncing serta diameter bunga lebih kecil. Di sisi lain, karakteristik bunga betina yaitu bentuknya sedikit bulat, ujung kelopak sedikit rata serta diameter bunga lebih besar (Suwanto dan Yuke, 2012).

Tanaman kelapa sawit memiliki buah yang disebut dengan *fructus*. Pada umumnya warna buah ditentukan berdasarkan pada umur dan varietasnya. Berdasarkan anatominya, kelapa sawit mempunyai buah yang terdiri atas dua lapisan. Lapisan pertama merupakan perikarpium, terdiri atas epikarpium dan mesokarpium. Lapisan kedua merupakan biji, terdiri atas endokarpium, endosperm, dan embrio (Suwanto dan Yuke, 2012).

2.2. Perkebunan Kelapa Sawit Swadaya

Perkebunan kelapa sawit Indonesia dibagi menjadi tiga, yaitu Perkebunan Rakyat, Perkebunan Besar Negara, dan Perkebunan Besar Swasta. Perkebunan rakyat adalah perkebunan kelapa sawit yang dikelola oleh rakyat memiliki luas lahan yang terbatas, yaitu 1-10 ha. Dengan luas lahan tersebut, tentunya

menghasilkan produksi TBS yang terbatas pula sehingga penjualannya sulit dilakukan apabila ingin menjualnya langsung ke prosesor atau industry pengolah (Fauzi, 2012).

Dalam budidaya kelapa sawit di Indonesia terdiri dari beberapa tipe petani rakyat. Mereka dibedakan dalam hal bagaimana petani berhubungan dengan produksi dan pemasaran TBS. Secara garis besar petani dibedakan menjadi dua tipe petani, yaitu petani pola kemitraan PIR dan petani pola swadaya.

Petani pola mandiri (Swadaya) yaitu usaha perkebunan kelapa sawit yang tidak terikat kontrak dengan perusahaan perkebunan ataupun pabrik CPO. Mereka bebas untuk menjual kepada pembeli manapun. Dalam prakteknya, mereka menjual secara langsung ke pabrik atau untuk pedagang lokal (pengumpul). Petani mengusahakan atau mengelola kebun yang dilakukan secara swadaya dengan dana sendiri dan usaha mandiri mulai dari pengadaan sarana dan prasarana produksi sampai dengan pemasaran hasil panen kelapa sawit berupa TBS (Tandan Buah Segar). Jika petani swadaya tidak memiliki sarana transportasi, mereka dapat mengandalkan eksklusif pada satu pedagang tertentu atau pada pabrik terdekat.

2.3. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses aliran produk yang terjadi di pasar. Produk mengalir dari produsen hingga ke konsumen akhir yang disertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan serta guna waktu melalui proses penyimpanan. Pada pemasaran produk pertanian, aliran barang dimulai dengan proses pengumpulan produk dari petani ke tengkulak, pedagang pengumpul dan pedagang besar serta diakhiri

proses distribusi yaitu penjualan barang dari pedagang ke agen, pengecer dan konsumen (Sudiyono, 2014).

Pemasaran pertanian merupakan suatu sistem saluran produk disertai dengan berpindahnya hak kepemilik serta penataan guna waktu, tempat dan bentuk, yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran dengan menggunakan satu atau lebih fungsi pemasaran. Pemasaran adalah suatu hal yang paling penting sesudah berakhirnya produksi pertanian. Syarat pemasaran mewujudkan suatu proses atau kawasan pasar suatu komoditas. Jika pemasaran belum berjalan dengan baik dan belum berhasil memberikan harga yang pantas untuk produsen atau petani, maka situasi ini akan berdampak pada tekad petani, sehingga mengakibatkan berkurangnya penawaran, dan berkurangnya penawaran mengakibatkan harga menjadi naik (Andriyani, 2017).

Dalam kegiatan perdagangan, jumlah pendapatan atau keuntungan yang diperoleh dari usahatani selain dipengaruhi oleh cara pemasaran juga sangat ditentukan oleh faktor teknik budidayanya. Dalam pemasaran jika dapat memperoleh harga jual yang tinggi, maka pemasaran dikatakan berhasil. Apabila ingin mencapai harga jual yang maksimum, maka dibutuhkan suatu cara penyusunan pemasaran dan mengawasi lembaga pemasaran yang bekerja di dalamnya serta standar harga dasar untuk menentukan harga jual (Lamb dkk, 2001 dalam Siregar dkk, 2015).

b. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan dalam bisnis yang terlibat dalam menggerakkan barang dan jasa dari produsen sampai ketangan konsumen. Fungsi-fungsi pemasaran ada tiga fungsi dasar yaitu:

1. Fungsi pertukaran dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau dijual kembali.
2. Fungsi distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara baik melalui air, darat, udara, dan sebaliknya. Penyimpanan produk mengedepankan menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.
3. Fungsi perantara untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ketangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain seperti pengurangan resiko, pembiayaan, dan pencarian informasi (Assauri, 2018).

2.4. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah perantara, pembeli, dan penjual yang menyampaikan perpindahan barang baik fisik maupun hak milik dari produsen ke konsumen (Willian, 2003).

Saluran distribusi/ saluran pemasaran merupakan suatu bentuk bisnis yang terdiri atas perusahaan yang saling berkorelasi, dimulai dari pembuatan suatu produk sampai kepada pemasaran akhir dengan tujuan untuk mengalihkan produk dan kepemilikannya pada konsumen akhir, ialah pelanggan perorangan maupun perusahaan (Setianingrum, 2015). Fungsi aliran pemasaran adalah untuk memberikan informasi tentang pelanggan, harga, pesaing, dan pelaku lainnya dalam lingkungan pemasaran (Amir, 2005).

Rantai atau saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) dari petani sebagai produsen ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS) sebagai konsumen merupakan saluran pemasaran Tandan Buah Segar (*Palm Fresh Fruit Bunch*). Sedangkan instansi pemasaran merupakan lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran tandan buah segardimulai dari petani atau produsen sampai ke konsumen akhir atau Pabrik Kelapa Sawit (PKS). Badan usaha maupun individu yang menjalankan proses pemasaran, pendistribusian jasa serta produk dari produsen ke konsumen akhir disebut dengan lembaga pemasaran. Munculnya perusahaan pemasaran karena pelanggan ingin mendapatkan komoditas sesuai dengan waktu, tempat, dan struktur yang diharapkan pelanggan. Meningkatkan fungsi pemasaran dan melengkapi permintaan pelanggan semaksimal mungkin merupakan tugas dari perusahaan pemasaran (Wibowo, 2019).

Saluran distribusi atau pemasaran komoditas kelapa sawit terdiri atas tingkatan perantara yang tidak terhitung jumlahnya bertujuan untuk menjalankan bisnis distribusi produk dimulai dari petani atau produsen sampai ke pengolahan atau pabrik yang membangun tingkat saluran sebagai berikut:

1. Saluran tingkat nol (saluran langsung)

Petani – Pabrik

2. Saluran satu tingkat (memiliki 1 perantara)

Petani – Pengumpul – Pabrik

3. Saluran dua tingkat (memiliki 2 perantara)

Petani – Pengumpul – Pedagang Besar – Pabrik

4. Saluran tiga tingkat (memiliki 3 perantara)

Petani – Pengumpul – Agen – Pedagang Besar – Pabrik

Saluran distribusi atau pemasaran secara langsung berhubungan dengan harga yang ditawarkan oleh konsumen, yang berarti apabila semakin tinggi harga yang dibayar konsumen akhir, maka semakin panjang saluran pemasaran, dan begitu juga sebaliknya. Perbedaan antara harga yang dibayar oleh konsumen pertama dengan harga yang ditawarkan oleh produsen pertama biasa disebut dengan marjin pemasaran (Amin dkk, 2016).

2.5. Marjin Pemasaran

Selisih antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani disebut dengan marjin pemasaran. Marjin pemasaran adalah biaya pemasaran yang diperlukan sebagai hasil dari permintaan dan penyediaan layanan. Marjin pemasaran terdiri dari biaya yang diperlukan oleh lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi pemasaran atau disebut juga biaya pemasaran atau biaya fungsional, dan keuntungan (*profit*) lembaga pemasaran (Irawan, 2017).

Menurut Sudiyono (2004), secara matematis marjin pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Marjin pemasaran di setiap saluran pemasaran (Rp/ Kg)

Pr = Harga jual di tingkat konsumen (Rp/ Kg)

Pf = Harga beli di tingkat produsen (Rp/ Kg)

Marjin pemasaran dapat dinyatakan sebagai nilai dari jasa proses pemasaran dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen akhir. Semakin panjang lembaga pemasaran yang terlibat menyebabkan semakin besar perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Apabila

semakin besar margin pemasaran ini akan menyebabkan harga yang diterima petani atau produsen menjadi semakin kecil dan mengakibatkan sistem pemasaran yang tidak efisien. Kemampuan dalam menjual barang produksi akan menambah aset untuk meningkatkan dan mengembangkan usahatani. Jika pemasaran tidak baik, maka usahatani yang produktivitasnya bagus akan gagal (Sudiadnyana, 2015).

2.6. Biaya Pemasaran

Berdasarkan pendapat Mulyadi (2012), menyatakan bahwa biaya merupakan seluruh pengeluaran yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang dan yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu produk pada suatu periode produksi.

Berdasarkan pendapat Mulyadi (2015), menyatakan bahwa biaya pemasaran mencakup seluruh pengeluaran yang berlangsung semenjak saat produk selesai diproduksi serta disimpan pada penyimpanan hingga pada waktu produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan penjualan. Biaya penjualan mencakup: biaya transportasi atau angkutan, biaya pengiriman, pungutan retribusi dan lain sebagainya. Besarnya biaya penjualan berbeda dengan yang lainnya, disebabkan karena:

- a. Lokasi pemasaran
- b. Macam lembaga pemasaran
- c. Macam komoditas
- d. Efektifitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 2002).

Untuk menghitung biaya pemasaran kelapa sawit, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{MP = \pi + TC}$$

$$\mathbf{\Pi = MP - TC}$$

$$\mathbf{TC = MP - \pi}$$

Keterangan:

MP = Marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

TC = Total biaya di tingkat lembaga pemasaran

Π = Keuntungan di tingkat lembaga pemasaran

2.7. *Farmer's Share*

Persentase perbandingan antara bagian harga yang diterima petani dengan bagian harga dikonsumsi akhir disebut dengan *farmer's share*. Antara komoditi yang satu dengan komoditi yang lain memiliki *farmer's share* yang berbeda, hal ini berdasarkan pada jumlah kegunaan bentuk, tempat dan waktu yang ditambahkan oleh petani serta pedagang perantara terkait dalam suatu proses pemasaran. Secara sistematis *farmer's share* dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%}$$

Keterangan:

Fs = Bagian harga atau persentase yang diterima petani (%)

Pf = Harga di tingkat produsen atau petani (Rp/ Kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/ Kg)

(Anto, 2015)

2.8. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan rasio dari nilai keuntungan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan (Asmarantaka, 2012). Analisis umum

dalam studi efisiensi pemasaran adalah analisis margin pemasaran dan *farmer's share*. Beberapa faktor yang digunakan sebagai ukuran efisiensi pemasaran, yaitu (Soetriono dan Anik Suawandari, 2016):

1. Harga yang diterima oleh produsen
2. Keuntungan pemasaran
3. Persaingan pasar
4. Peranan lembaga pemasaran
5. Tersedianya sarana fisik pemasaran

Menurut Soekartawi (2002), secara sistematis efisiensi pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

Eps = Efisiensi pemasaran (%)

TBP = Total biaya pemasaran (Rp/ Kg)m

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

Jika nilai efisiensi pemasaran $< 50\%$, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian efisien. Jika nilai efisiensi pemasaran $> 50\%$, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian tidak efisien. Jika nilai efisiensi pemasaran = 50% , maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian efisien.

Pemasaran dikatakan efisien jika telah memenuhi syarat yaitu mampu menyampaikan hasil atau produk dari produsen kepada konsusmen dengan biaya seminimum mungkin dan mampu melakukan pembagian yang adil kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran produk. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi pemasaran serta memenuhi

keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran (Rangkuti.A,dkk. 2018).

2.9. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2021) yang berjudul “Efisiensi Saluran Pemasaran Tandan Buah Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis* Jacq) Rakyat (Studi Kasus Kecamatan Kampung Rakyat Kabupaten Labuhanbatu Selatan)”, dengan menggunakan metode studi kasus (*case study*), pengambilan sampel petani menggunakan metode *random sampling* dan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode *sensus*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua pola saluran pemasaran yang di Kecamatan Kampung Rakyat Kabupaten Labuhan Batu Selatan yaitu (a) petani - pedagang pengumpul (agen)-pedagang besar-Pabrik; (b) petani-pedagang besar-pabrik. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada pola saluran pemasaran pertama sebesar Rp. 1.745/kg dan pola saluran pemasaran kedua sebesar Rp. 1.835/kg. Margin pemasaran yang diperoleh dari pola saluran pemasaran pertama sebesar Rp.240/kg dan pola saluran pemasaran kedua sebesar Rp. 130/kg. Efisiensi pemasaran pada pola saluran pemasaran pertama sebesar 7,89% dan pola saluran pemasaran kedua sebesar 3,28% sehingga dapat disimpulkan bahwa pola saluran pemasaran pertama lebih efisiensi dari pada pola saluran pemasaran kedua.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2021) yang berjudul “Analisis Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Sampean Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan Provinsi Sumatera Utara” dengan menggunakan metode *simple random sampling* untuk petani dan untuk pedagang pengumpul dan pedagang besar menggunakan metode *sampling jenuh* (*sensus*).

Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Terdapat 2 saluran pemasaran kelapa sawit, yaitu: a. Saluran 1: Petani – Pedagang pengumpul – Pedagang besar – Pabrik Kelapa Sawit, b. Saluran II: Petani – Pedagang besar – Pabrik Kelapa Sawit. (2) *Margin* pemasaran kelapa sawit ditingkat pedagang pengumpul yaitu Rp. 1200/ kg, sedangkan margin pemasaran di tingkat pedagang besar sebesar Rp 1400/ kg. Keuntungan pemasaran kelapa sawit yang diperoleh di tingkat pedagang pengumpul yaitu Rp 140/ kg, sedangkan keuntungan pemasaran yang diperoleh oleh pedagang besar Rp. 130/ kg. *Farmer share* atau bagian harga yang di terima petani kelapa sawit dari pedagang pengumpul pada saluran I 75%, sedangkan pada saluran II sebesar 87%, jadi lebih besar *farmer share* harga yang diterima oleh petani kelapa sawit pada saluran II dikarenakan petani menjual langsung ke pedagang besar. Efisiensi pemasaran saluran I, nilai efisiensi pemasaran sebesar 8,12%, maka dari itu efisiensi pemasaran saluran I dinyatakan tidak efisien. Sedangkan saluran II, nilai efisiensi pemasaran sebesar 4,37% maka dari itu efisiensi saluran pemasaran II dinyatakan efisien.

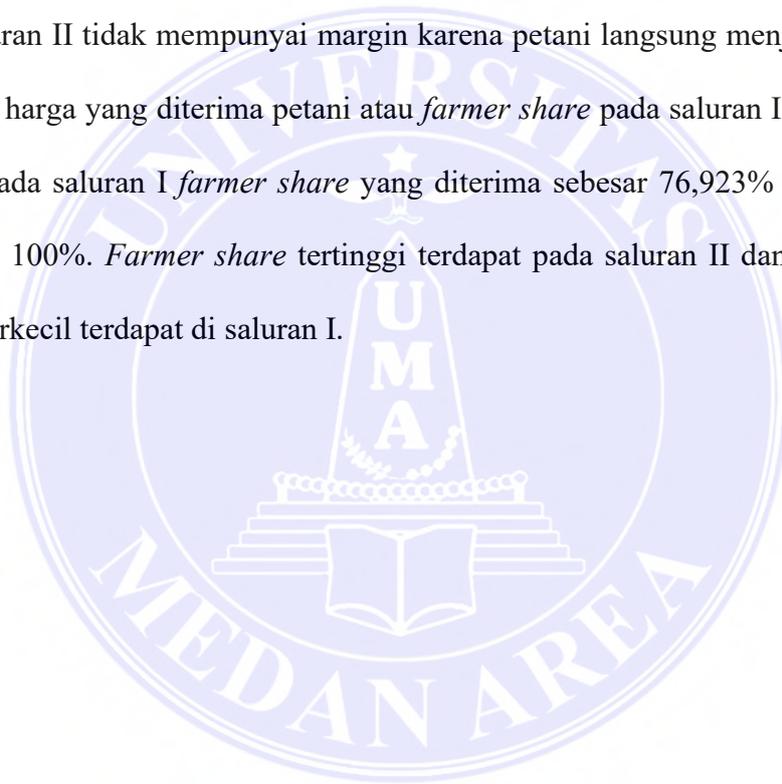
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Firdaus, dkk (2020) yang berjudul “Analisis Margin Tataniaga Dan *Farmer’s Share* Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kecamatan Babahroet Kabupaten Aceh Barat Daya” dengan menggunakan metode survai, teknik pengambilan sampel untuk petani dilakukan secara *simple random sampling* dan sensus untuk pengepul. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga saluran tataniaga yang dilalui, yaitu: (1) Saluran tataniaga I, yaitu: Petani – Pengepul Tingkat Desa – Pengepul Tingkat Kecamatan – Pabrik Kelapa Sawit (PKS), (2) Saluran tataniaga II, yaitu: Petani – Pengepul Tingkat Kecamatan – PKS, (3) Saluran tataniaga III, yaitu: Petani – Pengepul

Tingkat Desa – PKS. Margin tataniaga pada saluran I yaitu 237,67 (27,47%), saluran II 210,87 (24,38%) dan saluran III 206,24 (24,73%). Nilai *farmer's share* pada saluran I sebesar 72,53 %, pada saluran II sebesar 75,62% dan pada saluran ke III 75,26%. Ketiga saluran tersebut efisien. Saluran yang paling efisien adalah saluran tataniaga II.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak dan Zaini (2019) yang berjudul “Analisis Tataniaga Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Desa Tempakan Kecamatan Batu Engau Kabupaten Paser” dengan menggunakan metode acak sederhana (*simple random sampling*) pada tingkat petani dan untuk tingkat lembaga pemasaran menggunakan metode bola salju (*snowball sampling*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran tataniaga di lokasi penelitian yaitu saluran nol tingkat dan saluran satu tingkat. Margin tataniaga di tingkat petani Rp40,39 kg⁻¹ dan margin di tingkat pedagang pengumpul Rp314,44 kg⁻¹. *Share* rata-rata yang diterima petani 97,58% dan pedagang pengumpul 81,48%. Margin dan *share* yang menguntungkan petani yaitu pada saluran nol tingkat. Tingkat keuntungan rata-rata di tingkat pedagang pengumpul tandan buah segar sebesar 112,75%, sehingga tataniaga yang dilakukan pedagang pengumpul adalah menguntungkan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Safriamat (2021) yang berjudul “Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah”. Penentuan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan jumlah populasi sebanyak 139 orang, maka jumlah populasi yang diambil yaitu 12% dari jumlah petani sebanyak 17 orang. Sedangkan penentuan sampel lembaga pemasaran

menggunakan metode snow ball sampling sebanyak 3 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan pencatatan. Analisa data yang digunakan adalah dengan pendekatan margin pemasaran dan *farmer's share*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu, pemasaran I (Petani – Pedagang pengumpul – Pabrik), saluran pemasaran II (Petani – Pabrik). Margin pemasaran I sebesar Rp 300/kg, margin pemasaran II tidak mempunyai margin karena petani langsung menjual ke pabrik. Bagian harga yang diterima petani atau *farmer share* pada saluran I dan saluran II yaitu pada saluran I *farmer share* yang diterima sebesar 76,923% dan saluran II sebesar 100%. *Farmer share* tertinggi terdapat pada saluran II dan *farmer share* yang terkecil terdapat di saluran I.



III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Parhundalian Jawadipar, Kecamatan Hatonduhan, Kabupaten Simalungun. Metode yang digunakan untuk penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Sedangkan waktu pelaksanaan penelitian ini terhitung mulai dari bulan September 2022 sampai selesai.

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Umar (2005) mengatakan bahwa dalam menentukan besaran ukuran sampel dalam penelitian secara *Disproportionate Stratified Random Sampling* (acak) menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

N= Jumlah populasi

n= Jumlah sampel yang diambil untuk diteliti

e= Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diinginkan, dalam hal ini ukuran sampel menggunakan batas kesalahan 20%

Sehingga penentuan sampel ini dilakukan secara *Disproportionate Stratified Random Sampling* (acak) dengan rumus *slovin* yaitu dengan tingkat kesalahan 20% seperti terlihat pada tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Metode Disproportionate Stratified Random Sampling (acak) menggunakan rumus Slovin berdasarkan jumlah populasi dan sampel

No	Pelaku Pemasaran	Jumlah Populasi (N) (orang)	Jumlah Sampel (n) (orang)
1	Petani Kelapa Sawit	335	23
2	Pedagang Besar	5	5
3	PKS	3	3
Total		343	31

Berdasarkan hasil pra survei diketahui bahwa jumlah lembaga pemasaran sebanyak 8 sampel yang terdiri dari 5 pedagang besar yaitu UD. Deora Panjaitan, UD. Passur Napitu, UD. Tambun, UD. Sakti Tambun, UD. Sinar Tenera dan 3 PKS yaitu PKS PT. Prima Palm Latex Industri (PPLI), PKS PT. Agrindo Indah Persada (AIP) dan PKS PT. Sawita Jaya Sejahtera (SJS). Pada saat penelitian harga beli TBS di Desa Parhundalian Jawadipar yaitu pada tingkat pedagang besar rata-rata Rp 1976/Kg sedangkan rata-rata harga jual Rp 2.110/Kg.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat melalui pengisian kuisisioner melalui wawancara kepada orang yang terlibat pada penelitian ini serta melalui observasi (pengamatan) dan dokumentasi. Data sekunder adalah data yang didapat dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara, Direktorat Jenderal Perkebunan, Badan Pusat Statistik Kabupaten Simalungun, Kantor Kepala Desa Parhundalian Jawadipardan literatur yang mendukung penelitian ini serta penelitian terdahulu.

3.4. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan metode yang dilakukan untuk memecahkan konflik yang diteliti, dan dilakukan sesudah seluruh data yang

dibutuhkan diperoleh secara lengkap. Data yang diperoleh dari lapangan terlebih dahulu ditabulasikan secara sederhana kemudian diolah secara manual dan selanjutnya dianalisis dengan metode analisis yang sesuai. Pada penelitian ini metode analisis data yang dipergunakan adalah metode analisis data secara deskriptif kualitatif.

a. Analisis Saluran Pemasaran

Pola saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit rakyat yang terdapat di Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun yang dijelaskan secara deskriptif pada pembahasan berdasarkan survei dan pengamatan yang dilakukan di daerah penelitian dengan menghitung seluruh saluran pemasaran yang terjadi di daerah penelitian dimana saluran pemasaran TBS kelapa sawit rakyat dimulai dari tingkat petani di Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun sampai tingkat pedagang besar atau PKS. Untuk margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran yang terdapat di daerah penelitian dengan cara menghitungnya menggunakan rumus kemudian dijelaskan secara deskriptif sesuai dengan hasil perhitungan tersebut.

b. Analisis Margin Pemasaran

Selisih harga beli pada tingkat petani atau produsen dengan harga jual pada tingkat konsumen akhir disebut dengan margin pemasaran (Sudiyono, 2004). Margin pemasaran digunakan untuk mengetahui biaya pemasaran dan keuntungannya di setiap pelaku pemasaran yang terlibat. Secara matematis margin pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Marjin pemasaran di setiap saluran pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga jual di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga beli di tingkat produsen (Rp/Kg)

Karena dalam marjin pemasaran terdapat 2 komponen yaitu komponen biaya dan komponen keuntungan, maka untuk menghitung biaya pemasaran dan keuntungan menggunakan rumus:

$$MP = \pi + TC$$

$$\Pi = MP - TC$$

$$TC = MP - \pi$$

Keterangan:

MP = Marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran (Rp/ Kg)

TC = Total biaya di tingkat lembaga pemasaran (Rp/ Kg)

Π = Keuntungan di tingkat lembaga pemasaran (Rp/ Kg)

c. *Farmer's Share*

Persentase harga yang diterima oleh produsen atau petani terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir disebut dengan *Farmer's share*. Secara matematis *farmer's share* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

Fs = Bagian harga atau persentase yang diterima petani (%)

Pf = Harga di tingkat produsen atau petani (Rp/ Kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/Kg)

d. Analisis Efisiensi Pemasaran

Menurut Soekartawi (2002) untuk menghitung tingkat keefisiensi pemasaran di setiap lembaga pemasaran dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Eps} = \frac{\text{TBP}}{\text{TNP}} \times 100\%$$

Keterangan:

Eps = Efisiensi pemasaran (%)

TBP = Total biaya pemasaran (Rp/ Kg)

TNP = Total nilai produk yaitu harga beli pada konsumenakhir (Rp/ Kg)

Dari perhitungan diatas dapat diperoleh efisiensi pemasaran menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a. Apabila nilai Eps < 50%, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian efisien.
- b. Apabila nilai Eps > 50%, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian tidak efisien.
- c. Apabila nilai Eps = 50%, maka saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian efisien.

3.5. Definisi Operasional

1. Pemasaran kelapa sawit merupakan suatu proses aliran produk atau perpindahan produk mulai dari tangan produsen atau petani sampai ke tangan konsumen akhir atau PKS.
2. Petani kelapa sawit rakyat adalah petani yang mengelola atau membudidayakan tanaman kelapa sawit secara mandiri kemudian menjual hasil panennya ke pedagang besar atau PKS di Desa Parhundalian Jawadipar, Kecamatan Hatonduhan, Kabupaten Simalungun.

3. Rotasi panen adalah selang waktu yang diperlukan antara panen terakhir dengan panen berikutnya pada tempat yang sama. Pada daerah penelitian umumnya menggunakan rotasi panen 21 hari atau 3 minggu sekali,
4. Pedagang besar adalah suatu lembaga pemasaran yang membeli tandan buah segar kelapa sawit dari petani maupun dari pedagang pengumpul dan selanjutnya akan dijual ke konsumen akhir atau PKS (Rp/Kg/rotasi panen)
5. Saluran pemasaran adalah saluran yang terjadi pada proses pemasaran yang melibatkan lembaga pemasaran sehingga produk dalam bentuk tandan buah segar atau hasil panendapat sampai ketangan konsumen akhir (PKS).
6. Marjin pemasaran adalah selisih harga pada tingkat produsen atau petani dengan harga pada tingkat konsumen akhir (PKS) atau pedagang besar.
7. Harga jual adalah nilai penjualan kelapa sawit yang diukur dengan satuan Rp/Kg/Panen.
8. Harga beli adalah nilai pembelian kelapa sawit yang diukur dengan satuan Rp/Kg/Panen.
9. Biaya pemasaran adalah biaya total yang dikeluarkan untuk memasarkan produksi kelapa sawit dari produsen hingga ke konsumen (Rp/Kg).
10. *Farmer's share* adalah bagian harga yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran terhadap harga beli konsumen yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%)
11. Efisiensi pemasaran adalah target akhir yang ingin dicapai pada suatu proses pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat terjadi apabila sistem pemasarannya dapat memberikan kepuasan kepada pihak yang terlibat dalam sistem

pemasaran seperti produsen, konsumen akhir dan lembaga-lembaga pemasaran.

12. Ukuran efisien apabila saluran pemasaran $< 50\%$, dan tidak efisien apabila saluran pemasaran $> 50\%$.

3.5.1. Batasan Operasional

1. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Parhundalian Jawadipar, Kecamatan Hatonduhan, Kabupaten Simalungun.
2. Sampel penelitian ini yaitu petani kelapa sawit rakyat dan pedagang besar di Desa Parhundalian Jawadipar, Kecamatan Hatonduhan, Kabupaten Simalungun.
3. Sampel petani kelapa sawit rakyat yaitu petani yang memiliki luas lahan antara 1 – 10 Ha dan merupakan milik sendiri.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Lokasi dan Letak Daerah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Parhundalian Jawadipar yang berada di Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun yang terdapat di Provinsi Sumatera Utara. Menurut data secara geografis, Kecamatan Hatonduhan merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Simalungun dengan luas wilayahnya sebesar 320,74 km², berada pada 020 – 88'52040' LU dan 990 – 18'080 BT, 237,9 meter di atas permukaan laut. Wilayah Administrasi Pemerintahan Kecamatan Hatonduhan terdiri dari 9 desa yaitu Desa Bosar Nauli, Desa Tangga Batu, Desa Buntu Turunan, Desa Buntu Bayu, Desa Saribu Asih, Desa Jawa Tengah I, Desa Tonduhan, Desa Parhundalian Jawadipar, dan Desa Jawa Tengah II.

Desa Parhundalian Jawadipar merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Hatonduhan, memiliki luas wilayah 676 Ha dengan jumlah dusun sebanyak 4 dusun. Jarak kantor kepala desa Parhundalian Jawadipar ke ibukota kecamatan berjarak 8 km. Adapun batas wilayah Desa Parhundalian Jawadipar adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Marihat Mayang
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Hatonduhan
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Bayu Bagasan
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Asahan

Keadaan Penduduk

Penduduk Desa Parhundalian Jawadipar berjumlah sebanyak 1773 jiwa yang terdiri dari 497 Kepala Keluarga, seperti terlihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	923	52,1
2	Perempuan	850	47,9
Total		1773	100

Sumber: Kantor Kepala Desa Parhundalian Jawadipar, 2022

Berdasarkan Tabel 7, dapat dilihat bahwa jumlah penduduk yang terdapat di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun yaitu 1.773 jiwa dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 923 jiwa (52,1%) dan perempuan sebanyak 850 jiwa (47,9%).

Mata Pencaharian Penduduk

Di Desa Parhundalian Jawadipar terdapat berbagai jenis mata pencaharian warga untuk memenuhi kebutuhannya, seperti terlihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Petani Kelapa Sawit	335	54,0
2	Petani Karet	10	1,6
3	Buruh Tani	108	17,4
4	Buruh Pabrik	2	0,3
5	PNS	11	1,8
6	Pegawai Swasta	8	1,3
7	Wiraswasta	143	23,1
8	TNI	2	0,3
9	Dokter	1	0,2
Total		620	100

Sumber: Kantor Kepala Desa Parhundalian Jawadipar, 2022

Berdasarkan Tabel 8, dapat dilihat bahwa mata pencaharian penduduk yang terdapat di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun yang paling banyak yaitu penduduk yang mata pencahariannya

sebagai petani sebanyak 335 orang (54,0%), sedangkan mata pencaharian yang paling sedikit yaitu penduduk yang mata pencahariannya sebagai dokter sebanyak 1 orang (0,2%). Dapat disimpulkan bahwa mata pencaharian penduduk di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun adalah bekerja di sektor perkebunan kelapa sawit.

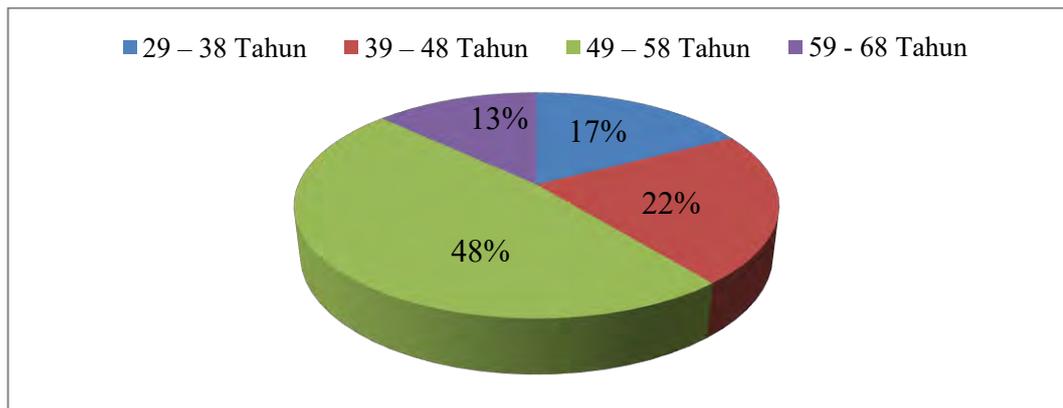
4.2. Karakteristik Responden

Karakteristik petani responden merupakan gambaran umum yang melatarbelakangi petani sampel dalam menjalankan usahatani kelapa sawit. Karakteristik petani sampel yang akan diuraikan meliputi umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, luas lahan, pengalaman dalam berusahatani kelapa sawit, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan.

4.2.1. Umur

Menurut Hasyim (2006), umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usahatani maupun berdagang, umur dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja. Apabila dalam kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal.

Menurut Badan Pusat Statistik, penduduk usia tidak produktif yaitu dibawah 15 tahun serta 65 tahun keatas dan usia produktif yaitu antara 15 – 64 tahun. Karakteristik sampel petani kelapa sawit rakyat berdasarkan usia di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



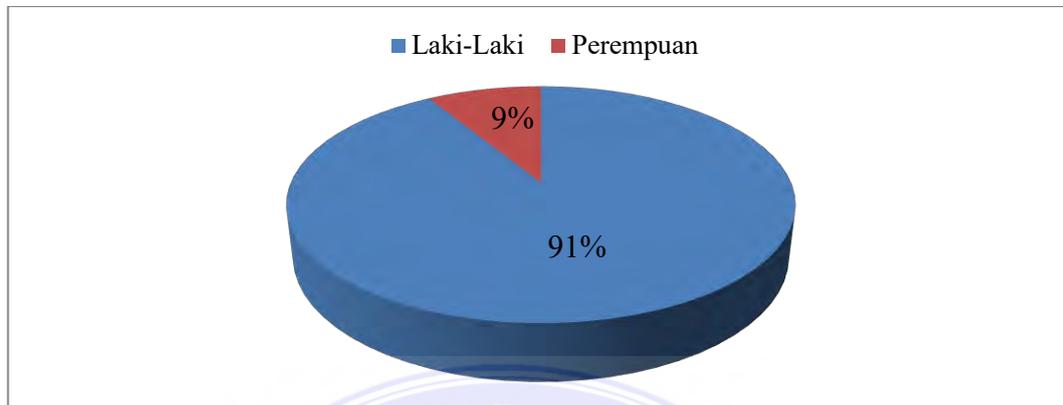
Gambar 2. Umur Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa umur sampel petani kelapa sawit di Desa Parhundalian Jawadipar yang paling banyak terdapat pada umur 49 – 58 tahun sebanyak 11 orang (48%), sedangkan yang paling sedikit terdapat pada umur 59 – 68 tahun sebanyak 3 orang (13%). Maka dapat disimpulkan bahwa petani di Desa Parhundalian Jawadipar berada pada kelompok usia produktif yang dimana seseorang masih dapat melakukan pekerjaannya dengan baik.

4.2.2. Jenis Kelamin

Menurut Hungu (2016) jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dengan laki-laki secara biologis sejak seorang itu dilahirkan. Perbedaan biologis dan fungsi biologis laki-laki dan perempuan tidak dapat dipertukarkan diantara keduanya, dan fungsinya tetap dengan laki-laki dan perempuan yang ada di muka bumi. Jenis kelamin petani secara tidak langsung dapat mempengaruhi usahatani kelapa sawit. Petani dengan jenis kelamin perempuan cenderung kurang maksimal dalam melakukan kegiatan usahatannya karena kemampuan fisik perempuan lebih rendah dibandingkan laki-laki. Petani dengan jenis kelamin perempuan dapat dikatakan kurang efisien dalam penggunaan faktor produksi dibandingkan dengan petani laki-laki. Karakteristik sampel petani kelapa sawit rakyat

berdasarkan jenis kelamin di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



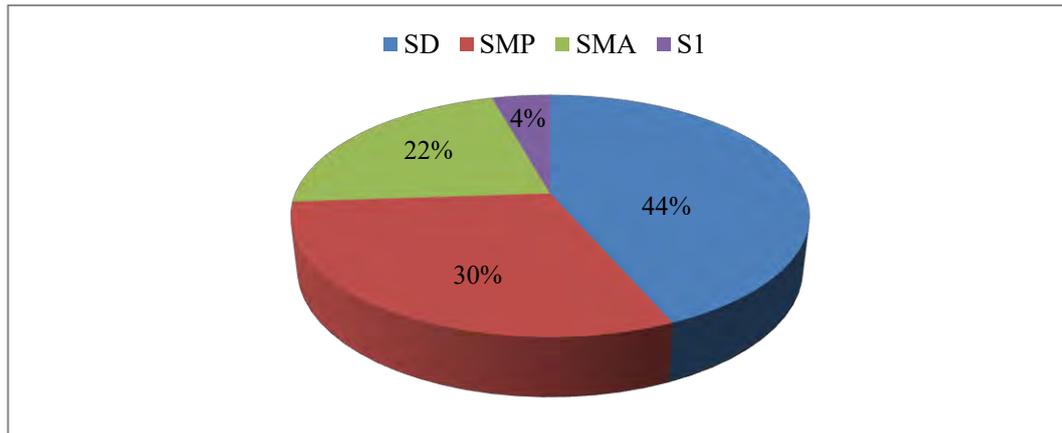
Gambar 3. Jenis Kelamin Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar

Berdasarkan Gambar 3, dapat diketahui bahwa petani laki-laki lebih banyak dibandingkan petani perempuan. Hal ini disebabkan kegiatan usahatani lebih banyak membutuhkan tenaga laki-laki seperti kegiatan pengolahan lahan, pemeliharaan, pemupukan, pengairan, panen dan pasca panen serta kemampuan fisik laki-laki lebih kuat dibandingkan dengan perempuan.

4.2.3. Tingkat Pendidikan

Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengetahui kualitas sumber daya manusia adalah tingkat pendidikan penduduk. Kemajuan suatu wilayah ditentukan beberapa faktor penting yang mencakup kualitas sumber daya manusia.

Dari hasil penelitian, karakteristik sampel petani kelapa sawit rakyat berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun dapat dilihat pada Gambar 4 berikut:



Gambar 4. Tingkat Pendidikan Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar

Berdasarkan Gambar 4, dapat dilihat bahwa sebagian besar sampel petani kelapa sawit di Desa Parhundalian Jawadipar merupakan tamatan SD sebanyak 10 orang (44%), sedangkan paling sedikit adalah tamatan S1 sebanyak 1 orang (4%). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan sampel petani di Desa Parhundalian Jawadipar masih relatif rendah.

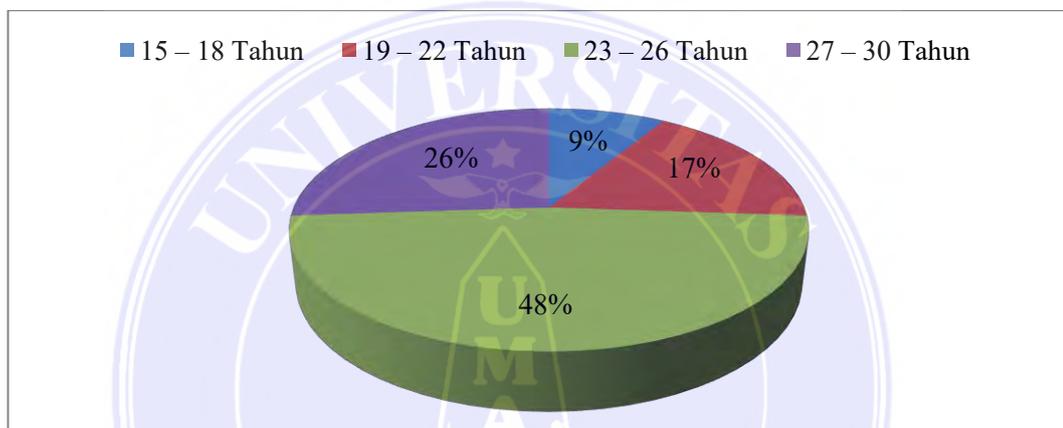
Rendahnya tingkat pendidikan petani akan berpengaruh terhadap perencanaan dalam mengelola usahatannya, hal ini akan mempengaruhi tingkat produksi yang dihasilkan petani tersebut. Semakin tinggi tingkat pendidikan petani maka kemampuan petani untuk meningkatkan pengelolaan usahatannya akan lebih baik terutama dari segi teknologi baru, pemahaman budidaya dan pemasaran. Untuk mengatasi hal tersebut, maka petani diharuskan untuk memperoleh pengetahuan tersebut dari pelatihan atau penyuluhan.

4.2.4. Pengalaman Bertani

Keberhasilan usahatani kelapa sawit tidak terlepas dari pengalaman petani dalam berusahatani kelapa sawit. Pengalaman petani kelapa sawit mempengaruhi terhadap tingkat pengelolaan lahan yang dilakukannya, petani mempunyai cara-cara tersendiri dalam melakukan usahanya. Semakin lama usahatani yang

dilakukan petani mengindikasikan bahwa petani telah melalui berbagai macam keadaan dalam menjalankan usahatannya. Pengalaman yang telah berlalu merupakan panduan bagi petani dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang, baik dalam usahatani kelapa sawit maupun pemasarannya.

Dari hasil penelitian, karakteristik sampel petani kelapa sawit rakyat berdasarkan pengalaman bertani di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun dapat dilihat pada Gambar 5 berikut:



Gambar 5. Tingkat Pengalaman Bertani Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar

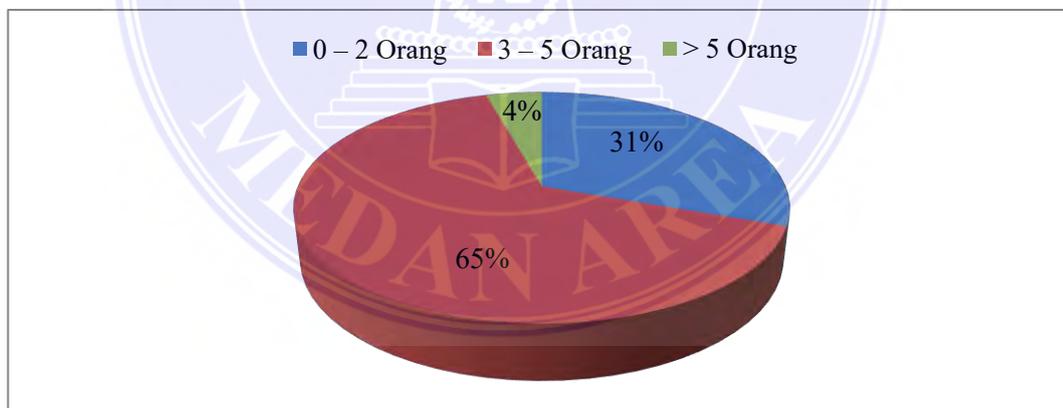
Berdasarkan Gambar 5, dapat dilihat bahwa pengalaman bertani petani kelapa sawit di Desa Parhundalian Jawadipar sudah cukup lama dan berpengalaman, dimana pengalaman petani terbanyak terdapat pada 23 – 26 tahun sebanyak 11 orang (48%), sedangkan yang sedikit terdapat pada kelompok 15 – 18 tahun sebanyak 2 orang (9%).

Pengalaman berusahatani erat kaitannya dengan keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berusahatani maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, secara langsung akan mempengaruhi produksi dan pendapatan petani tersebut.

4.2.5. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan bertani, semakin banyak jumlah tanggungan keluarga semakin banyak kebutuhan yang akan dipenuhi oleh petani. 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 seluruh anggota keluarga ini, petani harus berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatannya.

Dari hasil penelitian, karakteristik sampel petani kelapa sawit rakyat berdasarkan jumlah tanggungan keluarga di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun dapat dilihat pada Gambar 6 berikut:



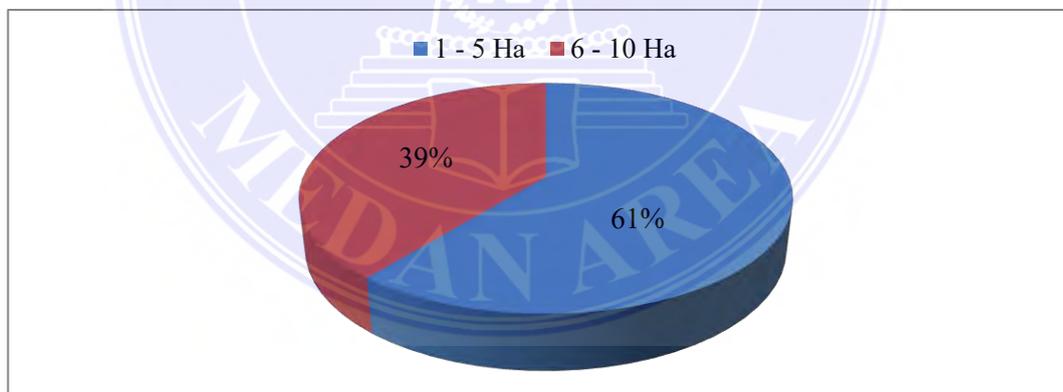
Gambar 6. Jumlah Tanggungan Keluarga Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar

Berdasarkan Gambar 6, dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan keluarga sampel petani kelapa sawit di Desa Parhundalian Jawadipar yang terbanyak terdapat pada 3 – 5 sebanyak 15 orang (65%), sedangkan untuk jumlah tanggungan yang terendah terdapat pada > 5 orang sebanyak 1 orang (4%).

Semakin banyak tanggungan maka semakin besar pula pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka dan begitu juga sebaliknya. Semakin banyak anggota keluarga akan semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau harus terpenuhi. Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan petani dalam berusahatani.

4.2.6. Luas Lahan

Luas lahan merupakan media tanam perkebunan yang diolah petani untuk kegiatan usahatani kelapa sawit di daerah Desa Parhundalian Jawadipar. Luas lahan berpengaruh pada jumlah produksi kelapa sawit yang akan dihasilkan serta pendapatan yang akan diperoleh petani. Karakteristik sampel berdasarkan luas lahan petani di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun terbagi dalam dua kelompok antara lain 1 – 5 Ha dan 6 – 10 Ha, dapat dilihat pada Gambar 7 berikut:



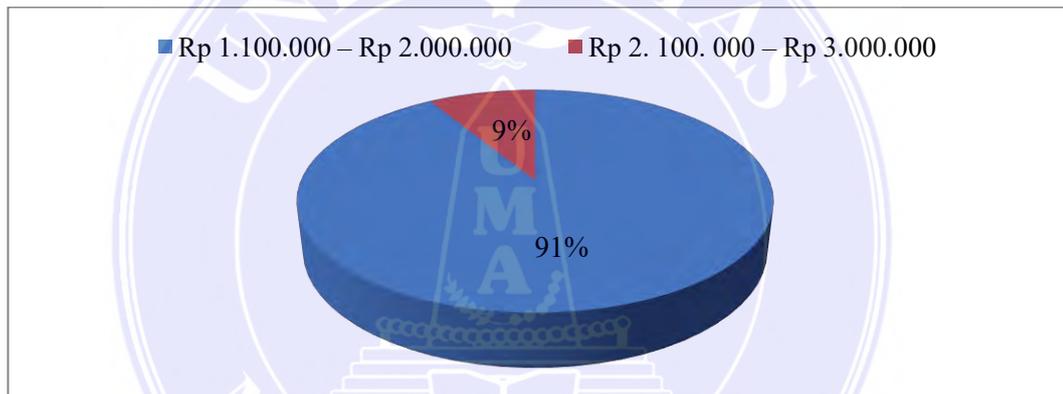
Gambar 7. Luas Lahan Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar

Berdasarkan Gambar 7, dapat dilihat bahwa luas lahan sampel petani kelapa sawit di Desa Parhundalian Jawadipar yang terbanyak terdapat pada luas lahan 1 – 5 Ha sebanyak 14 orang (61%), sedangkan yang paling sedikit terdapat pada luas lahan 6 – 10 Ha sebanyak 9 orang (39%). Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa

dalam penelitian yang dilakukan di Desa Parhundalian Jawadipar luas lahan tanam yang dimiliki oleh petani termasuk dalam kategori kecil sampai sedang.

4.2.7. Pendapatan

Pada penelitian ini, tingkat pendapatan petani kelapa sawit di Desa Parhundalian Jawadipar diketahui bahwa pendapatan terendah petani kelapa sawit adalah Rp 1.100.000 – Rp 2.000.000 dan pada pendapatan tertinggi petani kelapa sawit adalah Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000 Karakteristik petani kelapa sawit berdasarkan pendapatan petani di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun, dapat dilihat pada Gambar 8 berikut:



Gambar 8. Pendapatan Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar (Ha)

Berdasarkan Gambar 8, dapat dilihat bahwa pendapatan sampel petani kelapa sawit di Desa Parhundalian Jawadipar yang terbanyak yaitu Rp 1.100.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 21 orang (91%), sedangkan yang paling sedikit yaitu Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 2 orang (9%).

4.3. Karakteristik Lembaga Pemasaran

Pedagang besar berperan dalam proses pemasaran kelapa sawit rakyat yang ada di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun. Pada daerah penelitian terdapat 5 pedagang besar. Adapun karakteristik pedagang besar yang ada di Desa Parhundalian meliputi usia, tingkat

pendidikan, pengalaman berusaha, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan.

Secara lengkap karakteristik pedagang besar dapat dilihat pada Tabel 9 berikut:

Tabel 9. Karakteristik Sampel Pedagang Besar di Desa Parhundalian Jawadipar

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Usia		
	a. 30 – 40 Tahun	2	40
	b. >41 Tahun	3	60
2	Tingkat Pendidikan		
	a. SMA	2	40
	b. D1	1	20
	c. S1	2	40
3	Pengalaman Berusaha		
	a. < 1 Tahun	1	20
	b. 1 - 4 Tahun	2	40
	c. 5 - 8 Tahun	2	40
4	Jumlah Tanggungan Keluarga		
	1 - 3 Orang	5	100
5	Pendapatan		
	a. Rp 14.000.000 –Rp 17.000.000	3	60
	b. Rp 18.000.000 – Rp 21. 000.000	2	40

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat bahwa berdasarkan usia sampel pedagang besar yang terdapat pada usia 30 – 40 tahun sebanyak 2 orang (40%), sedangkan yang berusia > 41 tahun sebanyak 3 orang (60%). Dari segi umur semua pedagang besar masih usia produktif.

Berdasarkan tingkat pendidikan sampel pedagang besar, jenjang pendidikan terendah yaitu tamat SMA sebanyak 2 orang (40%), tamat D1 sebanyak 1 orang (20%), tamat S1 sebanyak 2 orang (40%).

Berdasarkan pengalaman berusaha sampel pedagang besar, yang terdapat pada kelompok pengalaman < 1 tahun sebanyak 1 orang (20%), kelompok pengalaman 1 – 4 tahun sebanyak 2 orang (40%), dan kelompok pengalaman 5 – 8 tahun sebanyak 2 orang (40%).

Berdasarkan jumlah tanggungan keluarga sampel pedagang besar, dapat diketahui bahwa sampel pedagang besar rata-rata telah berkeluarga dan memiliki tanggungan berkisar 1 – 3 orang.

Berdasarkan pendapatan sampel pedagang besar dapat diketahui bahwa pendapatan yang terbanyak yaitu Rp 14.000.000 –Rp 17.000.000 sebanyak 3 orang (60%), sedangkan yang terendah yaitu Rp 18.000.000 – Rp 21. 000.000 sebanyak 2 orang (40%).



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun terdiri dari 2 (dua) saluran pemasaran diantaranya:

- a. Saluran pemasaran langsung

Petani → Pabrik Kelapa Sawit

- b. Saluran pemasaran satu tingkat

Petani → Pedagang Besar → Pabrik Kelapa Sawit

2. Marjin pemasaran kelapa sawit pada saluran I dan II sebesar Rp 0/Kg dan Rp 134/Kg dan *farmer's share* pada saluran pemasaran I dan II sebesar 100% dan 94%.
3. Nilai efisiensi saluran pemasaran I dan II sebesar 8% dan 9% < 50% yang artinya kedua saluran pemasaran yang berada di Desa Parhundalian Jawadipar merupakan saluran pemasaran yang efisien. Namun, dalam penelitian ini saluran pemasaran I lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran II dikarenakan nilai efisiensi saluran pemasaran I lebih kecil.

6.2. Saran

1. Kepada petani dapat mengikuti perkembangan informasi pasar baik informasi yang berasal dari media ataupun informasi yang berasal dari lapangan langsung guna mengetahui dan menyikapi fluktuasi harga yang terjadi, informasi tersebut dapat diperoleh dari pedagang ataupun pabrik.

2. Kepada pemerintah setempat agar lebih memperhatikan infrastruktur jalan karena sebagian besar kondisi jalan yang kurang baik, dengan membaiknya infrastruktur jalan maka memudahkan untuk mengangkut hasil-hasil perkebunan dari petani ke pedagang besar maupun pabrik.



DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M, Harisudin, Setyowati, 2016. *Analisis Margin Pemasaran Temulawak Di Kabupaten Wonogiri*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Amir MT. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Andriyani, 2017. *Pemasaran Jeruk Kasturi (Citrus Madurensis Lour) (Studi Kasus: Desa Sukaraya Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang)*. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Anto, 2015. *Saluran Pemasaran Kacang Tanah di Desa Poncosari Kecamatan Srandakan Kabupaten Bantul*.
- Asmarantaka, Ratna Winandi. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Departemen Agribisnis FEM-IPB. Bogor.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Simalungun. 2018-2021. *Produksi Komoditi Perkebunan Rakyat di Kabupaten Simalungun*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Simalungun. 2019. *Luas Tanaman dan Produksi Menurut Jenis Tanaman Perkebunan Rakyat di Kecamatan Hatonduhan*.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. 2020. *Luas Tanaman dan Produksi Kelapa Sawit Tanaman Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten/Kota*.
- Dedy Adhan Noor. 2017. *Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kecamatan Long Ikis Kabupaten Paser*. Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman. Vol. 10, No. 1.
- Fajar,A.2012. *Sistem Tata Niaga Tandan Buah Segar di Kecamatan Wampu, Kabupaten Langkat Sumatera Utara*. Jurnal Agribisnis Sumatera Utara. ISSN : 1979-8164. Vol. 4 No. 2.
- Fauzi, Yan. 2012. *Budidaya, Pemanfaatan Hasil dan Limbah, Analisis Usaha dan Pemasaran Kelapa Sawit*. Penebar Swadaya, Depok
- Firdaus, dkk. 2020. *Analisis Margin Tataniaga dan Farmer's Share Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Kecamatan Babahroet Kabupaten Aceh Barat Daya*. Fakultas Pertanian. Universitas Abulyatama. ISSN: 2549-757X. Vol. 4, No. 2.
- Ginting, Paham. 2006. *Pemasaran Produk Pertanian*. USU Press. Medan.

- H. R. Wibowo. 2019. *Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat (Studi Kasus: Desa Asam Jawa Kecamatan Torgamba Kabupaten LabuhanBatu Selatan)*, UMSU, Medan.
- Irawan. 2017. *Analisis Efisiensi Pemasaran Nilam (Progestemon Cablin Bent) (StudiKasus: Desa Pantai Tinjau Kec. Sekerak Kab. Aceh Tamiang)*. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Kantor Desa Kecamatan Hatonduhan. 2021. *Data Jumlah Petani Kelapa Sawit Rakyat Menurut Desa di Kecamatan Hatonduhhan*
- Kantor Kepala Desa Parhundalian Jawadipar. 2022. *Data Penduduk Desa Parhundalian Jawadipar*.
- Lubis. 2021. *Efisiensi Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit (Elaeis guineensis Jacq) Rakyat (Studi Kasus Kecamatan Kampung Rakyat Kabupaten Labuhanbatu Selatan)*. Fakultas Pertanian Universitas Muammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Maulida. 2019. *Analisis Efisiensi Tata Niaga Tandan Buah Segar Kelapa Sawit (Elaeis guineensis) Kebun Rakyat di Desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupaten Padang Lawas*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Mulyadi. 2012. *Akutansi Biaya, Edisi Kelima*. UUP STIKM YKPN. Yogyakarta 2007. Sistem Akutansi, Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Nasution. 2021. *Analisis Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Sampean Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhanbatu Selatan Provinsi Sumatera Utara*. Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara. ISSN: 2089-8592. VOLUME 10 No. 1.
- Pahan, Iyung. 2010. *Panduan Lengkap Kelapa Sawit. Manajemen Agribisnis dari Hulu Hingga Hilir*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rangkuti. A, dkk. 2018. *Analisis Pemasaran Jeruk Manis (Citru Sinensis) Studi Kasus Desa Sidiangkat, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi*.
- Safriamat. 2021. *Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Di Desa Tasikka Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah*. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Setianingrum, A. dkk, 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi. ISBN 978-979-29-5280-3. Yogyakarta.

- Simanjuntak dan Zaini. 2019. *Analisis Tataniaga Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Desa Tempakan Kecamatan Batu Engau Kabupaten Paser*. Fakultas Pertanian. Universitas Mulawarman. Volume 2, Nomor 2.
- Sinaga et al. 2014. *Fluktuasi Harga pada Produk Pertanian*. Yogyakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Soekartawi, 2010. *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Soetriono dan Anik Suwandari. 2016. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Intimedia, Kelompok Intrans Publishing, Malang.
- Sudiyono, Armand, 2014. *Pemasaran pertanian*. Universitas Muhamadiyah Malang. Malang.
- Suwarto, Yuke Octavianty. 2012. *Budidaya Tanaman Perkebunan Unggulan*. Cetakan II. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Umar. 2005. *Metodologi Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Wigena, I.G.P., Sudrajat, Hermanto, 2018. *Pembangunan Perkebunan Kelapa Sawit*. PT. Idemedia Pustaka Utama. ISBN 978-602-50547-1-6. Bogor.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

KUISISIONER PENELITIAN
ANALISIS SALURAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TANDAN BUAH
SEGAR KELAPA SAWIT RAKYAT DI DESA PARHUNDALIAN
JAWADIPAR KECAMATAN HATONDUHAN KABUPATEN
SIMALUNGUN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i

Di

Tempat

Saya MELINI PUTRIANA SIRAIT (188220134) Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Program Studi Agribisnis, saat ini sedang melakukan penelitian di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan skripsi saya dan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian.

Untuk memenuhi syarat sempurna skripsi dengan baik peneliti memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dari kuisisioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi saya. Semua informasi yang diterima dari kuisisioner ataupun wawancara ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik Universitas Medan Area.

Demikian surat ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerja sama dari Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terimakasih.

KUISIONER PENELITIAN

A. KUISIONER UNTUK PETANI

a. Identitas Responden Petani

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Jumlah Tanggungan :

Umur Tanaman :

b. Daftar Pertanyaan Kepada Petani

1. Berapa lama pengalaman saudara dalam bertani kelapa sawit?

.....

2. Berapa luas lahan kebun kelapa sawit saudara?

.....

3. Berapa jumlah pendapatan saudara sekali dalam pemanenan?

.....

4. Berapa kali melakukan pemanenan kelapa sawit dalam sebulan?

.....

5. Untuk sekali panen berapa produksi yang saudara dapatkan (ton)?

.....

6. Berapa jumlah tenaga kerja saudara?

.....

7. Kemanakah saudara memasarkan hasil panen kelapa sawit saudara?

a) Pedagang Besar

b) Pabrik

8. Apa alasan utama saudara untuk menjual kepada mereka?

.....

9. Berapa harga jual yang anda peroleh bila menjual kepada mereka?

.....

10. Siapa yang menentukan harga jual antara saudara dengan mereka?

a) Petani

b) Pedagang Besar

c) Pabrik

11. Apakah harga tersebut sudah sesuai dengan harapan anda?

a) Ya

b) Tidak, Jika tidak apa alasan saudara?

.....

12. Apa alasan saudara tidak langsung menjual hasil panen ke pabrik?

.....

13. Apa saja biaya yang saudara keluarkan selama pemasaran?

.....

14. Kendala apa saja yang terjadi dalam pemasaran kelapa sawit saudara?

.....

B. KUISIONER UNTUK PEDAGANG BESAR

a. Identitas Responden Pedagang Besar

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Jumlah Tanggungan :

b. Daftar Pertanyaan Kepada Pedagang Besar

1. Sudah berapa lama bapak menjadi pedagang besar?

.....

2. Berapa jumlah pendapatan bapak dalam sebulan?

.....

3. Kemana bapak memasarkan kelapa sawit rakyat yang sudah bapak beli?

.....

4. Berapa kali dalam seminggu bapak melakukan penjualan tandan buah segar?

.....

5. Berapa kali bapak melakukan pembelian tandan buah segar?

.....

6. Berapa produksi bapak sekali melakukan penjualan tandan buah segar (ton)?

.....

7. Berapa jumlah tenaga kerja bapak?

.....
8. Berapa harga beli bapak kepada petani?

.....
9. Berdasarkan apa bapak menetapkan harga beli kepada petani?

.....
10. Berapa harga jual bapak ke pabrik?

.....
11. Berapa biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk 1 kali pemasaran?

a) Biaya bongkar muat :

b) Biaya transport :

c) Biaya lainnya :

12. Bagaimana cara bapak mendapatkan customer?
.....

Tanda Tangan Responden

(.....)

Lampiran 2. Karakteristik Sampel Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan	Jumlah Tanggungan (Orang)	Pengalaman (Tahun)	Luas Lahan (Ha)
1	Karten Siallagan	Laki-laki	56	SD	1	25	6
2	Avvir Sinaga	Laki-laki	50	SMP	6	20	2
3	Sonang Sirait	Laki-laki	48	SMK	3	21	8
4	Dippos Sitorus	Laki-laki	29	S1	1	15	6
5	Muster Sirait	Laki-laki	67	SD	1	30	2
6	Kelleng Sinaga	Perempuan	60	SD	2	27	2
7	Rolex Saragih	Laki-laki	55	SMP	4	24	6
8	Surung Sirait	Laki-laki	48	SMP	4	23	2
9	Judi Sirait	Laki-laki	56	SMP	2	24	2
10	Holden Sirait	Laki-laki	30	SMA	2	16	2
11	Saing Sirait	Laki-laki	48	SD	4	23	2
12	Muller Sirait	Laki-laki	55	SD	1	25	2
13	Lenni Tampubolon	Perempuan	38	SMA	3	20	3
14	Jalama Panjaitan	Laki-laki	59	SD	3	27	7
15	Mukmin Manurung	Laki-laki	45	SMA	4	23	6
16	Adiman Sirait	Laki-laki	53	SD	3	26	3
17	Nerton Sinurat	Laki-laki	55	SD	5	27	2
18	Lekson Sirait	Laki-laki	56	SMP	3	27	9
19	Jasirun Panjaitan	Laki-laki	48	SMP	4	23	6
20	Basani Sirait	Laki-laki	33	SMA	3	19	9
21	Kimon Sirait	Laki-laki	50	SD	4	23	4
22	Sudung Sirait	Laki-laki	51	SMP	5	24	2
23	Ketel Sirait	Laki-laki	55	SD	5	27	2
Total			1145		73	539	95
Rata-Rata			50		3	23	4

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 3. Harga Jual Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/ 3 Minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/ Kg)	Dijual Ke
1	Karten Siallagan	6	5.500	917	2.100	PKS SJS
2	Avvir Sinaga	2	2.000	1.000	1.970	RAM UD. Sinar Tenera
3	Sonang Sirait	8	6.200	775	2.100	PKS SJS
4	Dippos Sitorus	6	5.000	833	1.980	RAM UD. Tambun
5	Muster Sirait	2	2.000	1.000	1.970	RAM UD. Passur Napitu
6	Kelleng Sinaga	2	2.000	1.000	1.970	RAM UD. Deora Panjaitan
7	Rolex Saragih	6	6.000	1.000	2.120	PKS PPLI
8	Surung Sirait	2	2.000	1.000	1.970	RAM UD. Passur Napitu
9	Judi Sirait	2	2.000	1.000	1.980	RAM UD. Tambun
10	Holden Sirait	2	2.000	1.000	1.970	RAM UD. Deora Panjaitan
11	Saing Sirait	2	2.000	1.000	1.970	RAM UD. Deora Panjaitan
12	Muller Sirait	2	2.000	1.000	1.980	RAM UD. Tambun
13	Lenni Tampubolon	3	2.800	933	1.990	RAM UD. Sakti Tambun
14	Jalama Panjaitan	7	8.000	1.143	2.120	PKS PPLI
15	Mukmin Manurung	6	6.000	1.000	2.120	PKS PPLI
16	Adiman Sirait	3	2.000	667	1.970	RAM UD. Sinar Tenera
17	Nerton Sinurat	2	2.000	1.000	1.990	RAM UD. Sakti Tambun
18	Lekson Sirait	9	7.500	833	2.120	PKS PPLI
19	Jasirun Panjaitan	6	5.000	833	2.120	PKS PPLI
20	Basani Sirait	9	11.000	1.222	2.120	PKS PPLI
21	Kimon Sirait	4	3.000	750	1.980	RAM UD. Tambun
22	Sudung Sirait	2	1.800	900	1.990	RAM UD. Sakti Tambun
23	Ketel Sirait	2	2.000	1.000	1.990	RAM UD. Sakti Tambun
Total		95	89.800	21.807	46.590	
Rata-Rata		4	3.904	948	2.026	

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 4. Penerimaan Petani Kelapa Sawit di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/ 3 Minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/ 3 Minggu)	Penerimaan (Rp/Ha)
1	Karten Siallagan	6	5.500	917	2.100	11.550.000	1.925.700
2	Avvir Sinaga	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
3	Sonang Sirait	8	6.200	775	2.100	13.020.000	1.627.500
4	Dippos Sitorus	6	5.000	833	1.980	9.900.000	1.649.340
5	Muster Sirait	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
6	Kelleng Sinaga	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
7	Rolex Saragih	6	6.000	1.000	2.120	12.720.000	2.120.000
8	Surung Sirait	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
9	Judi Sirait	2	2.000	1.000	1.980	3.960.000	1.980.000
10	Holden Sirait	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
11	Saing Sirait	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
12	Muller Sirait	2	2.000	1.000	1.980	3.960.000	1.980.000
13	Lenni Tampubolon	3	2.800	933	1.990	5.572.000	1.856.670
14	Jalama Panjaitan	7	8.000	1.143	2.120	16.960.000	2.423.160
15	Mukmin Manurung	6	6.000	1.000	2.120	12.720.000	2.120.000
16	Adiman Sirait	3	2.000	667	1.970	3.940.000	1.313.990
17	Nerton Sinurat	2	2.000	1.000	1.990	3.980.000	1.990.000
18	Lekson Sirait	9	7.500	833	2.120	15.900.000	1.765.960
19	Jasirun Panjaitan	6	5.000	833	2.120	10.600.000	1.765.960
20	Basani Sirait	9	11.000	1.222	2.120	23.320.000	2.590.640
21	Kimon Sirait	4	3.000	750	1.980	5.940.000	1.485.000
22	Sudung Sirait	2	1.800	900	1.990	3.582.000	1.791.000
23	Ketel Sirait	2	2.000	1.000	1.990	3.980.000	1.990.000
Total		95	89.800	21.807	46.590	185.244.000	44.194.920
Rata-Rata		4	3.904	948	2.026	8.054.087	1.921.518

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 5. Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/ 3 Minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Biaya Pemasaran			Jumlah Biaya (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/ 3 Minggu)	Total Biaya (Rp/Ha)
					Transportasi (Rp/Kg)	Bongkar & Muat (Rp/Kg)	SPB (Rp/Kg)			
1	Karten Siallagan	6	5.500	917	120	30	30	180	990.000	165.060
2	Sonang Sirait	8	6.200	775	120	30	30	180	1.116.000	139.500
3	Rolex Saragih	6	6.000	1.000	120	30	30	180	1.080.000	180.000
4	Jalama Panjaitan	7	8.000	1.143	130	20	30	180	1.440.000	205.740
5	Mukmin Manurung	6	6.000	1.000	120	30	30	180	1.080.000	180.000
6	Lekson Sirait	9	7.500	833	130	20	30	180	1.350.000	149.940
7	Jasirun Panjaitan	6	5.000	833	120	30	30	180	900.000	149.940
8	Basani Sirait	9	11.000	1.222	130	20	30	180	1.980.000	219.960
Total		57	55.200	7.723	990	210	240	3.040	9.936.000	1.390.140
Rata-Rata		7	6.900	965	124	26	30	380	1.242.000	173.767

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 6. Penerimaan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/ 3 Minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/ 3 Minggu)	Penerimaan (Rp/Ha)
1	Karten Siallagan	6	5.500	917	2.100	11.550.000	1.925.000
2	Sonang Sirait	8	6.200	775	2.100	13.020.000	1.627.500
3	Rolex Saragih	6	6.000	1.000	2.120	12.720.000	2.120.000
4	Jalama Panjaitan	7	8.000	1.143	2.120	16.960.000	2.423.160
5	Mukmin Manurung	6	6.000	1.000	2.120	12.720.000	2.120.000
6	Lekson Sirait	9	7.500	833	2.120	15.900.000	1.765.960
7	Jasirun Panjaitan	6	5.000	833	2.120	10.600.000	1.765.960
8	Basani Sirait	9	11.000	1.222	2.120	23.320.000	2.590.640
Total		57	55.200	7.723	16.920	116.790.000	16.338.220
Rata-Rata		7	6.900	965	2.115	14.598.750	2.042.278

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 7. Pendapatan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama	Penerimaan (Rp/ 3 Minggu)	Biaya (Rp/3 Minggu)	Penerimaan (Rp/Ha)	Biaya (Rp/Ha)	Pendapatan (Rp/ 3 Minggu)	Pendapatan (Rp/Ha)
1	Karten Siallagan	11.550.000	990.000	1.925.000	165.060	10.560.000	1.759.940
2	Sonang Sirait	13.020.000	1.116.000	1.627.500	139.500	11.904.000	1.488.000
3	Rolex Saragih	12.720.000	1.080.000	2.120.000	180.000	11.640.000	1.940.000
4	Jalama Panjaitan	16.960.000	1.440.000	2.423.160	205.740	15.520.000	2.217.420
5	Mukmin Manurung	12.720.000	1.080.000	2.120.000	180.000	11.640.000	1.940.000
6	Lekson Sirait	15.900.000	1.350.000	1.765.960	149.940	14.550.000	1.616.020
7	Jasirun Panjaitan	10.600.000	900.000	1.765.960	149.940	9.700.000	1.616.020
8	Basani Sirait	23.320.000	1.980.000	2.590.640	219.960	21.340.000	2.370.680
Total		116.790.000	9.936.000	16.338.220	1.390.140	106.854.000	14.948.080
Rata-Rata		14.598.750	1.242.000	2.042.278	173.767	13.356.750	1.868.510

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 8. Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/ 3 Minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Biaya Pemasaran	Jumlah Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/ 3 Minggu)	Total Biaya Pemasaran (Rp/ Ha)
					Transportasi (Rp/Kg)			
1	Avvir Sinaga	2	2.000	1.000	100	100	200.000	100.000
2	Dippos Sitorus	6	5.000	833	100	100	500.000	83.300
3	Muster Sirait	2	2.000	1.000	100	100	200.000	100.000
4	Kelleng Sinaga	2	2.000	1.000	100	100	200.000	100.000
5	Surung Sirait	2	2.000	1.000	100	100	200.000	100.000
6	Judi Sirait	2	2.000	1.000	100	100	200.000	100.000
7	Holden Sirait	2	2.000	1.000	100	100	200.000	100.000
8	Saing Sirait	2	2.000	1.000	100	100	200.000	100.000
9	Muller Sirait	2	2.000	1.000	100	100	200.000	100.000
10	Lenni Tampubolon	3	2.800	933	100	100	280.000	93.300
11	Adiman Sirait	3	2.000	667	100	100	200.000	66.700
12	Nerton Sinurat	2	2.000	1.000	100	100	200.000	100.000
13	Kimon Sirait	4	3.000	750	100	100	300.000	75.000
14	Sudung Sirait	2	1.800	900	100	100	180.000	90.000
15	Ketel Sirait	2	2.000	1.000	100	100	200.000	100.000
Total		38	34.600	14.083	1.500	1.500	3.460.000	1.408.300
Rata-Rata		2,5	2.307	939	100	100	230.667	93.887

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 9. Penerimaan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/ 3 Minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/ 3 Minggu)	Penerimaan (Rp/Ha)
1	Avvir Sinaga	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
2	Dippos Sitorus	6	5.000	833	1.980	9.900.000	1.649.340
3	Muster Sirait	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
4	Kelleng Sinaga	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
5	Surung Sirait	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
6	Judi Sirait	2	2.000	1.000	1.980	3.960.000	1.980.000
7	Holden Sirait	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
8	Saing Sirait	2	2.000	1.000	1.970	3.940.000	1.970.000
9	Muller Sirait	2	2.000	1.000	1.980	3.960.000	1.980.000
10	Lenni Tampubolon	3	2.800	933	1.990	5.572.000	1.856.670
11	Adiman Sirait	3	2.000	667	1.970	3.940.000	1.313.990
12	Nerton Sinurat	2	2.000	1.000	1.990	3.980.000	1.990.000
13	Kimon Sirait	4	3.000	750	1.980	5.940.000	1.485.000
14	Sudung Sirait	2	1.800	900	1.990	3.582.000	1.791.000
15	Ketel Sirait	2	2.000	1.000	1.990	3.980.000	1.990.000
Total		38	34.600	14.083	29.670	68.454.000	27.856.000
Rata-Rata		2,5	2.307	939	1.978	4.563.600	1.857.067

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 10. Pendapatan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama	Penerimaan (Rp/ 3 Minggu)	Total Biaya (Rp/3 Minggu)	Penerimaan (Rp/Ha)	Total Biaya (Rp/Ha)	Pendapatan (Rp/ 3 Minggu)	Pendapatan (Rp/Ha)
1	Avvir Sinaga	3.940.000	200.000	1.970.000	100.000	3.740.000	1.870.000
2	Dippos Sitorus	9.900.000	500.000	1.649.340	83.300	9.400.000	1.566.040
3	Muster Sirait	3.940.000	200.000	1.970.000	100.000	3.740.000	1.870.000
4	Kelleng Sinaga	3.940.000	200.000	1.970.000	100.000	3.740.000	1.870.000
5	Surung Sirait	3.940.000	200.000	1.970.000	100.000	3.740.000	1.870.000
6	Judi Sirait	3.960.000	200.000	1.980.000	100.000	3.760.000	1.880.000
7	Holden Sirait	3.940.000	200.000	1.970.000	100.000	3.740.000	1.870.000
8	Saing Sirait	3.940.000	200.000	1.970.000	100.000	3.740.000	1.870.000
9	Muller Sirait	3.960.000	200.000	1.980.000	100.000	3.760.000	1.880.000
10	Lenni Tampubolon	5.572.000	280.000	1.856.670	93.300	5.292.000	1.763.370
11	Adiman Sirait	3.940.000	200.000	1.313.990	66.700	3.740.000	1.247.290
12	Nerton Sinurat	3.980.000	200.000	1.990.000	100.000	3.780.000	1.890.000
13	Kimon Sirait	5.940.000	300.000	1.485.000	75.000	5.640.000	1.410.000
14	Sudung Sirait	3.582.000	180.000	1.791.000	90.000	3.402.000	1.701.000
15	Ketel Sirait	3.980.000	200.000	1.990.000	100.000	3.780.000	1.890.000
Total		68.454.000	3.460.000	27.856.000	1.408.300	64.994.000	26.447.700
Rata-Rata		4.563.600	230.667	1.857.067	93.887	4.332.933	1.763.180

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 11. Karakteristik Pedagang Besar di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama	Usia (Tahun)	Pendidikan	Pengalaman	Jumlah Tanggungan (Orang)
1	Moden Panjaitan	30	SMA	2 Tahun	2
2	Maslan Tambunan	50	S1	2 Tahun	2
3	Rajisten Sitorus	37	S1	6 Tahun	1
4	Sanuddin Tambunan	54	SMA	4 bulan	2
5	Ismail Sirait	42	D1	8 Tahun	3

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 12. Biaya Pemasaran Pedagang Besar di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama RAM	Penimbang (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Muat (Rp/Kg)	Bongkar (Rp/Kg)	SPB (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	UD. Deora Panjaitan	6	28	24	13	30	101
2	UD. Tambun	6	30	25	13	30	104
3	UD. Passur Napitu	6	28	25	13	30	102
4	UD. Sakti Tambun	6	26	22	13	30	97
5	UD. Sinar Tenera	6	20	23	13	30	92
Total		30	132	119	65	150	496
Rata Rata		6	26	24	13	30	99

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 13. Pendapatan Pedagang Besar di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Nama RAM	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)	Profit (Rp/Kg)	Muatan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	UD. Deora Panjaitan	2.120	101	2.019	8.000	16.960.000	808.000	16.152.000
2	UD. Tambun	2.120	104	2.016	10.000	21.200.000	1.040.000	20.160.000
3	UD. Passur Napitu	2.100	102	1.998	8.000	16.800.000	816.000	15.984.000
4	UD. Sakti Tambun	2.120	97	2.023	10.000	21.200.000	970.000	20.230.000
5	UD. Sinar Tenera	2.120	92	2.028	7.000	14.840.000	644.000	14.196.000
Total		10.580	496	10.084	43.000	91.000.000	4.278.000	86.722.000
Rata-Rata		2.116	99	2.017	8.600	18.200.000	855.600	17.344.400

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 14. Harga Beli, Harga Jual, Marjin Pemasaran, dan *Farmer's Share* Pada Saluran Pemasaran II di Desa Parhundalian Jawadipar

No.	Pedagang Besar	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Marjin Pemasaran (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1	UD. Sakti Tambun	1.990	2.120	130	94
2	UD. Sinar Tenera	1.970	2.120	150	93
3	UD. Tambun	1.980	2.120	140	93
4	UD. Deora Panjaitan	1.970	2.120	150	93
5	UD. Passur Napitu	1.970	2.100	130	94
Total		9.880	10.580	700	467
Rata-Rata		1.976	2.116	140	93,4

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

**Lampiran 15. Analisis Pemasaran TBS Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II
Pedagang Besar UD. Sakti Tambun**

No.	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual		1990	94
	Biaya Pemasaran:			
	Transportasi	100		4.7
	Total biaya	100		4.7
	Keuntungan Pemasaran		1890	89.1
2	Pedagang Besar			
	Biaya Pemasaran:			
	Harga beli pedagang besar		1990	94
	Penimbang	6		0.3
	Transportasi	26		1.2
	Muat	22		1.0
	Bongkar	13		0.6
	SPB	30		1.4
	Total biaya pemasaran	97		4.6
3	Keuntungan Pemasaran		2023	95.4
4	Harga Jual Pedagang Besar		2120	100
5	Harga Beli PKS PPLI		2120	100
6	Marjin Pemasaran		130	6.1

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

**Lampiran 16. Analisis Pemasaran TBS Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II
Pedagang Besar UD. Sinar Tenera**

No.	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	Petani			
	Harga jual		1970	93
	Biaya Pemasaran:			
	Transportasi	100		4.7
	Total biaya	100		4.7
	Keuntungan Pemasaran		1870	88.2
2	Pedagang Besar			
	Biaya pemasaran:			
	Harga beli pedagang besar		1970	93
	Penimbang	6		0.3
	Transportasi	20		0.9
	Muat	23		1.1
	Bongkar	13		0.6
	SPB	30		1.4
	Total biaya pemasaran	92		4.3
3	Keuntungan Pemasaran		2028	95.7
4	Harga Jual Pedagang Besar		2120	100
5	Harga Beli PKS PPLI		2120	100
6	Marjin Pemasaran		150	7.1

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

**Lampiran 17. Analisis Pemasaran TBS Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II
Pedagang Besar UD. Tambun**

No.	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual		1980	93
	Biaya Pemasaran:			
	Transportasi	100		4.7
	Total biaya	100		4.7
	Keuntungan Pemasaran		1880	88.7
2	Pedagang Besar			
	Biaya Pemasaran:			
	Harga beli pedagang besar		1980	93
	Penimbang	6		0.3
	Transportasi	30		1.4
	Muat	25		1.2
	Bongkar	13		0.6
	SPB	30		1.4
	Total biaya pemasaran	104		4.9
3	Keuntungan Pemasaran		2016	1.7
4	Harga Jual Pedagang Besar		2120	100
5	Harga Beli PKS PPLI		2120	100
6	Marjin Pemasaran		140	6.6

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

**Lampiran 18. Analisis Pemasaran TBS Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II
Pedagang Besar UD. Passur Napitu**

No.	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual		1970	94
	Biaya Pemasaran:			
	Transportasi	100		4.8
	Total biaya	100		4.8
	Keuntungan Pemasaran		1870	89.0
2	Pedagang Besar			
	Biaya Pemasaran:			
	Harga beli pedagang besar		1970	94
	Penimbang	6		0.3
	Transportasi	28		1.3
	Muat	25		1.2
	Bongkar	13		0.6
	SPB	30		1.4
	Total biaya pemasaran	102		4.9
3	Keuntungan Pemasaran		1998	95.1
4	Harga Jual Pedagang Besar		2100	100
5	Harga Beli PKS AIP		2100	100
6	Marjin Pemasaran		130	6.2

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

**Lampiran 19. Analisis Pemasaran TBS Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II
Pedagang Besar UD. Deora Panjaitan**

No.	Uraian	Biaya (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual		1970	93
	Biaya Pemasaran:			
	Transportasi	100		4.7
	Total biaya	100		4.7
	Keuntungan Pemasaran		1870	88.2
2	Pedagang Besar			
	Biaya Pemasaran:			
	Harga beli pedagang besar		1970	93
	Penimbang	6		0.3
	Transportasi	28		1.3
	Muat	24		1.1
	Bongkar	13		0.6
	SPB	30		1.4
	Total biaya pemasaran	101		4.8
3	Keuntungan Pemasaran		2019	95.2
4	Harga Jual Pedagang Besar		2120	100
5	Harga Beli PKS PPLI		2120	100
6	Marjin Pemasaran		150	7.1

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Lampiran 20. Dokumentasi Penelitian



Gambar 11. Wawancara dengan Petani Responden 1



Gambar 12. Wawancara dengan Petani Responden 2



Gambar 13. Wawancara dengan Petani Responden 3



Gambar 14. Wawancara dengan Petani Responden 4



Gambar 15. Wawancara dengan UD. Passur Napitu



Gambar 16. Wawancara dengan UD. Sinar Tenera



Gambar 17. Wawancara dengan UD. Deora Panjaitan



Gambar 18. Wawancara dengan UD. Tambun



Gambar 19. Wawancara dengan UD. Sakti Tambun



Gambar 20. Proses Sortasi TBS di Pedagang Besar



Gambar 21. TBS Yang Dapat Dijual ke Pabrik Kelapa Sawit



Gambar 22. TBS Yang Tidak Dapat Dijual ke Pabrik Kelapa Sawit



Gambar 23. Pemanenan Kelapa Sawit



Gambar 24. Pengangkutan TBS ke TPH



Gambar 25. TBS Yang Akan Dijual ke Pabrik Kelapa Sawit

Lampiran 21. Surat Pengantar Penelitian Dari Fakultas



Nomor : 2315/FP.1/01.10/IX/2022

07 September 2022

Lamp. : -

Hal : Pengambilan Data/Riset

Yth. Kepala Desa Parhundalian Jawadipar
Kecamatan Hatonduhan
Kabupaten Simalungun

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Melini Putriana Sirait
NIM : 188220134
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun untuk kepentingan skripsi berjudul **"Analisis Saluran Dan Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun"**

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

UNIVERSITAS
MEDAN AREA
FAKULTAS PERTANIAN

Dr. Ir. Zulheri Noer, MP

Tembusan:

1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip

Scanned by TapScanner

Lampiran 22. Surat Selesai Pengambilan Data



**PEMERINTAH KABUPATEN SIMALUNGUN
KECAMATAN HATONDUHAN
NAGORI PARHUNDALIAN JAWADIPAR**

Kode Pos: 21181

Parhundalian, 15 Oktober 2022

Nomor : 070/ 575/PJ/2022

Lamp :-

Perihal : Surat Keterangan Selesai Pengambilan data/Riset

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Pertanian

Universitas Medan Area

Dengan hormat,

Berdasarkan surat dari Universitas Medan Area Fakultas Pertanian nomor: 2315/FP.1/01.10/IX/2022 Hal : Pengambilan Data/ Riset, dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka dengan ini kami sampaikan bahwa:

Nama : Melini Putriana Sirait

NPM : 188220134

Program Studi : Agribisnis

Telah selesai melakukan penelitian dan pengambilan data di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun selama 1 bulan terhitung mulai dari tanggal 12 September 2022 sampai tanggal 12 Oktober 2022, untuk memperoleh data dalam rangka kepentingan penyusunan skripsi yang berjudul **"Analisis Saluran Dan Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Di Desa Parhundalian Jawadipar Kecamatan Hatonduhan Kabupaten Simalungun"**

Demikian surat ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Terimakasih.

PANGULU
PARHUNDALIAN JAWADIPAR

SAHLAN TAMBUNAN

Scanned by TapScanner