

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN KELAPA SAWIT
RAKYAT DI KELURAHAN PEMATANG PUDU
KECAMATAN MANDAU KABUPATEN BENGKALIS**

SKRIPSI

OLEH:

DICKY FERNANDO SITOMPUL

198220099



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/2/25

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)5/2/25

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN KELAPA SAWIT
RAKYAT DI KELURAHAN PEMATANG PUDU
KECAMATAN MANDAU KABUPATEN BENGKALIS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Universitas Medan Area

OLEH

DICKY FERNANDO SITOMPUL

198220099

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

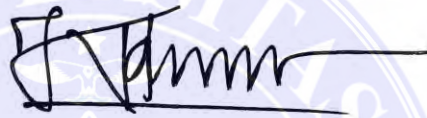
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Kelurahan
Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis
Nama : Dicky Fernando Sitompul
NPM : 19820099
Fakultas : Pertanian

Disetujui oleh :

Komisi Pembimbing



(Drs. Khairul Saleh, MMA)
Dosen Pembimbing

Diketahui oleh :



(Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si)
Dekan Fakultas Pertanian



(Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc)
Ketua Program Studi Agribisnis

Tanggal Lulus : 8 Agustus 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya mengatakan 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 di tuliskan 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.

Medan : 5 November 2024



Dicky Fernando Sitompul

198220099

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGA AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dicky Fernando Sitompul

NIM : 198220099

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 PEMASARAN KELAPA SAWIT RAKYAT DI KELURAHAN PEMATANG PUDU KECAMATAN MANDAU KABUPATEN BENGKALIS" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan 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 : Medan
Pada tanggal : 5 November 2024
Yang menyatakan



(Dicky Fernando Sitompul)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian 1) Untuk mengetahui saluran pemasaran kelapa sawit rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis, 2) Untuk mengetahui besar margin pemasaran dan *Farmer's share* saluran pemasaran kelapa sawit rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis, 3) Untuk mengetahui bagaimana tingkat efisiensi saluran pemasaran kelapa rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis. Metode penelitian yang digunakan observasi dan wawancara langsung kepada responden menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu Purposive dan *snowball sampling* dimana jumlah populasi petaninya 191 petani, sampel diambil dengan rumus sovlin yaitu 36 petani, 6 orang pedagang pengumpul, dan 1 orang pedagang besar. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 saluran pemasaran, saluran yang pertama dengan margin pemasaran Rp 200/Kg, dengan jumlah *Farmer's share* 80%, Kemudian dikatakan efisien karena hasil efisiensi pemasaran $8\% < 50\%$. Saluran Pemasaran Kedua dengan Margin pemasaran Rp 200/Kg, dengan jumlah *Farmer's share* 90%, Kemudian dikatakan efisien karena hasil efisiensi pemasaran $10\% < 50\%$.

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

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) To identify the marketing channels of smallholder palm oil in Pematang Pudu Village, Mandau District, Bengkalis Regency, 2) To determine the size of the marketing margin and Farmer's share of smallholder palm oil marketing channels in Pematang Pudu Village, Mandau District, Bengkalis Regency, 3) To analyze the efficiency level of smallholder palm oil marketing channels in Pematang Pudu Village, Mandau District, Bengkalis Regency. The research method used was observation and direct interviews with respondents using a questionnaire. The sampling technique in this research was purposive and snowball sampling, with a population of 191 farmers, and a sample of 36 farmers, 6 collectors, and 1 large trader, selected using the Slovin formula. The results of the research showed that there were 2 marketing channels. The first channel had a marketing margin of IDR 200/Kg, with a Farmer's share of 80%, and was considered efficient as the marketing efficiency result was 8%, which is < 50%. The second marketing channel had a marketing margin of IDR 200/Kg, with a Farmer's share of 90%, and was also considered efficient as the marketing efficiency result was 10%, which is < 50%.

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



RIWAYAT HIDUP

Dicky Fernando Sitompul dilahirkan pada tanggal 17 Oktober 1997 di Di Kelurahan Babussalam Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis. Anak ke dua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Bersama Johannes Sitompul dan Ibu Misna Deli Suryani Harahap.

Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 018 Babussalam dan Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 4 Mandau, selanjutnya pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 8 Mandau.

Pada bulan September 2019, menjadi mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada Progam Studi Agribisnis.

Selama mengikuti perkuliahan penulis pernah mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Perkebunan Nusantara II pada tahun 2022.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal usulan penelitian ini dengan judul “ Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis, (Studi Kasus : Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau)” yang merupakan salah satu syarat kelulusan srata satu pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan area. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang banyak membantu dalam kesempurnaan penulisan proposal penelitian ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Siswa Panjang Hernosa, Sp, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Ibu Merizha Nurcahyani, M.Sc. selaku Ketua program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
3. Bapak Drs. Khairul Saleh, MMA selaku komisi pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyusun Proposal Penelitian ini.
4. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staf dan pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Kedua Orangtua ayah dan ibu tercinta atas jerih payah dan doa serta dorongan moril dan materi kepada penulis.
6. Seluruh teman-teman khususnya program studi Agribisnis Stambuk 2019 yang telah membantu dan memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini.
7. Semua pihak yang telah membantu selama menyusun proposal penelitian ini yang tidak dapat ditulis satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam proposal ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan proposal ini. Akhir kata kiranya proposal

penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan, sekian dan terimakasih.

Penulis



(Dicky Fernando Sitompul)



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Kerangka Pemikiran.....	11
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Kelapa Sawit.....	13
2.2. Potensi Kelapa Sawit.....	14
2.3. Saluran Pemasaran.....	14
2.4. Biaya Pemasaran	17
2.5. Margin Pemasaran	17
2.6. <i>Farmer's Share</i>	18
2.7. Fungsi Pemasaran.....	19
2.8. Efisiensi Pemasaran.....	20
2.9. Penelitian Terdahulu.....	22
III. METODE PENELITIAN	24
3.1. Metode Penelitian.....	24
3.2. Lokasi Penelitian	24
3.3. Populasi dan Sampel.....	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data	25

3.5 Teknik Analisis Data	25
3.6. Definisi Operasional Variabel	27
3.7 Batasan Operasional	28
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	29
4.1 Lokasi dan Letak Daerah Penelitian	29
4.2. Karakteristik Responden	31
4.2.1. Umur	31
4.2.2. Jenis Kelamin	32
4.2.3. Tingkat Pendidikan	33
4.2.4. Pengalaman Bertani	34
4.2.5. Jumlah Tanggungan Keluarga	35
4.2.6. Luas Lahan	37
4.2.7. Pendapatan	38
4.3 Karakteristik Lembaga Pemasaran	39
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
5.1. Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis	41
5.1.1. Saluran Pemasaran I	42
5.1.2 Saluran Pemasaran II	44
5.1.3 Fungsi-Fungsi Pemasaran	46
5.2. Biaya Pemasaran Kelapa Sawit	49
5.2.1 Biaya Pemasaran Petani Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Pematang Pudu	49
5.2.2. Biaya Pemasaran Petani Pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Pematang Pudu.	50
5.2.3. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Saluran I di Kelurahan Pematang Pudu	52
5.2.4. Biaya Pemasaran Pedagang Besar Saluran II di Kelurahan Pematang Pudu	53
5.3. Marjin Pemasaran dan <i>Farmer's Share</i> Kelapa Sawit	54
5.3.1. Marjin Pemasaran Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu	54
5.3.2. <i>Farmer's Share</i> Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu	56
5.4. Efisiensi Pemasaran TBS Kelapa Sawit	58

5.5. Pembahasan	60
5.5.1. Saluran Pemasaran.....	60
5.5.2. Margin Pemasaran dan <i>Farmer's Share</i>	61
5.5.3. Efisiensi Pemasaran	62
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
6.1. Kesimpulan.....	64
6.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	67



DAFTAR TABEL

Nomor	Keterangan	Halaman
1.	Luas Tanaman Areal dan Produksi Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat di Provinsi Riau Tahun 2019-2021.....	3
2.	Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit Rakyat Menurut Kecamatan di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.....	5
3.	Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit Rakyat Di Kelurahan/Desa Kecamatan Mandau Tahun 2021.....	5
4.	Harga pemasaran tandan buah segar (TBS) di Kelurahan Pematang	20
5.	Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.....	30
6.	Karakteristik sampel Pedagang Besar dan Pedagang Pengumpul di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.	39
7.	Fungsi-Fungsi Pemasaran TBS Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran Di Kelurahan Pematang Pudu.....	47
8.	Rata-rata Biaya Pemasaran Petani per Ha Pada Tingkat Saluran I di Kelurahan Pematang Pudu.....	50
9.	Rata-rata Biaya pemasaran petani per Ha pada tingkat saluran II di Kelurahan Pematang Pudu.....	51
10.	Rata-rata Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Pematang Pudu	52
11.	Rata-rata Biaya Pemasaran Pedagang Besar pada Saluran Pemasaran II....	53
12.	Margin Pemasaran TBS Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Pematang Pudu.....	54
13.	Margin Pemasaran TBS Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Pematang Pudu.....	55
14.	<i>Farmer's Share</i> Pemasaran Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Pematang Pudu.....	57
15.	<i>Farmer's Share</i> Pemasaran Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Pematang Pudu.....	57
16.	Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Pematang Pudu.	59
17.	Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit pada Saluran II di Kelurahan Pematang Pudu	59

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran	12
2.	Peta Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.	30
3.	Umur sampel petani kelapa sawit di Kelurahan Pematang Pudu	31
4.	Jenis kelamin di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.	32
5.	Tingkat pendidikan sampel petani di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.	33
6.	Tingkat Pengalaman Bertani sampel kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu.	35
7.	Jumlah Tanggungan Keluarga Sampel Petani Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.	36
8.	Luas Lahan Sampel Petani Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.	37
9.	Pendapatan Sampel Petani Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis (Ha).	38
10.	Daur Pemasaran Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.	41
11.	Jumlah Sampel Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Saluran Pemasaran TBS di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis. .	42
12.	Harga Jual yang ditetapkan Lembaga Pemasaran pada saluran I.	50
13.	Harga Jual yang ditetapkan Lembaga Pemasaran pada saluran II.	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	67
Lampiran 2 Karakteristik Sampel Petani Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu.....	75
Lampiran 3 Harga Jual Petani Kelapa Sawit Rakyat di Kelurahan Pematang Pudu.....	77
Lampiran 4 Penerimaan Petani Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu.....	79
Lampiran 5 Rata-Rata Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit per Ha Pada Saluran Pemasaran Saluran I di Kelurahan Pematang Pudu.....	81
Lampiran 6 Rata-Rata Biaya Pemasaran Kelapa Sawit per Ha Pada Saluran II di Kelurahan Pematang Pudu.....	83
Lampiran 7 Penerimaan Petani TBS Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Pematang Pudu.....	86
Lampiran 8 Pendapatan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Pematang Pudu.....	87
Lampiran 9 Penerimaan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Pematang Pudu.....	88
Lampiran 10 Pendapatan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Pematang Pudu.....	91
Lampiran 11 Karakteristik Pedagang Pengumpul di Kelurahan Pematang Pudu.....	94
Lampiran 12 Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul di Kelurahan Pematang Pudu.....	95
Lampiran 13 Pendapatan Pedagang Pengumpul di Kelurahan Pematang Pudu.....	96
Lampiran 14 Harga, Harga Jual, dan Margin Pemasaran, Pedagang Pengumpul di Kelurahan Pematang Pudu.....	97
Lampiran 15 Karakteristik Pedagang Besar di Kelurahan Pematang Pudu.....	98
Lampiran 16 Biaya Pemasaran Pedagang Besar di Kelurahan Pematang Pudu.....	99
Lampiran 17 Pendapatan Pedagang Besar di Kelurahan Pematang Pudu.....	100
Lampiran 18 Harga Beli, Harga Jual, Margin Pemasaran, <i>Farmer Share</i> , Pedagang Besar di Kelurahan Pematang Pudu.....	101
Lampiran 19 Analisis Margin Pemasaran Pada Lembaga Pemasaran di Kelurahan Pematang Pudu.....	102
Lampiran 20 Dokumentasi Penelitian.....	103

Lampiran 21 Surat Riset.....	106
Lampiran 22 Surat Keterangan Selesai Riset.....	107



1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah Negara agraris memiliki sumber daya alam yang baik. Hal ini menjadikan sebagai subsektor perkebunan Indonesia menjadikan berkembang dan memiliki keterkaitan secara langsung dengan aspek ekonomi, sosial dan ekologi. Dalam segi aspek ekonomi, subsektor perkebunan berperan sebagai sumber devisa negara, sumber ekonomi wilayah serta sebagai pendapatan masyarakat. Dalam aspek sosial, subsektor perkebunan ini telah mampu menyerap tenaga kerja, dalam aspek ekologi, dengan sifat tanaman berupa pohon, subsektor perkebunan mendukung kelestarian sumber daya alam dan lingkungan hidup, seperti sumberdaya air, penyedia oksigen dan mengurangi degradasi lahan (Risza.S, 2012).

Subsektor perkebunan mempunyai peluang yang sangat besar untuk dijadikan andalan ekspor. Pembangunan di bidang perkebunan diarahkan untuk lebih mempercepat laju pertumbuhan produksi baik dari perkebunan besar, swasta maupun perkebunan negara, dan perkebunan rakyat. Untuk mendukung pembangunan industri, serta meningkatkan pemanfaatan dan kelestarian sumber daya alam (SDA) berupa air dan tanah. Untuk memenuhi *Crude Palm Oil* (CPO) dan minyak goreng sawit, perkebunan kelapa sawit sangat layak di kembangkan. (Risza. S, 2012).

Komoditas kelapa sawit di Indonesia dewasa ini telah menjadi tanaman primadona dan memiliki prospek masa depan yang sangat cerah. Hampir semua negara dewasa ini menggunakan minyak kelapa sawit untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya. Saat ini Indonesia sudah mengembangkan 4 juta hektar lahan

budidaya kelapa sawit dan dalam waktu dekat pemerintah sudah merencanakan akan mengembangkan komoditas ini menjadi 5,5 juta ha (Risza. S, 2012).

Menurut Dinas Perkebunan Provinsi Riau usaha perkebunan di Provinsi Riau dikelola dalam 3 bentuk, yaitu: (1) Perkebunan Besar yang dikelola oleh BUMN, (2) perkebunan besar yang dikelola oleh perusahaan besar, (3) perkebunan rakyat yang dikelola oleh rumah tangga dan perorangan.

Perkembangan Kelapa Sawit di Indonesia dapat dilihat dari peningkatan luas areal budidaya (Badan Pusat Statistik Indonesia,2018). Luas areal perkebunan kelapa sawit dari 11,23 juta hektar pada tahun 2016 menjadi 12,79 juta hektare pada tahun 2018. Peningkatan luas areal juga diimbangi dengan peningkatan produksi minyak kelapa sawit. Produksi minyak Kelapa Sawit pada tahun 2016 sebesar 32,01 juta ton dan meningkat menjadi 36,62 juta ton pada tahun 2018(Badan Pusat Statistik Indonesia 2018).

Hampir setiap provinsi di Indonesia melakukan budidaya kepala sawit.provinsi yang menghasilkan produksi CPO terbesar di Indonesia pada tahun 2012 adalah provinsi Riau sebesar 5,8 juta ton (24,83%), kemudia berturut-turut provinsi Sumatera Utara 4,1 juta ton (17,61%), Sumatera selatan 2 juta ton (9,53%), Kalimantan Tengah 1 juta ton (9,26%) dan Jambi 1,7 juta ton (7,29%).

Perkembangan luas Perkebunan kelapa Sawit di Provinsi Riau menunjukkan trend peningkatan yang selalu baik.luas areal perkebunan diseluruh Provinsi Riau pada tahun 2016 sebesar 2.335.489.00 ha, perkebunan kelapa sawit di provinsi riau terdiri dari tanaman belum menghasilkan sebesar 732.582,00 ha, tanaman yang menghasilkan sebesar 1.602.901,00 ha dan tanaman yang tidak menghasilkan sebesar 30.039 Ha. Kabupaten Bengkalis terdiri dari Kecamatan

Bengkalis, Banten, Bukit Batu, Mandau, Rupat, Rupat Utara, Siak Kecil, Pinggir, Bandar Laksamana, Talang Muandau, Bathin Solapan menghasilkan Produksi Kelapa Sawit (Perkebunan Rakyat) sebesar 212.280 ton dengan luas tanaman 32.884 ha pada tahun 2017 (BPS Bengkulu, 2017).

Kelapa sawit merupakan salah satu tanaman perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi, karena merupakan salah satu tanaman penghasil minyak nabati. Kelapa sawit memiliki keunggulan dibandingkan dengan minyak nabati lainnya, beberapa keunggulan minyak sawit antara lain: (1) Tingkat efisiensi minyak sawit tinggi mampu mengubah CPO menjadi sumber minyak nabati termurah, (2) Produksi minyak sawit tinggi yaitu 3,2 ton/ha, sedangkan minyak kedelai, lobak, kopra, dan minyak bunga matahari masing-masing 0,34;0,51;0,57 dan 0,53 ton/ha. (3) Sekitar 80% penduduk dunia, khususnya negara berkembang masih berpeluang meningkatkan konsumsi perkapita untuk minyak dan lemak terutama minyak yang harganya murah, (4) Terjadi pergeseran dalam industri yang menggunakan bahan baku minyak bumi ke bahan yang lebih bersahabat dengan lingkungan yaitu leokimia yang berbahan baku CPO, terutama di beberapa negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang dan Eropa Barat (Fauzi dkk, 2009).

Tabel 1. Luas Tanaman Areal dan Produksi Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat di Provinsi Riau Tahun 2019-2021

Tahun	Luas Areal Tanaman(ha)	Produksi (ton)
2019	2.537.375,00	7.466.260,00
2020	2.613.251,00	7.683.535,00
2021	2.710.105,00	7.754.654,00

Sumber data : Data BPS Provinsi Riau 2019-2021

Dari data di atas menunjukkan luas tanaman dan produksi komoditas kelapa sawit di perkebunan kelapa sawit Provinsi Riau mengalami peningkatan hampir setiap tahunnya, yaitu dimulai dari tahun 2019 dengan luas lahan

2.537.375,00 Ha serta produksi 7.466.260,00 ton.pada tahun 2020 mengalami peningkatan yaitu dengan luas lahan 2.613.251,00 ha serta produksi 7.683.535,00 ton.pada tahun 2021 mengalami peningkatan dengan luas lahan sebesar 2.710.105,00 ha dengan produksi 7.754.654,00 ton.

Dimasa krisis moneter, komoditi kelapa sawit perkebunan besar atau kecil menjadi salah satu subsektor yang turut menyumbang pertumbuhan ekonomi nasional, baik sisi pendapatan maupun kontribusi pendapatan maupun kontribusi pendapatan devisa dan non migas melauai ekspor. Devisa ekspor komoditi kelapa sawit umumnya berasal dari produk primer berupa *Crude Palm Oil* (CPO), inti sawit, sedangkan sisanya berasal dari produk hilir seperti bahan baku industri farmasi, palm biodiesel dan sebagainya.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 Kabupaten Bengkalis merupakan salah satu pusat perkebunan kelapa sawit Provinsi Riau. Di daerah ini terdapat sebesar 142831,00 ribu Ha kebun sawit dengan produksi 262.292,00 ribu ton tandan buah segar (TBS).

Tabel 2. Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit Rakyat Menurut Kecamatan di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021

Kecamatan	Luas Lahan Kelapa Sawit (Ribu Ha)	Produksi (Ribu Ton)
Mandau	31,01	56,77
Pinggir	61,16	83,36
Bathin Solapan	49,69	66,39
Talang Muandau	48,45	57,36
Bukit Batu	3,13	6,51
Siak Kecil	18,71	26,43
Bandar Laksamana	8,37	14,97
Rupat	6,64	9,42
Rupat Utara	3,46	2,80
Bengkalis	2,3	2,21
Bantan	4,72	6,06
Total	237,64	332,28

Sumber: Data Dinas Pertanian Kabupaten Bengkalis Tahun 2021

Dari data diatas menunjukkan luas lahan kelapa sawit dan produksi di Kecamatan Mandau di Kabupaten Bengkalis cukup baik.dari ke sebelas Kecamatan khususnya di Kabupaten Bengkalis,Kecamatan Mandau Memiliki Luas Lahan dan Produksi cukup besar.dimana Luas lahan di Kecamatan Mandau Luasnya 31,01 ribu ha dan produksinya 56,77 ribu ton.

Tabel 3. Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit Rakyat Di Kelurahan/Desa Kecamatan Mandau Tahun 2021

Nama Wilayah	Kelurahan/Desa	Luas Lahan Kelapa Sawit (ha)	Produksi (ton)
Air Jamban	Kelurahan	780	2.050
Babussalam	Kelurahan	650	1.625
Batang Serosa	Kelurahan	1.420	3.550
Balik Alam	Kelurahan	1.590	3.750
Duri Barat	Kelurahan	2.550	5.450
Duri Timur	Kelurahan	2.700	4.500
Gajah Sakti	Kelurahan	3.150	8.750
Talang Mandi	Kelurahan	4.855	4.960
Pematang Pudu	Kelurahan	6.450	12.501
Harapan Baru	Desa	9.100	17.185
Bathin Betuah	Desa	6.250	10.442
Total		45.745	74.763

Sumber : Data Kantor Kecamatan Mandau Tahun 2021

Berdasarkan tabel 3 diatas , Bahwa Kelurahan Pematang Pudu Merupakan Kecamatan Mandau dimana Kelurahan Pematang Pudu memiliki Luas Lahan dan Produksi yang cukup baik dari Kelurahan/Desa lainnya dengan memiliki luas lahan 6.450 ha, dan produksi 12.501 ton. Hal ini menunjukkan bahwa kelapa

sawit merupakan salah satu komoditas primadona di Kecamatan Mandau khususnya di Kelurahan Pematang Pudu yang memiliki peranan penting perkonomian masyarakat di daerah ini, sehingga perlunya dilakukan penelitian untuk bisa mengetahui pendapatan petani, sehingga perlu diharapkan dapat dibentuk sebuah sistem perkebunan kelapa sawit rakyat dengan tingkat produktivitas yang tinggi.

Tinggi rendahnya tingkat produksi hasil tanaman kelapa sawit juga ditentukan oleh tingkat penggunaan faktor produksi. Salah satu faktor produksi yang turut menentukan tingkat produksi hasil kelapa sawit adalah luas lahan. Keberadaan lahan sangat penting dalam menunjang kegiatan produksi hasil pertanian (Suratijah, 2009)

Agribisnis Kelapa Sawit merupakan keterpaduan sistem komoditas secara Vertikal yang membentuk suatu rangkaian pelaku (*Agribusiness Participant System*) yang terlibat dalam sistem adalah mulai dari produsen/penyedia Input/sarana Produksi Pertanian, Distributor Input/sarana produksi usahatani, Pedagang Pengumpul, pedagang besar, usaha pengolahan hasil pertanian (Agroindustri), Pedagang pengecer, eksportir, sampai konsumen Domestic dan Internasional (Lubis, 2010)

Kendaraan jasa pengangkutan TBS tidak selamanya bisa langsung memasuki PKS terdapat waktu-waktu tertentu kendaraan jasa pengangkutan ini harus antre untuk memasuki PKS tersebut. Proses antre dilakukan karena banyaknya kendaraan jasa pengangkut yang berasal dari daerah lain yang juga akan menjual TBS ke PKS. Lamanya waktu antrean ditambah proses pengangkutan saat

dikebun bisa menyebabkan TBS didalam bak mobil menjadi rentan bahkan menjadi gosong (Krisdiarto 7 Sutiarto, 2016)

Terjadinya masalah ini dalam pemasaran hasil pertanian adalah kecilnya persentase harga yang diterima oleh petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Salah satu faktor dalam masalah tersebut adalah lemahnya posisi petani didalam pasar. Hal ini sangat merugikan para petani dan juga masyarakat konsumen. harga yang rendah ditingkat petani akan menyebabkan menurunnya minat petani untuk meningkatkan produksinya dan harga yang tinggi di tingkat konsumen menyebabkan konsumen akan mengurangi konsumsi.

Kegiatan pemasaran yang belum berjalan Efisien dalam artian belum mampu menyampaikan hasil pertanian dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang murah dan belum mampu mengadakan pembagian balas jasa yang adil dari keseluruhan harga konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran komoditas pertanian tersebut. pembagian yang adil dalam konteks tersebut adalah pembagian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai kontribusi masing-masing kelembagaan pemasaran yang berperan (Lubis, 2010)

Saluran Pemasaran (*Marketing Channels*) merupakan sekelompok Organisasi yang saling bergantung, mempunyai beragam fungsi serta terlibat dalam pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan dan dikonsumsi. Sebagai besar produsen membutuhkan saluran pemasaran guna menjual produk atau jasanya sampai ke pengguna akhir. Sistem saluran pemasaran (*marketing channel system*) merupakan sekelompok saluran pemasaran tertentu yang

digunakan oleh sebuah perusahaan dan keputusan tentang sistem ini merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi manajemen. Dalam proses ini pemasaran kelapa sawit melalui beberapa saluran pemasaran. Hal ini yang sering terjadi didalam proses pemasaran kelapa sawit, petani menjual hasil produksi ke agen, kemudian agen menjual ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pabrik. Semakin banyak lembaga pemasaran yang dilalui akan sangat mempengaruhi besarnya biaya pemasaran yang akan dikeluarkan, secara tidak langsung akan berdampak kepada tingkat efisiensi lembaga pemasaran (Romadon,M. 2014)

Efisiensi pemasaran ini untuk komoditas pertanian dalam suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Dalam memasarkan tandan buah segar (TBS) petani bisa langsung memasarkan TBS kepada pihak kelapa sawit (PKS) sebagai lembaga pemasaran.namun kebanyakan petani menjual TBS kepada PKS hanya petani yang sudah memiliki skala usaha besar atau dengan luas lahan kelapa sawit lebih dari 5 Ha. Sebagai besar petani kelapa sawit dengan skala menengah kebawah dengan luas lahan 1-5 Ha memasarkan TBS kepada dua lembaga pemasaran lain yaitu pedagang besar dan pedagang pengumpul. Berdasarkan informasi yang diperoleh, harga beli pada pertengahan april tahun 2023 yang diberlakukan ram

sebesar Rp2.300/kg dan harga beli yang diberlakukan oleh pedagang pengumpul (tengkulak) sebesar Rp2.100/kg.

Melihat dari harga beli yang ditetapkan oleh Ram lebih tinggi, seharusnya banyak petani dengan skala usaha menengah kebawah menjual TBS ke Ram. Namun kenyataannya di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis menunjukkan bahwa banyak petani dengan luas lahan 5 Ha kebawah lebih memilih memasarkan TBS tidak langsung ke pedagang besar melainkan ke pedagang pengumpul. Hal ini tersebut membuat petani memperoleh lebih sedikit penerimaan dan keuntungan dibandingkan dengan memasarkan langsung TBS ke pedagang besar.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada latar belakang penelitian, Adapun permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Saluran Pemasaran kelapa sawit rakyat di Kelurahan Pematang Pudu, Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis ?
2. Berapa besar Margin pemasaran dan *Farmer's share* saluran pemasaran kelapa sawit rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis?
3. Bagaimana tingkat efisiensi saluran pemasaran kelapa sawit rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran kelapa sawit rakyat di Kelurahan Pematang Pudu, Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.
2. Untuk Mengetahui Besar share margin dan *Farmer's Share* saluran pemasaran kelapa sawit rakyat di Kelurahan Pematang Pudu, Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.
3. Untuk mengetahui bagaimana tingkat efisiensi pemasaran kelapa sawit rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi peneliti sebagai bahan ilmiah penyusun skripsi yang merupakan syarat untuk dapat memperoleh gelar sarjana (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Bagi petani penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang luas tentang pemasaran TBS kelapa sawit.
3. Bagi Instansi terkait, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dan informasi awal sebagai penelitian lebih lanjut.

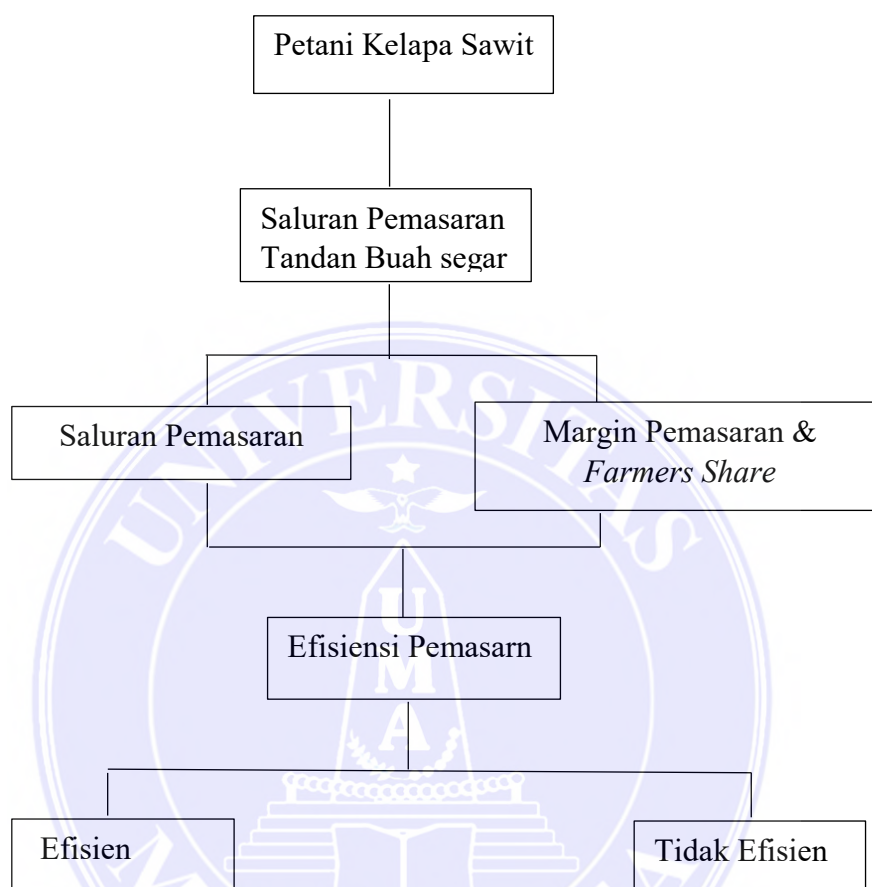
1.5. Kerangka Pemikiran

Pemasaran kelapa sawit adalah suatu kegiatan usaha untuk memasarkan tandan buah segar (TBS) melalui alur pemasaran. Saluran pemasaran tersebut terdiri dari saluran pemasaran I melalui pedagang pengumpul dan pedagang besar, Saluran pemasaran yang ke II melalui pedagang besar dan pabrik kelapa sawit (PKS). Pada saluran ini akan ditentukan *share margin* karena melalui rantai pemasaran, sehingga untuk mencapai laba yang besar (dalam perencanaan maupun realisasinya).

Menurut pendapat Daniel (2005), secara teoritis dapat dikatakan bahwa semakin pendek saluran pemasaran suatu barang hasil pertanian maka :

- a. Biaya pemasaran semakin rendah
- b. Margin pemasaran juga semakin rendah
- c. Harga yang harus dibayarkan konsumen semakin rendah
- d. Harga yang diterima produsen semakin tinggi

Saluran pemasaran I, dan II memiliki *share margin*. *Share margin* adalah persentase harga terhadap harga beli konsumen akhir (bagian harga yang diterima) oleh setiap lembaga pemasaran terhadap harga beli konsumen dalam persen. (Mubyarto,1997). Berdasarkan hal tersebut maka bagan kerangka pemikiran dalam skripsi penelitian sebagai berikut :



Gambar 1 Skema Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kelapa Sawit

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

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

Dari potensi yang ada, pembangunan perkebunan kelapa sawit di daerah Sumatera Utara juga akan membuka peluang pembangunan industri hulu-hilir kelapa sawit, membuka peluang usaha, tumbuhnya diversifikasi usaha, dan meningkatkan sumber devisa bagi daerah Sumatera Utara. Pembangunan ini juga akan membuka peluang kerja di daerah dan akan menumbuhkan sektor ekonomi lainnya yang pada gilirannya akan memunculkan daerah-daerah baru sebagai pusat-pusat pertumbuhan wilayah (Syahza, 2009).

2.2. Potensi Kelapa Sawit

Dalam perekonomian Indonesia, komoditas kelapa sawit memiliki peranan yang cukup strategis karena komoditas ini memiliki prospek yang cukup cerah bagi sumber devisa Negara. Selain itu kelapa sawit juga sebagai bahan baku minyak goreng yang banyak di pakai diseluruh dunia sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Suyatno, 2007).

Pada saat ini, perkebunan kelapa sawit telah berkembang lebih jauh sejalan dengan kebutuhan dunia akan minyak nabati dan produk industri oleochemical. Produk minyak kelapa sawit merupakan komponen penting dalam perdagangan minyak nabati dunia (Pahan, 2007).

2.3. Saluran Pemasaran

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

Menurut Basu Swastha (1999) saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai kekonsumen atau pemakai *industry*.

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

Menurut Kotler (2002:558) definisi saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjajakan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran

merupakan suatu unsur yang penting dalam rencana pemasaran suatu perusahaan. Dengan merencanakan rancangan, manajemen, evaluasi dan modifikasi saluran pemasaran, para produsen dapat memastikan bahwa produk mereka tersedia kapan dan di mana pelanggan ingin membelinya. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran barang dari produsen kepada konsumen.

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

Adapun jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Saluran distribusi langsung, Saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (*zero stage chanel*).
- b. Saluran disrtibusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (*one stage chanel*).
- c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distrinusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh

produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (*two stage chanel*).

- d. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage chanel*), Philip Kotler (2002).

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

Adapun pelaku pemasaran adalah sebagai berikut :

a. Pedagang Pengumpul

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

b. Pedagang Besar

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

c. Pabrik Pengolahan Kelapa Sawit (PKS)

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

2.4. Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran merupakan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan atau pengusaha (skala kecil) dalam memasarkan, mengenalkan, menjangkau banyak orang dan menjual produknya. Biaya pemasaran dalam pemasaran tandan buah segar kelapa sawit, menganalisis efisiensi pemasaran serta menganalisis struktur pasar tandan buah segar kelapa sawit dengan biaya transportasi, jarak tempuh yang jauh, penyusutan, dan juga tenaga kerja.

2.5. Margin Pemasaran

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

Kohls and Uhls (2002) menyatakan bahwa margin tataniaga sering dipergunakan sebagai perbedaan antara harga di berbagai tingkat lembaga pemasaran di dalam sistem pemasaran.

Dua alternatif dari marjin pemasaran yaitu:

1. Perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen.
2. Merupakan harga dari kumpulan jasa-jasa pemasaran sebagai akibat adanya permintaan dan penawaran jasa-jasa tersebut.

Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam sistem agribisnis. jika mekanisme berjalan dengan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh karena itu peran lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, pedagang besar, pedagang pengumpul, broker, eksportir, importir dan yang lainnya menjadi amat penting.

Dalam margin pemasaran apabila semakin besar margin pada sistem pemasaran akan menyebabkan harga yang diterima petani (konsumen) margin tata niaga (semakin banyak lembaga yang terlibat) maka semakin besar produsen semakin kecil dan semakin mengindikasikan sebagai sistem pemasaran yang tidak efisien.

Secara sistematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf \dots\dots\dots i$$

Keterangan:

MP= Margin Pemasaran (Rp/kg)

Pr= Harga beli tingkat konsumen (Rp/kg)

Pf= Harga jual tingkat produsen (Rp/kg)

2.6. *Farmer's Share*

Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi kegiatan tataniaga adalah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir. Bagian yang diterima lembaga tataniaga sering dinyatakan dalam bentuk persen (Limbong dan Sitorus).

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

Farmer's Share dihitung dengan rumus:

$$F's = \frac{pf}{pr} \times 100\% \dots \dots \dots 2$$

Keterangan:

F's = *Farmer's Share* dalam persen (%)

Pf = Harga jual tingkat Produsen/petani (Rp/kg)

Pr = Harga beli tingkat konsumen (Rp/Kg)

2.7. Fungsi Pemasaran

Fungsi Pemasaran merupakan unsur penting dalam proses pemasaran tandan buah segar (TBS). Fungsi pemasaran ini yang dilaksanakan oleh petani dan lembaga pemasaran sangat bervariasi. Setiap lembaga akan melakukan fungsi pemasaran mulai dari pembelian hingga fungsi penjualan. Konsekuensi dari pelaksanaan fungsi-fungsi ini adalah munculnya biaya-biaya dari setiap fungsi. Fungsi penyimpanan tidak dilakukan oleh petani, agen kecil, pedagang pengumpul, ataupun PKS. Karena buah yang sudah matang harus segera diolah

agar dapat menurunkan kadar asam lemak bebas (ALB) sehingga menghasilkan CPO yang baik. Biasanya pihak agen kecil yang menjemput tandan buah segar (TBS) ke petani dan mengantar tandan buah segar ke agen besar, lalu Ram yaitu alat timbangan truk digital yang digunakan untuk menimbang kendaraan angkut kelapa sawit). Kemudian mengantar ke pabrik pengolahan kelapa sawit. Salah satu biaya terbesar dalam setiap lembaga pemasaran adalah biaya transportasi.

Tabel 4. Harga pemasaran tandan buah segar (TBS) di Kelurahan Pematang

No	Saluran Pemasaran	Harga beli (Rp/kg)	Harga jual (Rp/kg)
1	Petani	-	-
	Pedagang Pengumpul	2150	2150
	Pedagang Besar	2330	2330
	PKS	2370	2370

Sumber: Data BPS April 2023

Adapun fungsi-fungsi pemasaran ialah:

1. Fungsi Pemasaran sebagai pertukaran

Fungsi pertukaran adalah kegiatan yang memperlancar pemindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan.

2. Sebagai perantara

Pemasaran memiliki fungsi untuk menjadi perantara antara perusahaan dengan pelanggan

3. Fungsi fisik.

Adalah semua tindakan yang langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu.

4. Fungsi fasilitas

Adalah kegiatan yang dapat membantu sistem pemasaran agar mampu beroperasi lebih lancar.

2.8. Efisiensi Pemasaran

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

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

Efisiensi pemasaran operasional dapat didekati dengan biaya tataniaga dan margin pemasaran sedangkan efisiensi itu sendiri dapat diukur melalui keterpaduan pasar. Untuk melihat efisiensi melalui analisis margin dapat digunakan sebaran rasio margin keuntungan atau rasio profit margin (RPM) pada setiap lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran itu sendiri.

Menghitung Efisiensi Pemasaran:

$$Ep = \frac{TB}{TNP} \times 100\% \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan: Ep = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)

TNP = Total Nilai Produk yaitu harga ditingkat konsumen akhir

Maka apabila saluran pemasaran < 50% maka saluran pemasaran efisien, jika saluran pemasaran >50% maka saluran pemasaran tidak efisien.

2.9 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian Roomadon, M (2014) dengan judul “ Analisis Efisiensi Tataniaga Kelapa Sawit Tandan Buah Segar”, diketahui bahwa terdapat 2 saluran pemasaran kelapa sawit yaitu saluran 1 adalah petani kelapa sawit – pedagang kecil – pedagang besar – pabrik kelapa sawit (PKS). Sedangkan disalurkan pemasaran yang ke 2 adalah petani kelapa sawit – pedagang besar – pabrik kelapa sawit (PKS), dari ke 2 saluran pemasaran tersebut bahwa saluran pemasaran yang efisien terdapat pada saluran saluran ke 2 yaitu petani kelapa sawit – pedagang besar – pabrik kelapa sawit (PKS).

Berdasarkan hasil Penelitian Pratam, A (2015) dengan judul “ Analisis Saluran Pemasaran Tandan Kelapa Sawit Segar (TBS) Produsen Kecil Mandiri di Desa Simpang Kelayang Kecamatan Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu”, diketahui bahwa di penelitian ini terdapat 1 saluran pemasaran kelapa sawit yaitu petani ke pengepul dan pengepul ke pabrik kelapa sawit (PKS).

Berdasarkan hasil penelitian Tety, E (2012) dengan judul “Analisis Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Dari Pabrik Kelapa Sawit (PKS) Ke Petani Swadaya Di Kelurahan Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan” di dapat Nilai korelasi harga antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkatpedagang adalah sebesar 0,976, artinya nilai korelasi yang

mendekati 1 menunjukkan keeratan hubungan yang tinggi antara harga di tingkat pabrik kelapa sawit (PKS) dengan harga di tingkat petani. Dengan nilai $r < 1$ yang berarti laju perubahan harga ditingkat petani lebih kecil daripada laju perubahan harga ditingkat pabrik kelapa sawit (PKS), artinya pasar yang dihadapi oleh pelaku pemasaran bersaing tidak sempurna.

Berdasarkan hasil penelitian Nugroho, A (2015) dengan judul “Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kabupaten Kutai Kartanegara (Studi Kasus Pada Petani Swadaya Kecamatan Muara Muntai)” di dapat saluran pemasaran yang terdapat di Kecamatan Muara Muntai ada dua, yaitu saluran pemasaran dua tingkat dan saluran pemasaran tiga tingkat. Untuk saluran dua tingkat, lembaga pemasaran yang terlibat adalah pedagang pengumpul dan pemilik surat pengantar buah (SPB). Sedangkan pada saluran tiga tingkat, terdapat pedagang pengumpul, pedagang perantara dan pemilik SPB. Bagian yang diterima (*share*) pada saluran pemasaran dua tingkat untuk petani adalah sebesar 76,15%, pedagang pengumpul sebesar 17,96%, dan pemilik SPB sebesar 5,88%. Sedangkan pada saluran pemasaran tiga tingkat, *share* yang diterima petani adalah sebesar 73,53%, pedagang pengumpul sebesar 17,65%, pedagang perantara sebesar 94%, dan pemilik SPB sebesar 5,88%. Ada tiga permasalahan utama yang dihadapi petani kelapa sawit di Kecamatan Muara Muntai, (1) Harga yang tidak stabil; (2) Input produksi sukar diperoleh; dan (3) Peran kelompok tani belum optimal.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (Kuesioner) yang telah disiapkan sebelumnya. Untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu menghitung margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran yang diperoleh dari lapangan diolah secara tabulasi dan digunakan analisis secara deskriptif.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis dikarenakan Kelurahan tempat penelitian mengalami masalah dalam memasarkan TBS kelapa sawit dengan adanya transportasi ataupun jarak tempuh yang jauh ke tempat pedagang TBS kelapa sawit mengakibatkan petani kesulitan menjual ataupun memasarkan TBS kelapa sawit. Dengan mempertimbangkan bahwa produksi kelapa sawit rakyat cukup tinggi dan budidaya kelapa sawit merupakan penghasil utama masyarakat. Lokasi ini dilakukam secara *Purposive* (sengaja). Penelitian ini dilakukan pada Bulan Desember 2023-Januari tahun 2024.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi Adalah objek/subjek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan dari setiap informasi yang didapat. Penentuan populasi tersebut memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang sesuai penelitian yang dilakukan. Populasi penelitian ini adalah seluruh petani kelapa sawit rakyat dengan skala usahatani 1-5 Ha yang ada di Kelurahan Pematang

Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis. Jumlah populasi dalam penelitian berjumlah 191 Petani. Pemilihan Lembaga-Lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode snowball sampling yaitu metode yang mendapatkan sampel melalui informasi yang diterima dari pihak-pihak yang terlibat sebelumnya. Alasan digunakannya metode ini adalah untuk mengetahui lembaga-lembaga pemasaran berikutnya yang menyalurkan tandan buah segar kelapa sawit di Kelurahan Pematang Pudu sampai konsumen akhir. Beberapa Lembaga yang terlibat yaitu 6 pedagang pengumpul dan 3 pedagang besar. Pengambilan sampel petani, dilakukan dengan cara *purposive*(sengaja) berdasarkan kepemilikan lahan 1-5 ha dengan syarat milik sendiri sebanyak 36 petani dimana rumus ini mampu mengukur besaran sampel yang akan diteliti sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan

Sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, dalam hal ini

Ukuran sampel menggunakan batas kesalahan 15%.

$$\text{Jadi : } n = \frac{191}{1+191(0,15)^2}$$

$$n = \frac{191}{5,2975}$$

$$n = 36,05$$

Maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 36,05 dibulatkan menjadi 36 responden petani kelapa sawit rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diambil dengan cara wawancara langsung kepada petani kelapa sawit yang ada di lokasi penelitian dan dengan menggunakan kuisoner. Kuisoner ini dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian dan jawab langsung oleh petani sebagai respondennya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti badan pusat statistik (BPS), Badan Penyeluhan Pertanian (BPP), Jurnal penelitian, dan literatur terkait dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui permasalahan diuji dengan analisis deskriptif berdasarkan survei dan pengamatan yang dilakukan di daerah penelitian. Kemudian dijelaskan secara deskriptif dengan menghitung seluruh saluran pemasaran yang terjadi di daerah penelitian. Untuk menguji permasalahan dengan menghitung margin pemasaran, *Farmer's Share* dan efisiensi pemasaran untuk setiap saluran pemasaran. Kemudian dijelaskan secara deskriptif sesuai dengan hasil perhitungan tersebut.

Margin pemasaran dihitung dengan rumus:

$$MP = Pr - Pf \dots \dots \dots i$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga beli tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

Pf = Harga Jual tingkat produsen/petani (Rp/kg)

Farmer's Share dihitung dengan rumus:

$$F's = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \dots \dots \dots 2$$

Keterangan:

F's = *Farmer's Share* dalam Persen (%)

Pf = Harga jual ditingkat produsen/petani (Rp/kg)

Pr = Harga beli ditingkat konsumen akhir (Rp/kg)

Efisiensi pemasaran dihitung dengan rumus:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\% \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

Ep = Efisiensi Pemasaran

TB = Total biaya pemasaran (Rp/Kg)

TNP = Total nilai produk yaitu harga ditingkat konsumen akhir (Rp/Kg)

Maka apabila saluran pemasaran <50% maka saluran pemasaran efisien, jika saluran pemasaran >50% maka saluran pemasaran tidak efisien.

3.6. Definisi Operasional Variabel

1. Petani kelapa sawit rakyat adalah petani melakukan usaha tani kelapa sawit sebagai pekerjaan utama dan menjual hasil usahanya kepedagang pengumpul atau pedagang besar di Kelurahan Pematang Pudu, Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis.

2. Pedagang Pengumpul adalah lembaga atau orang menyelenggarakan kegiatan tataniaga hasil produksi tanaman kelapa sawit dari petani (Rp/Kg/rotasi panen).
3. Pedagang Besar yaitu rantai tataniaga atau lembaga akan melakukan penyortiran dan membeli tandan buah segar (TBS) kelapa sawit yang akan dijual ke pabrik kelapa sawit (Rp/Kg/rotasi panen).
4. Saluran Pemasaran adalah saluran yang terjadi pada proses pemasaran kelapa sawit mulai dari petani kelapa sawit ke konsumen akhir.
5. Fungsi pemasaran merupakan fungsi yang meliputi: fungsi pertukaran, distribusi fisik, dan perantara.
6. Harga Jual adalah harga yang diterima petani pada saat proses pemasaran telah dilakukan (Rp/Kg)
7. *Farmer's share* adalah bagian harga yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran terhadap harga beli konsumen dalam bentuk persen (%)
8. Sampel Penelitian adalah petani kelapa sawit rakyat, pedagang pengumpul, pedagang besar yang membeli tandan buah segar (TBS) di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.
9. Efisiensi pemasaran adalah kondisi pemasaran dimana pengusaha dapat bekerja atas dasar biaya input yang rendah tanpa mengurangi kepuasan konsumen di ukur dari masing – masing saluran pemasaran dan margin.
10. Konsumen Akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk.

3.7 Batasan Operasional

1. Petani yang dimaksud dalam penelitian adalah petani yang mempunyai luas lahan 1-5 Ha di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.
2. Saluran Pemasaran yang digunakan dalam penelitian adalah pedagang pengumpul dan pedagang besar.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

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

1. Saluran pemasaran di Kelurahan pematang pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis terdiri dari 2 (dua) saluran pemasaran diantaranya:

a. Saluran pemasaran dua tingkat

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → PKS

b. Saluran satu tingkat

Petani → Pedagang Besar → PKS

2. Margin pemasaran kelapa sawit pada saluran I dan II sebesar Rp 200/Kg dan *Farmer's Share* dan Saluran Pemasaran I dan II sebesar 80% dan 90%.

3. Nilai efisien saluran pemasaran I dan II sebesar 8% dan 10% < 50% yang artinya kedua saluran pemasaran yang berada di Kelurahan Pematang Pudu 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 dengan nilai efisiensi 8%.

6.2. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian analisis saluran pemasaran Kelapa Sawit di Kelurahan pematang Pudu, Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis bahwa pemasaran di Kelurahan tersebut efisien, maka dari itu diharapkan peran semua

lembaga dapat mempertahankan dan meningkatkan pemasaran tersebut dengan biaya pemasaran yang kecil.

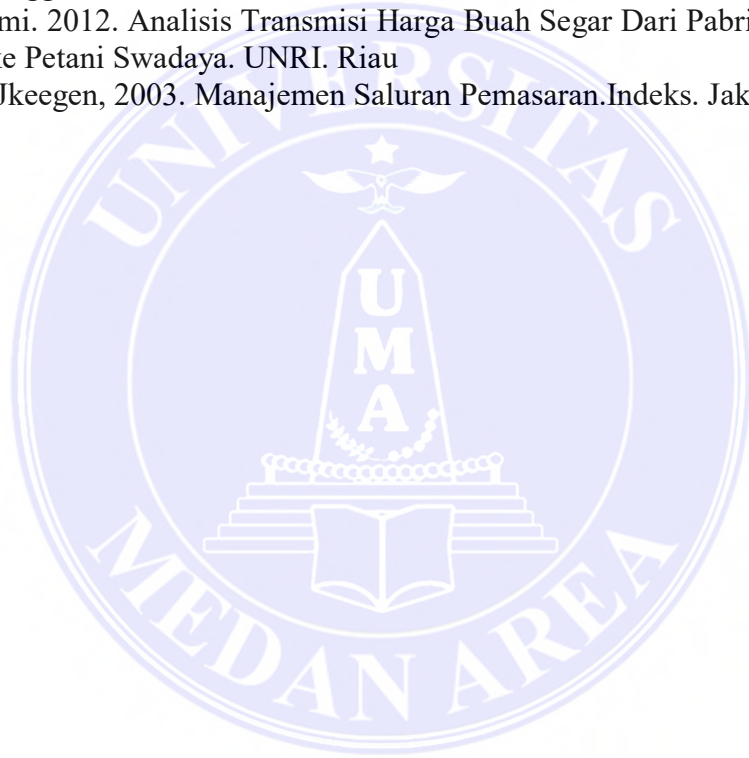
2. Petani dan Lembaga pemasaran sebaiknya memiliki koordinasi yang tinggi satu sama lain dalam memasarkan TBS, sehingga petani tidak mengalami kerugian dengan margin yang besar atau tinggi akan mengakibatkan bagian yang diterima petani akan semakin rendah.



DAFTAR PUSTAKA

- Agung, E. N. 2015. Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kabupaten Kutai. Universitas Kutai Kartanegara. Kutai.
- Ahmad, R. 2004, Perkebunan dari NES ke PIR. Cetakan Pertama. Penerbit Puspa Swara, PT Penebar Swadaya, Jakarta.
- Arikunto. 2005. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Sagung Seto.
- Badan Pusat Statistik, 2017. Data Perkebunan Kelapa Sawit Kabupaten Bengkalis.
- Badan Pusat Statistik Indonesia, 2018. Data Perkebunan Kelapa Sawit Indonesia.
- Badan Pusat Statistik, 2019-2021. Data Perkebunan Kabupaten Bengkalis.
- Basu Swashta, 1999. Jenis-Jenis Pemasaran, Intimedia. Jakarta.
- Daniel, Moehar.2005. Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Bumi Aksara. Jakarta 116 hal.
- Dinas Pertanian Kabupaten Bengkalis 2021.Data Perkebunan Sawit Kabupaten Bengkalis.
- Ermi Tety, 2012. Analisis Transmisi Harga Tandan Buah Segar Kelurahan Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan.
- Fauzi, dkk. 2009. Budidaya, Pemanfaatan Hasil Minyak Kelapa Sawit.
- Fauzi, Yan dkk. 2012. Budidaya, Pemanfaatan Hasil dan Limbah, Analisis Usaha dan Pemasaran Kelapa Sawit .Penebar Swadaya. Depok.
- Hasyim, 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kelapa Sawit. Jakarta.
- Hungu, 2016. Pengertian Jenis Kelamin. Jakarta : PT. Gramedia.
- Istiyanti, 2010. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman.
- Kotler.P. 2002. Manajemen pemasaran, Analisis Pemasaran kontrol. Jilid 1. Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta. 330 hal.
- Kohls, R.I., J.N Ulhs, 2002. *Marketing of Agricultural Product. Ninth Edition. New Jersey :Prentice Hall.*
- Krisdiarto, A. W., & Sutiarto., L. (2016). *Efefeet od Estate Damage and Fresh Fruit Bunch Position in Trruck Bin Oil Palm Transportation Performance.*
- Limbong, 2010. Pengantar Tataniaga Pertanian. Bogor : Institut Pertanian Bogor, Jurusan Ilmu- ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian.
- Lubis, 2010. Agribisnis Kelapa Sawit di Indonesia. Pusat Peneletian Kelapa Sawit.
- Mubyarto, 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta.
- Pahan, 2007. Panduan Lengkap Kelapa Sawit-cet.11. Penebar Swadaya. Jakarta
- Philip, Kotler, 1996. Manajemen Marketing. Cetakan Kelima, Bina Aksara, Jakarta.
- Philip Kolter, 2002. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta.
- Risza, S. 2012. Masa Depan Perkebunan Kelapa Sawit Indonesia. Kanisius. Yogyakarta.
- Ramadon, M. 2014. Analisis Efisiensi Tataniaga Kelapa Sawit Tandan Buah Segar
- Rangkuti. A, dkk, 2018. Analisis Pemasaran Jeruk Manis (Citru Sinesis) Studi Kasus Desa Sidiangkat, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi.
- Saefuddin AM. 2007. Tataniaga Hasil Dari Perikanan. Universitas Indonesia, Press.J Jakarta
- Saladin, 2002. Analisis Pemasaran, Perencanaan, Pelaksanaan Kelapa Sawit. Bogor.

- Soeharjondan, P 1999. Analisis Pengalaman Petani Dalam Usaha Tani. Bandung Soekartawi,1987.Prinsip Dasar Pertanian. Malang.
- Soekartawi, 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil Pertanian. Jakarta
- Soekartawi,2003.Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasi Rajawali,Pers,Jakarta.
- Soekartawi,2004.Agribisnis Teori dan Aplikasinya. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi, 2010. Agribisnis Teori Dan Aplikasinya. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Edisi Kedua. UMM Press. Malang
- Suyatno, 2007 Perkebunan Komoditas Kelapa Sawit. Bandung
- Suratiyah, 2009.IlmU Usahatani. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Syahza, A. 2009. Dampak Pembangunan Perkebunan Kelapa Sawit Terhadap Multiplier Effect Ekonomi Pedesaan. <http://almasdi.unri.ac.id/>. Diakses Pada tanggal 30 Desember 2016.
- Tety, Ermi. 2012. Analisis Transmisi Harga Buah Segar Dari Pabrik Kelapa Sawit ke Petani Swadaya. UNRI. Riau
- Warren Jkeegen, 2003. Manajemen Saluran Pemasaran.Indeks. Jakarta



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PEMASARAN KELAPA SAWIT RAKYAT DI KELURAHAN

PEMATANG PUDU KECAMATAN MANDAU KABUPATEN

BENGGALIS

Kepada Yth:

Bapak / Ibu / Saudara / i

Di

Tempat

Saya DICKY FERNANDO SITOMPUL Npm (198220099) Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Program Studi Agribisnis, saat ini sedang melakukan penelitian di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis. 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 kusioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dari kusioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi saya. Semua informasi yang diterima dari kusioner 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.

KUESIONER PENELITIAN

➤ KUESIONER 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 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?

1. Pedagang Pengumpul

2. Pedagang Besar (Ram)

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 Pengumpul

c. Pedagang Besar(Ram)

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 ?

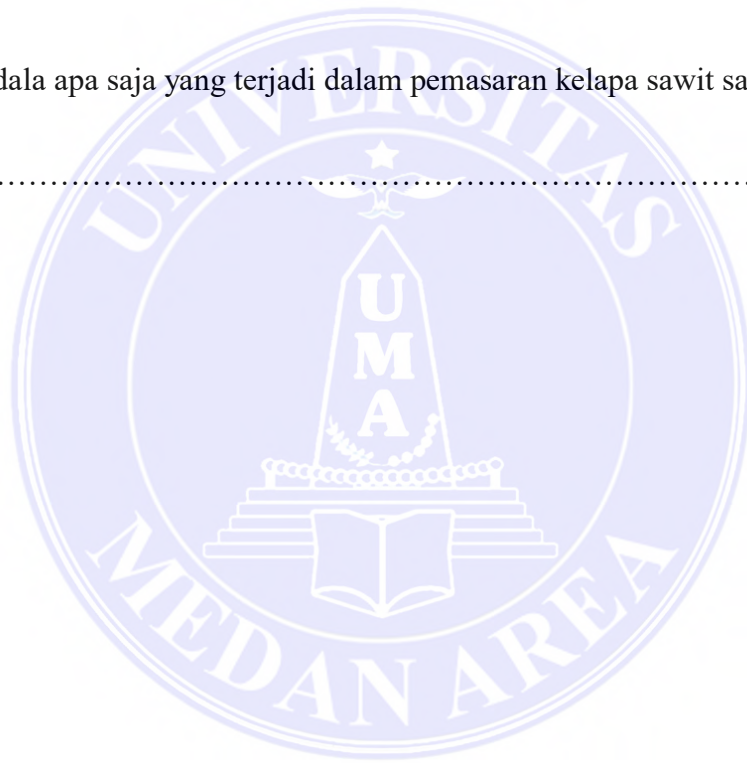
.....

13. Apa saja biaya yang saudara keluarkan selama pemasaran?

.....

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

.....



➤ **KUESIONER UNTUK PEDAGANG PENGUMPUL**

a. Identitas Responden Pedagang Pengumpul

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Jumlah Tanggungan :

b. Daftar Pertanyaan Kepada Pedagang Pengumpul

1. Sudah berapa lama bapak menjadi pedagang pengumpul?

.....

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 pedagang besar (ram)?

.....

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

a. Biaya transport :

b. Biaya lainnya :

12. Bagaimana cara bapak mendapatkan customer?

.....

➤ **KUESIONER 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?

1. Biaya bongkar muat :

2. Biaya transport :

3. Biaya lainnya :

12. Bagaimana cara bapak mendapatkan customer?

.....

Lampiran 2. Karakteristik Sampel petani Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu

Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan	Jumlah Tanggungan (orang)	pengalaman (tahun)	Luas Lahan (Hektar)
Fadil	Laki-Laki	44	SMA	5	12	3
Dedi	Laki-Laki	46	SMA	3	6	2
Agustinus	Laki-Laki	42	SMA	3	11	4
Ivan Sugandi	Laki-Laki	38	SMP	2	5	1
Harry	Laki-Laki	51	SMP	4	12	3
Jefri Hidayat	Laki-Laki	39	SMP	3	5	3
Ijup	Laki-Laki	42	SMP	3	4	2
Monang Silaban	Laki-Laki	60	SD	2	20	4
Lamhot	Laki-Laki	55	SD	3	10	2
Tigor	Laki-Laki	49	SD	3	11	3
Felix Natusion	Laki-Laki	35	SMP	3	5	3
Togi sibutar-butar	Laki-Laki	61	SD	4	21	3
Sahat samuel	Laki-Laki	53	SMA	3	12	2
Willy	Laki-Laki	56	SMA	5	15	5
Hadi	Laki-Laki	45	SMP	2	5	1
Daniel	Laki-Laki	50	SMP	3	13	3
Herman	Laki-Laki	48	SMP	4	11	3
Rendy Silalahi	Laki-Laki	41	SMP	4	10	4
Leo Harahap	Laki-Laki	50	SMP	3	12	2
David Siregar	Laki-Laki	55	SD	3	14	2
Lovri Amelia	Perempuan	59	SD	3	20	3
Tio Travolta	Laki-Laki	44	SD	3	10	2
Gosen Gultom	Laki-Laki	48	SMP	3	9	2
James	Laki-Laki	42	SMP	5	6	3
Rian Fredo	Laki-Laki	45	SMP	3	8	2
Bangkit Alison	Laki-Laki	55	SMP	3	7	4
Sugeng	Laki-Laki	40	SD	2	9	3
Fredy	Laki-Laki	49	SD	6	11	3
Galih	Laki-Laki	51	SMP	4	15	4
Yanes Sitinjak	Laki-Laki	56	SMP	2	14	4
Perdro S	Laki-Laki	42	SD	3	5	3
Martha	Perempuan	48	SD	6	11	3
Darto Silaen	Laki-Laki	45	SMP	3	8	2
Agus	Laki-Laki	42	SMP	3	5	3
Rahmad	Laki-Laki	43	SD	2	4	2
Dani	Laki-Laki	49	SMA	4	12	4
Total		1.718		120	368	102
Rata- Rata		47		3	10	3

Sumber : Data primer diolah 2024

Lampiran 3. Harga Jual Petani Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu

Nama	Luas Lahan	Produksi (Kg/2Minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Dijual ke
Fadil	3	2.000	600	1.700	Pedagang Pengumpul
Dedi	2	1.100	600	1.750	Pedagang Pengumpul
Agustinus	4	3.000	1.300	1.900	Pedagang Besar
Ivan Sugandi	1	800	800	1.700	Pedagang Pengumpul
Harry	3	1.500	500	1.700	Pedagang Pengumpul
Jefri Hidayat	3	2.500	900	1.750	Pedagang Pengumpul
Ijup	2	1.000	500	1.700	Pedagang Pengumpul
Monang Silaban	4	4.000	1.000	1.900	Pedagang Besar
Lamhot	2	1.500	700	1.700	Pedagang Pengumpul
Tigor	3	2.000	700	1.700	Pedagang Pengumpul
Felix Natusion	3	3.000	1.000	1.700	Pedagang Pengumpul
Togi sibutar-butar	3	3.500	1.300	1.750	Pedagang Pengumpul
Sahat samuel	2	1.200	500	1.750	Pedagang Pengumpul
Willy	5	6.000	1.600	1.900	Pedagang Besar
Hadi	1	1.000	1.000	1.700	Pedagang Pengumpul
Daniel	3	2.800	1.000	1.700	Pedagang Pengumpul
Herman	3	3.200	1.000	1.700	Pedagang Pengumpul
Rendy Silalahi	4	4.500	1.200	1.900	Pedagang Besar
Leo Harahap	2	2.000	1.000	1.700	Pedagang Pengumpul
David Siregar	2	2.000	1.000	1.700	Pedagang Pengumpul
Lovri Amelia	3	2.200	700	1.700	Pedagang Pengumpul
Tio Travolta	2	800	800	1.700	Pedagang Pengumpul
Gosen Gultom	2	1.600	900	1.700	Pedagang Pengumpul
James	3	2.500	900	1.700	Pedagang Pengumpul
Rian Fredo	2	1.200	500	1.700	Pedagang Pengumpul
Bangkit Alison	4	5.000	1.500	1.900	Pedagang Besar
Sugeng	3	2.800	1000	1.700	Pedagang Pengumpul
Fredy	3	3.000	1.000	1.700	Pedagang Pengumpul
Galih	4	4.000	1.000	1.900	Pedagang Besar
Yanes Sitinjak	4	4.000	1.000	1.900	Pedagang Besar
Perdro S	3	2.000	800	1.750	Pedagang Pengumpul
Martha	3	2.500	700	1.700	Pedagang Pengumpul
Darto Silaen	2	1.500	900	1.700	Pedagang Pengumpul
Agus	3	3.000	1.000	1.700	Pedagang Pengumpul
Rahmad	2	2000	1000	1.700	Pedagang Pengumpul
Dani	4	5.000	1.600	1.900	Pedagang Besar
Total	102	91.800	33.500	63.050	
Rata – Rata	3	2.550	930	1.751	

Sumber : Data primer diolah 2024

Lampiran 4. Penerimaan Petani Kelapa Sawit di Kelurahan Pematang Pudu

Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/2minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/2minggu)	Penerimaan (Rp/Ha)
Fadil	3	2.000	600	1.700	3.400.000	1.020.000
Dedi	2	1.100	600	1.750	1.925.000	1.050.000
Agustinus	4	3.000	1.300	1.900	5.700.000	2.470.000
Ivan Sugandi	1	800	800	1.700	1.360.000	1.360.000
Harry	3	1.500	500	1.700	2.550.000	850.000
Jeffri Hidayat	3	2.500	900	1.750	4.375.000	1.575.000
Ijup	2	1.000	500	1.700	1.700.000	850.000
Monang Silaban	4	4.000	1.000	1.900	7.600.000	1.900.000
Lamhot	2	1.500	700	1.700	2.550.000	1.190.000
Tigor	3	2.000	700	1.700	3.400.000	1.190.000
Felix Natusion	3	3.000	1.000	1.700	5.100.000	1.700.000
Togi sibutar-butar	3	3.500	1.300	1.750	6.125.000	2.275.000
Sahat samuel	2	1.200	500	1.750	2.100.000	875.000
Willy	5	6.000	1.600	1.900	11.400.000	3.040.000
Hadi	1	1.000	1.000	1.700	1.700.000	1.700.000
Daniel	3	2.800	1.000	1.700	4.760.000	1700.000
Herman	3	3.200	1.000	1.700	5.440.000	1.700.000
Rendy Silalahi	4	4.500	1.200	1.900	8.550.000	2.280.000
Leo Harahap	2	2.000	1.000	1.700	3.400.000	1.700.000
David Siregar	2	2.000	1.000	1.700	3.400.000	1.700.000
Lovri Amelia	3	2.200	700	1.700	3.740.000	1.190.000
Tio Travolta	2	800	800	1.700	1.360.000	1.360.000
Gosen Gultom	2	1.600	900	1.700	2.720.000	1.530.000
James	3	2.500	900	1.700	4.250.000	1.530.000
Rian Fredo	2	1.200	500	1.700	2.040.000	850.000
Bangkit Alison	4	5.000	1.500	1.900	9.500.000	2.850.000
Sugeng	3	2.800	1000	1.700	4.760.000	1.700.000
Fredy	3	3.000	1.000	1.700	5.100.000	1.700.000
Galih	4	4.000	1.000	1.900	7.600.000	1.900.000
Yanes Sitinjak	4	4.000	1.000	1.900	7.600.000	1.900.000
Perdro S	3	2.000	800	1.750	3.500.000	1.400.000
Martha	3	2.500	700	1.700	4.250.000	1.190.000
Darto Silaen	2	1.500	900	1.700	2.550.000	1.530.000
Agus	3	3.000	1.000	1.700	5.100.000	1.700.000
Rahmad	2	2000	1000	1.700	3.400.000	1.700.000
Dani	4	5.000	1.600	1.900	9.500.000	3.040.000
Total	102	91.800	33.500	63.050	163.505.000	59.195.000
Rata – Rata	3	2.550	930	1.751	4.541.805	1.644.305

Sumber : Data primer diolah 2024



Lampiran 5. Rata-Rata Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit per Ha Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Pematang Pudu

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Biaya Pemasaran								Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
			Produksi (Kg/2 Minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Transportasi (Rp/Kg)	Bongkar/Muat (Rp/Kg)	SPB (Rp/Kg)	Pemanen (Rp/Kg)	Tukang Angkong (Rp/Kg)	Pengutip BR (Rp/Kg)	
1	Agustinus	4	3.000	1.300	140	60	15	130	130	50	440
2	Monang Silaban	4	4.000	1.000	150	60	15	130	130	50	450
3	Willy	5	6.000	1.600	150	60	15	130	130	50	450
4	Rendy Silalahi	4	4.500	1.200	150	60	15	130	130	50	450
5	Bangkit Alison	4	5.000	1.500	140	60	15	130	130	50	440
6	Galih	4	4.000	1.000	150	60	15	130	130	50	450
7	Yanes Sijinjak	4	4.000	1.000	150	60	15	130	130	50	450
8	Dani	4	5.000	1.600	150	60	15	130	130	50	450
Total		33	35.000	10.200	1180	480	120	1.040	1.040	400	3580
Rata-Rata		4	4.437	1.275	147	60	15	130	130	50	447

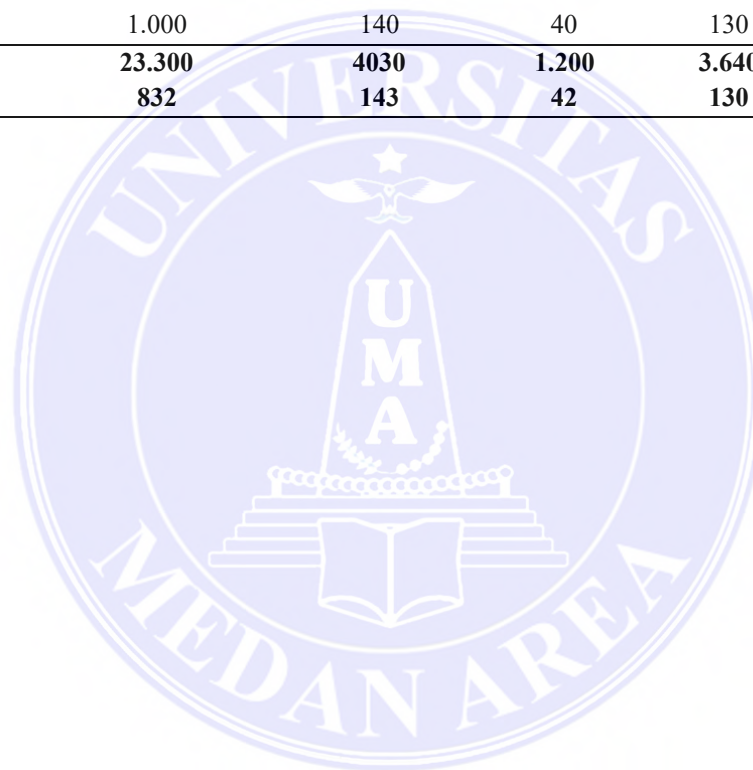
Sumber : Data Primer diolah 2024

Lampiran 6. Rata-Rata Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit per Ha Pada Saluran II di Kelurahan Pematang Pudu

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/2 Minggu)	Biaya Pemasaran						Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
				Produksi (kg/Ha)	Transportasi (Rp/Kg)	Muat (Rp/Kg)	Pemanen (Rp/Kg)	Tukang Angkong (Rp/Kg)	Pengutip BR(Rp/Kg)	
1	Fadil	3	2.000	600	140	50	130	130	50	400
2	Dedi	2	1.100	600	150	40	130	130	50	400
3	Ivan Sugandi	1	800	800	150	40	130	130	50	410
4	Harry	3	1.500	500	150	40	130	130	50	420
5	Jefri Hidayat	3	2.500	900	140	40	130	130	50	410
6	Ijup	2	1.000	500	140	50	130	130	50	410
7	Lamhot	2	1.500	700	140	50	130	130	50	400
8	Tigor	3	2.000	700	140	50	130	130	50	410
9	Felix Nasution	3	3.000	1.000	140	40	130	130	50	420
10	Togi Sibutar-butar	3	3.500	1.300	150	50	130	130	50	410
11	Sahat Samuel	2	1.200	500	140	40	130	130	50	410
12	Hadi	1	1.000	1.000	140	40	130	130	50	400
13	Daniel	3	2.800	1.000	140	40	130	130	50	410
14	Herman	3	3.200	1.000	140	40	130	130	50	410
15	Leo Harahap	2	2.000	1.000	140	50	130	130	50	410
16	David Siregar	2	2.000	1.000	150	40	130	130	50	410
17	Lovri Amelia	3	2.200	700	150	40	130	130	50	410
18	Tio Travolta	2	800	800	140	40	130	130	50	400
19	Gosen Gultom	2	1.600	900	150	40	130	130	50	410
20	James	3	2.500	900	150	40	130	130	50	410
21	Rian Fredo	2	1.200	500	140	50	130	130	50	410
22	Sugeng	3	2.800	1.000	150	50	130	130	50	410
23	Fredy	3	3.000	1.000	150	40	130	130	50	410
24	Perdro S	3	2.000	800	140	40	130	130	50	410

25	Marta	3	2.500	700	150	40	130	130	50	410
26	Darto Silaen	2	1.500	900	140	40	130	130	50	410
27	Agus	3	3.000	1.000	140	40	130	130	50	410
28	Rahmad	2	2.000	1.000	140	40	130	130	50	410
Total		69	56.200	23.300	4030	1.200	3.640	3.640	1.400	11.450
Rata – Rata		2	2007	832	143	42	130	130	50	395

Sumber : Data Primer diolah 2024



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

Lampiran 7. Penerimaan Petani TBS Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Pematang Pudu

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/2minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan(Rp/2 Minggu)	Penerimaan (Rp/Ha)
1	Agustinus	4	3.000	1.300	1.900	5.700.000	2.470.000
2	Monang Silaban	4	4.000	1.000	1.900	7.600.000	1.900.000
3	Willy	5	6.000	1.600	1.900	11.400.000	3.040.000
4	Rendy Silalahi	4	4.500	1.200	1.900	8.550.000	2.280.000
5	Bangkit Alison	4	5.000	1.500	1.900	9.500.000	2.850.000
6	Galih	4	4.000	1.000	1.900	7.600.000	1.900.000
7	Yanes Sitingjak	4	4.000	1.000	1.900	7.600.000	1.900.000
8	Dani	4	5.000	1.600	1.900	9.500.000	3.040.000
Total		33	35.000	10.200	15.200	67.450.000	19.380.000
Rata - Rata		4	4.437	1.275	1.900	8.431.250	2.422.500

Sumber : Data Primer diolah 2024

Lampiran 8. Pendapatan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran I di Kelurahan Pematang Pudu

No	Nama	Penerimaan (Rp/2 Minggu)	Biaya(Rp/2minggu)	Penerimaan (Rp/Ha)	Biaya (Rp/Ha)	Pendapatan(Rp /2minggu)	Pendapatan (Rp/Ha)
1	Agustinus	5.700.000	1.320.000	2.470.000	572.000	4.380.000	1.898.000
2	Monang Silaban	7.600.000	1.800.000	1.900.000	450.000	5.800.000	1.450.000
3	Willy	11.400.000	2.700.000	3.040.000	720.000	8.700.000	2.320.000
4	Rendy Silalahi	8.550.000	2.025.000	2.280.000	540.000	6.525.000	1.740.000
5	Bangkit Alison	9.500.000	2.200.000	2.850.000	660.000	7.300.000	2.190.000
6	Galih	7.600.000	1.800.000	1.900.000	450.000	5.800.000	1.450.000
7	Yanes Sitingjak	7.600.000	1.800.000	1.900.000	450.000	5.800.000	1.450.000
8	Dani	9.500.000	2.250.000	3.040.000	720.000	7.250.000	2.320.000
Total		67.450.000	19.380.000	13.540.000	4.562.000	51.555.000	14.818.000
Rata - Rata		8.431.250	2.422.500	1.692.500	570.250	6.444.375	1.852.250

Sumber : Data primer yang diolah 2024

Lampiran 9. Penerimaan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Pematang Pudu

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/2 Minggu)	Produksi (Kg/Ha)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/2 Minggu)	Penerimaan (Rp/Ha)
1	Fadil	3	2.000	600	1.700	3.400.000	1.020.000
2	Dedi	2	1.100	600	1.750	1.925.000	1.050.000
3	Ivan Sugandi	1	800	800	1.700	1.360.000	1.360.000
4	Harry	3	1.500	500	1.700	2.550.000	850.000
5	Jefri Hidayat	3	2.500	900	1.750	4.375.000	1.575.000
6	Ijup	2	1.000	500	1.700	1.700.000	850.000
7	Lamhot	2	1.500	700	1.700	2.550.000	1.190.000
8	Tigor	3	2.000	700	1.700	3.400.000	1.190.000
9	Felix Nasution	3	3.000	1.000	1.700	5.100.000	1.700.000
10	Togi Sibutar-butur	3	3.500	1.300	1.750	6.125.000	2.275.000
11	Sahat Samuel	2	1.200	500	1.750	2.100.000	875.000
12	Hadi	1	1.000	1.000	1.700	1.700.000	1.700.000
13	Daniel	3	2.800	1.000	1.700	4.760.000	1.700.000
14	Herman	3	3.200	1.000	1.700	5.440.000	1.700.000
15	Leo Harahap	2	2.000	1.000	1.700	3.400.000	1.700.000
16	David Siregar	2	2.000	1.000	1.700	3.400.000	1.700.000
17	Lovri Amelia	3	2.200	700	1.700	3.740.000	1.190.000
18	Tio Travolta	2	800	800	1.700	1.360.000	1.360.000
19	Gosen Gultom	2	1.600	900	1.700	2.720.000	1.530.000
20	James	3	2.500	900	1.700	4.250.000	1.530.000
21	Rian Fredo	2	1.200	500	1.700	2.040.000	850.000
22	Sugeng	3	2.800	1.000	1.700	4.760.000	1.700.000
23	Fredy	3	3.000	1.000	1.700	5.100.000	1.700.000
24	Perdro S	3	2.000	800	1.750	3.500.000	1.400.000
25	Marta	3	2.500	700	1.700	4.250.000	1.190.000
26	Darto Silaen	2	1.500	900	1.700	2.550.000	1.530.000

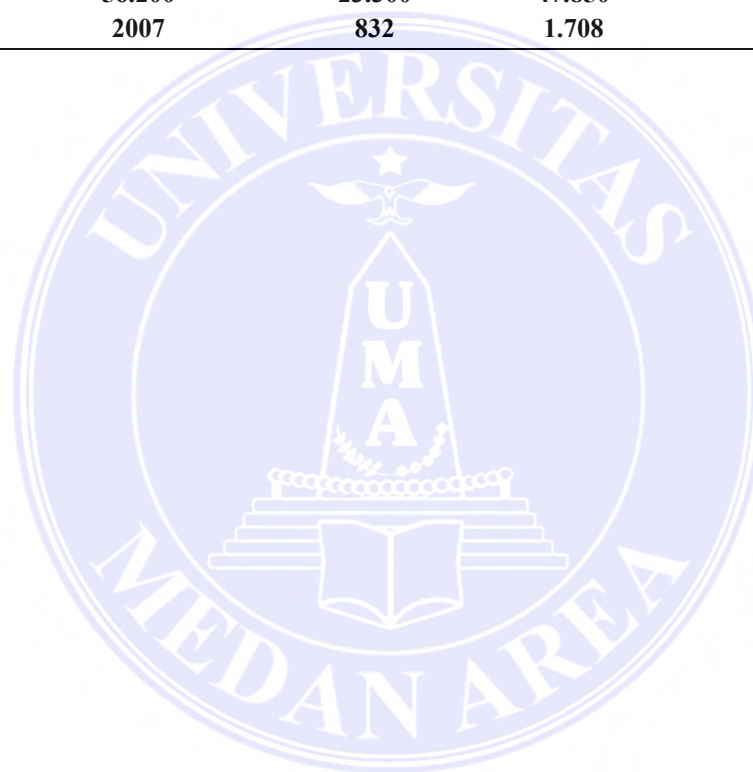
UNIVERSITAS MEDAN AREA

© 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

27	Agus	3	3.000	1.000	1.700	5.100.000	1.700.000
28	Rahmad	2	2.000	1.000	1.700	3.400.000	1.700.000
Total		69	56.200	23.300	47.850	96.055.000	39.815.000
Rata – Rata		2	2007	832	1.708	3.430.535	1.421.964

Sumber : Data primer diolah 2024



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

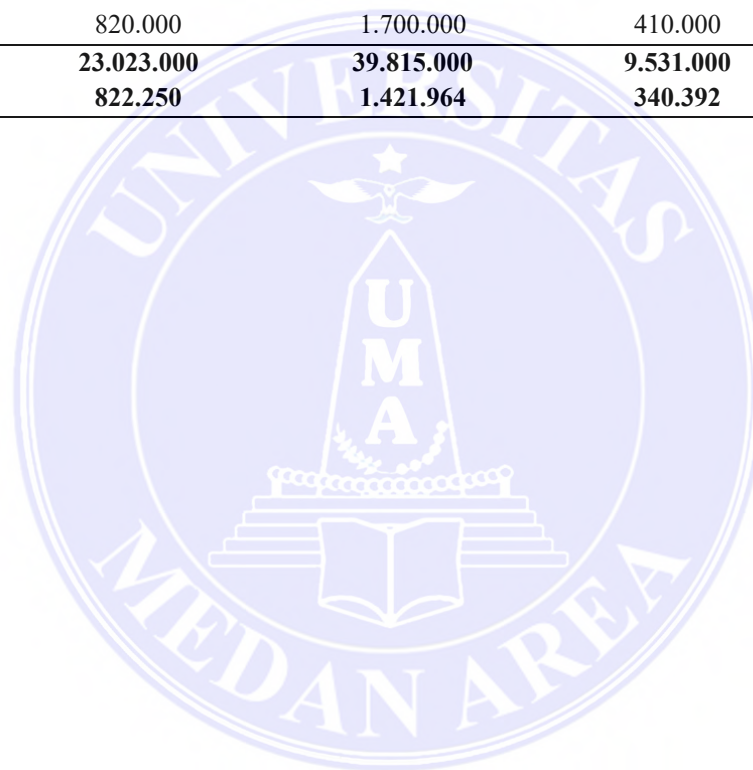
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Lampiran 10. Pendapatan Petani Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran II di Kelurahan Pematang Pudu

No	Nama	Penerimaan (Rp/2minggu)	Biaya(Kg/2 Minggu)	Penerimaan (Rp/Ha)	Biaya(Rp/Ha)	Pendapatan(Rp/2 Minggu)	Pendapatan(Rp/Ha)
1	Fadil	3.400.000	800.000	1.020.000	240.000	2.600.000	780.000
2	Dedi	1.925.000	440.000	1.050.000	240.000	1.485.000	810.000
3	Ivan Sugandi	1.360.000	328.000	1.360.000	328.000	1.032.000	1.032.000
4	Harry	2.550.000	630.000	850.000	210.000	1.920.000	640.000
5	Jefri Hidayat	4.375.000	1.025.000	1.575.000	369.000	3.350.000	1.206.000
6	Ijup	1.700.000	410.000	850.000	205.000	1.290.000	645.000
7	Lamhot	2.550.000	600.000	1.190.000	280.000	1.950.000	910.000
8	Tigor	3.400.000	820.000	1.190.000	287.000	2.580.000	903.000
9	Felix Nasution	5.100.000	1260.000	1.700.000	420.000	3.840.000	1.280.000
10	Togi Sibutar-butar	6.125.000	1.435.000	2.275.000	533.000	4.690.000	1.742.000
11	Sahat Samuel	2.100.000	492.000	875.000	205.000	1.608.000	670.000
12	Hadi	1.700.000	400.000	1.700.000	400.000	1.300.000	1.300.000
13	Daniel	4.760.000	1.148.000	1.700.000	410.000	3.612.000	1.290.000
14	Herman	5.440.000	1.312.000	1.700.000	410.000	4.128.000	1.290.000
15	Leo Harahap	3.400.000	820.000	1.700.000	410.000	2.580.000	1.290.000
16	David Siregar	3.400.000	820.000	1.700.000	410.000	2.580.000	1.150.000
17	Lovri Amelia	3.740.000	902.000	1.190.000	287.000	2.838.000	903.000
18	Tio Travolta	1.360.000	320.000	1.360.000	320.000	1.040.000	1.040.000
19	Gosen Gultom	2.720.000	656.000	1.530.000	369.000	2.064.000	1.161.000
20	James	4.250.000	1.025.000	1.530.000	369.000	3.225.000	1.161.000
21	Rian Fredo	2.040.000	492.000	850.000	205.000	1.548.000	645.000
22	Sugeng	4.760.000	1.148.000	1.700.000	410.000	3.612.000	1.290.000
23	Fredy	5.100.000	1.230.000	1.700.000	410.000	3.870.000	1.290.000
24	Perdro S	3.500.000	820.000	1.400.000	328.000	2.680.000	1.072.000

25	Marta	4.250.000	1.025.000	1.190.000	287.000	3.225.000	903.000
26	Darto Silaen	2.550.000	615.000	1.530.000	369.000	1.935.000	1.161.000
27	Agus	5.100.000	1.230.000	1.700.000	410.000	3.870.000	1.290.000
28	Rahmad	3.400.000	820.000	1.700.000	410.000	2.580.000	1.290.000
Total		96.055.000	23.023.000	39.815.000	9.531.000	73.032.000	30.144.000
Rata - Rata		3.430.535	822.250	1.421.964	340.392	2.608.285	1.076.571

Sumber : Data primer diolah 2024



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

Lampiran 11. Karakteristik Pedagang Pengumpul di Kelurahan Pematang Pudu.

No	Nama	Usia(tahun)	Pendidikan	Pengalaman	Jumlah Tanggungan (orang)
1	Paul	49	SD	5 Tahun	3
2	Harison	52	SMA	10 Tahun	4
3	Simanjuntak	50	SMA	8 Tahun	3
4	Nelson	54	SD	7 Tahun	2
5	Aritonang	55	SMA	10 Tahun	5
6	Ivan	45	SD	3 Tahun	2

Sumber : Data primer diolah 2024

Lampiran 12. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul di Kelurahan Pematang Pudu

No	Nama	Transportasi(Rp/Kg)	Muat(Rp/Kg)	Bongkar (Rp/Kg)	SPB (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	Paul	40	40	15	15	110
2	Harison	40	40	15	15	110
3	Simanjuntak	35	40	15	15	105
4	Nelson	35	40	15	15	105
5	Aritonang	35	40	15	15	105
6	Ivan	35	40	15	15	105
Total		220	240	90	90	640
Rata-rata		36	40	15	15	106

Sumber: Data primer diolah 2024

Lampiran 13. Pendapatan Pedagang Pengumpul di Kelurahan Pematang Pudu

No	Nama	Harga Jual (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)	Muatan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya Pemasaran(Rp)	Pendapatan (Rp)
1	Paul	1.900	110	1.790	4000	7.600.000	440.000	7.160.000
2	Harison	1.900	110	1.790	4000	7.600.000	440.000	7.160.000
3	Simanjuntak	1.900	105	1.795	5000	9.500.000	525.000	8.975.000
4	Nelson	1.900	105	1.795	4000	7.600.000	420.000	7.180.000
5	Aritonang	1.900	105	1.795	4000	7.600.000	420.000	7.180.000
6	Ivan	1.900	105	1.795	5000	9.500.000	525.000	8.975.000
Total		11.400	640	10.760	26.000	49.400.000	2.770.000	46.630.000
Rata-rata		1.900	106	1.793	4.333	8.233.333	461.666	7.771.666

Sumber : Data Primer diolah 2024.

Lampiran 14. Harga Beli, Harga Jual, dan Marjin Pemasaran, Pedagang Pengumpul di Kelurahan Pematang Pudu

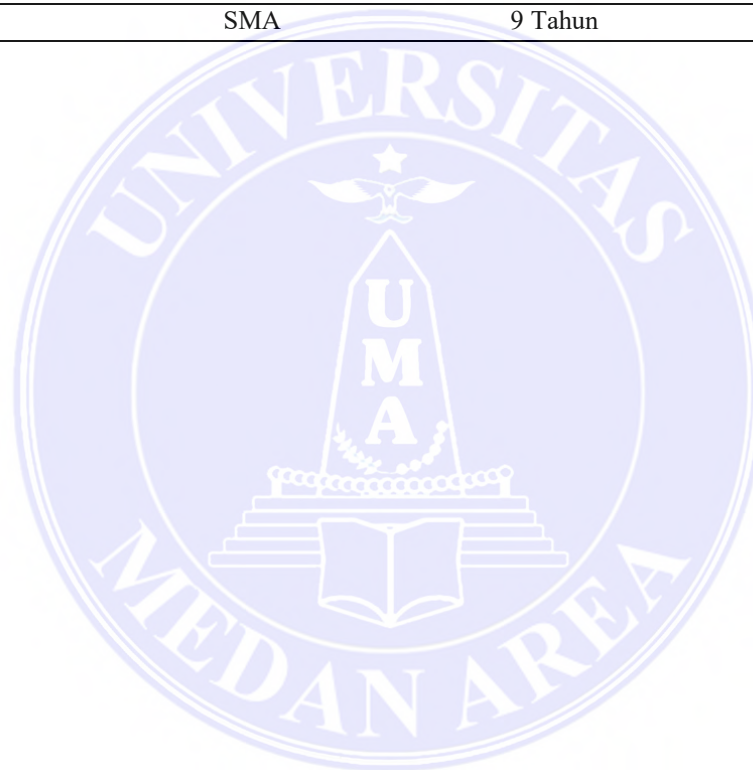
No	Nama	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli(Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)
1	Paul	1.900	1.700	200
2	Harison	1.900	1.750	150
3	Simanjuntak	1.900	1.750	150
4	Nelson	1.900	1.700	200
5	Aritonang	1.900	1.700	200
6	Ivan	1.900	1.700	200
Total		11.400	10.300	1.100
Rata-rata		1.900	1.716	183

Sumber : Data primer diolah 2024.

Lampiran 15. Karakteristik Pedagang Besar di Kelurahan Pematang Pudu

Nama	Usia(Tahun)	Pendidikan	Pengalaman	Jumlah Tanggungan (orang)
UD.R.Sirait	53	SMA	9 Tahun	4

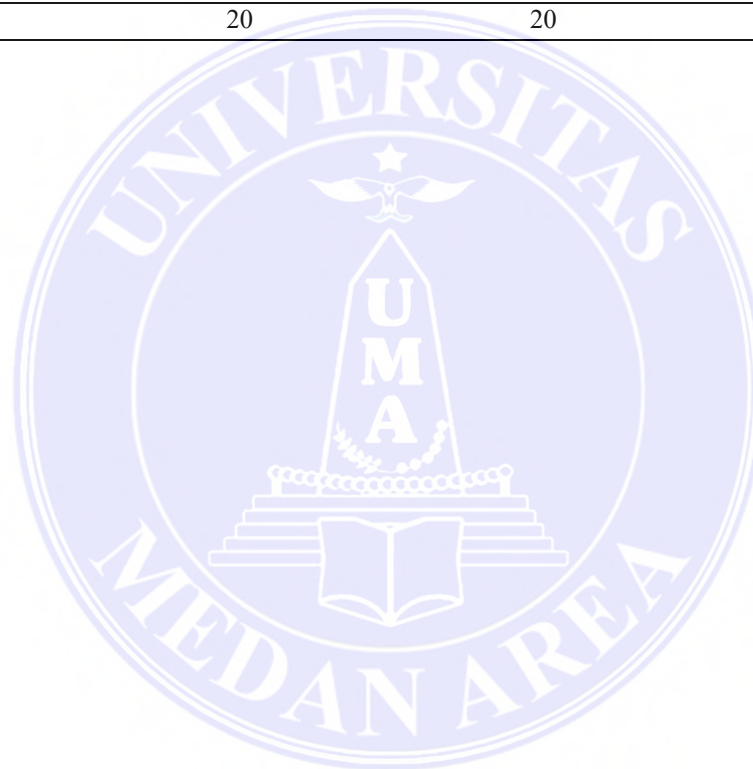
Sumber : Data primer 2024.



Lampiran 16. Biaya Pemasaran Pedagang Besar di Kelurahan Pematang Pudu

Nama RAM	Transportasi(Rp/Kg)	Bongkar(Rp/Kg)	Muat(Rp/Kg)	SPB(Rp/Kg)	Total Biaya(Rp/Kg)
UD.R.Sirait	50	20	20	15	105

Sumber : Data primer diolah 2024



Lampiran 17. Pendapatan Pedagang Besar di Kelurahan Pematang Pudu

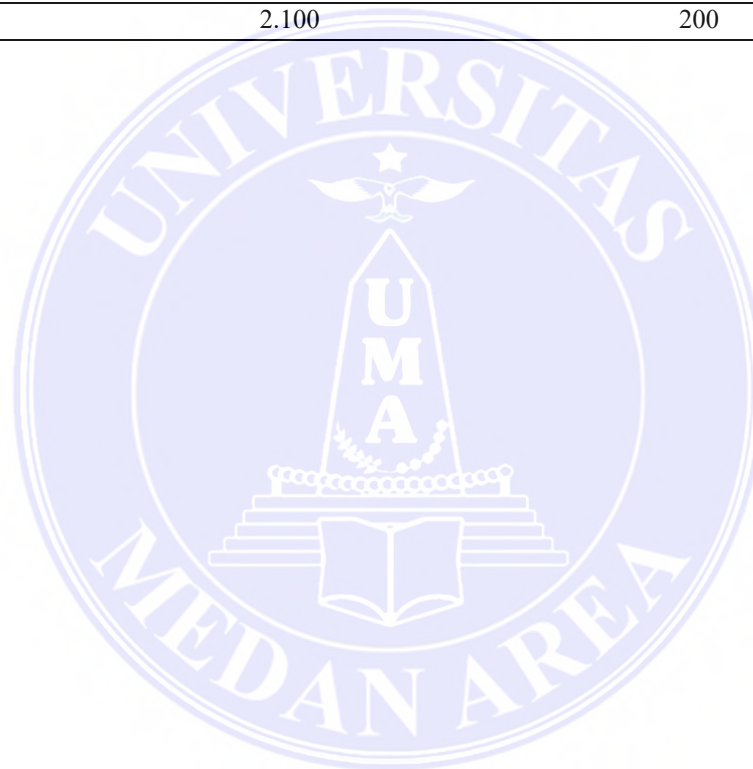
Nama RAM	Harga Jual(Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)	Muatan (Kg)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya Pemasaran(Rp)	Pendapatan (Rp)
UD.R.Sirait	2.1000	105	1995	95.000	199.500.000	9.975.000	189.525.000

Sumber : Data primer diolah 2024.

Lampiran 18. Harga Beli, Harga Jual, Marjin Pemasaran, dan Farmer's Share Pedagang Besar di Kelurahan Pematang Pudu

Nama RAM	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran(Rp/Kg)	Farmer's Share(%)
UD.R.Sirait	1.900	2.100	200	90

Sumber : Data primer diolah 2024.



Lampiran 19. Analisis Margin Pemasaran Pada Lembaga Pemasaran di Kelurahan Pematang Pudu

Lembaga Pemasaran	TBS Kelapa Sawit	Harga(Rp/Kg)	%
Produsen/Petani	Harga Jual	1.700	
Pedagang Pengumpul	Harga Beli	1.700	
	Harga Jual	1.900	89
	Margin	200	
Pedagang Besar	Harga Beli	1.900	
	Harga Jual	2.100	90
	Margin	200	
(PKS)	Harga Beli	2.100	

Sumber : Data primer diolah 2024.

Lampiran 20. Dokumentasi Penelitian



Gambar 14. Wawancara dengan Responden 1

Gambar 15. Wawancara dengan Responden 2



Gambar 16. Wawancara dengan Responden 3

Gambar 17. Wawancara dengan Responden 4



Gambar 18. Proses Pengangkutan Pedagang Pengumpul



Gambar 19. Proses pengumpulan TBS dan Pengumpulan Brondolan




Gambar 20. Proses Penimbangan Brondolan



Gambar 20. Proses Pengantaran TBS ke PKS

Lampiran 21. Surat Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225802 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 4157/FP.2/01.10/XII/2023
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Medan, 05 Desember 2023

Kepada yth.
Lurah Pematang Pudu
Kelurahan Pematang Pudu, Kecamatan Mandau,
Kabupaten Bengkalis
di
Tempat

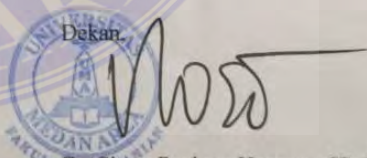
Dengan hormat,
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama:

Nama : Dicky Fernando Sitompul
NIM : 198220099
Program Studi : Agribisnis


Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kantor Lurah Pematang Pudu, Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis untuk kepentingan skripsi berjudul **“Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis”**.

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


Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.


Dekan
Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si

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



Lampiran 22. Surat Keterangan Selesai Riset

**PEMERINTAH KABUPATEN BENGKALIS**
KECAMATAN MANDAU
KANTOR KELURAHAN PEMATANG PUDU
JL. AMAN FIELD
Kode Pos 28783

Pematang Pudu, 08 Januari 2024

Nomor : 005 / PP / 2024 / 26
Lamp : -
Perihal : Selesai Melaksanakan Penelitian


Kepada Yth :
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area
Di
Medan

Dengan Hormat,
Sesuai dengan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Nomor 4157/FB.2/01.10/XII/2023 tanggal 05 Desember 2023 Perihal Izin penelitian dan Pengambilan Data/Riset dengan ini memberikan Keterangan kepada nama dibawah ini :

Nama : DICKY FERNANDO SITOMPUL
NIM : 198220099
Jurusan/Program Studi : Agribisnis
Alamat : Jl. Soebrantas RT.02 RW.01 Kelurahan Babussalam
Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis

Benar yang bersangkutan diatas menyelesaikan Penelitian dan Pengambilan Data/Riset di Kelurahan Pematang Pudu, Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis selama 1 (satu) Bulan terhitung Tanggal 08 Desember 2023 s/d 08 Januari 2024 dengan judul Penelitian "Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis"

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan Kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

LURAH PEMATANG PUDU

RIO SENTOSA S. STP
Perihal
Nip. 19941012 201609 1 001