

**ANALISIS PEMASARAN KELAPA SAWIT RAKYAT DI DESA
SEI LAMA KECAMATAN SIMPANG EMPAT
KABUPATEN ASAHAN**

SKRIPSI

OLEH

FRANS ARDIANSA SITORUS

218220006



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2025

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 7/5/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/5/25

**ANALISIS PEMASARAN KELAPA SAWIT RAKYAT DI DESA
SEI LAMA KECAMATAN SIMPANG EMPAT
KABUPATEN ASAHAN**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*

OLEH :

FRANS ARDIANSA SITORUS

218220006



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2025

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 7/5/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/5/25

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Di Desa Sei
Lama Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan
Nama : Frans Ardiansa Sitorus
Npm : 218220006
Fakultas : Pertanian

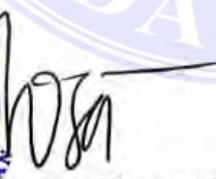
Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

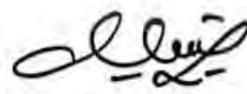


(Sri Ariani Safitri, SP, M.Si)
Dosen Pembimbing

Diketahui Oleh:



Drs. Siyaga Panjang Hernosa SP, M.Si
Dekan Fakultas Pertanian



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

Tanggal Lulus: 18 Maret 2025

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain dituliskan sumbernya dengan 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 adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, April 2025



Frans Ardiansa Sitorus

218220006

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Frans Ardiansa Sitorus

NPM : 218220006

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 Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Di Desa Sei Lama Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan" beserta perangkat yang ada (jika dibutuhkan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihkan media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), 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 : April 2025

Yang Menyatakan



(Frans Ardiansa Sitorus)

ABSTRAK

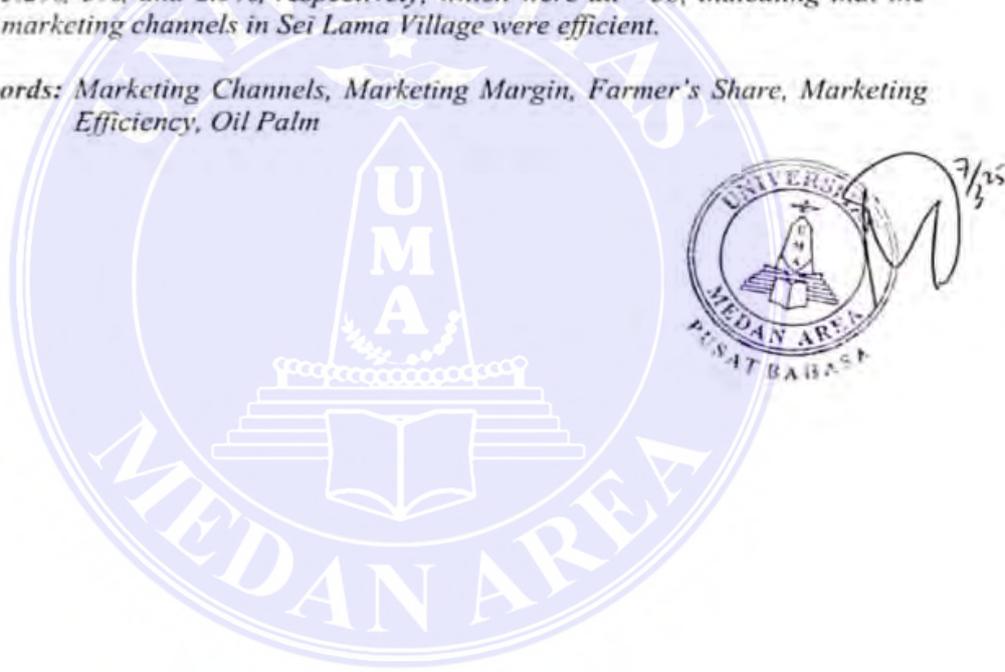
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi saluran pemasaran, besar margin pemasaran, *farmer's share*, efisiensi pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan. Penelitian ini dilakukan di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan. metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *metode purposive sampling* dengan menggunakan rumus slovin. Metode nalisis data pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengetahui kondisi saluran pemasaran di Desa Sei Lama dan metode kuantitatif untuk mengetahui besar nilai margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat tiga saluran pemasaran yang berada di Desa Sei Lama yaitu pola saluran I (petani kelapa sawit – pedagang pengumpul – pabrik kelapa sawit (PKS)), pola saluran II (petani kelapa sawit – pedagang besar – pola saluran I (petani kelapa sawit – pedagang pengumpul – pabrik kelapa sawit (PKS)), dan pola saluran III (petani kelapa sawit – pabrik kelapa sawit (PKS)), Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh margin pemasaran dan *farmer's share* saluran I, II, dan III yaitu sebesar Rp 434/Kg, Rp 267/Kg, dan Rp 0/Kg, dan 84%, 90%, dan 100%. Adapun nilai efisiensi pemasaran saluran I, II, dan III yaitu sebesar 3,2%, 3%, dan 2,9% < 50 yang berarti ketiga saluran pemasaran yang berada di Desa Sei Lama merupakan saluran yang efisien.

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

ABSTRACT

This research aimed to analyze the condition of marketing channels, the amount of marketing margin, farmer's share, and the marketing efficiency of smallholder oil palm in Sei Lama Village, Simpang Empat District, Asahan Regency. This research was conducted in Sei Lama Village, Simpang Empat District, Asahan Regency. The sampling method in this research used the purposive sampling method with the Slovin formula. The data analysis method in this research used a qualitative descriptive method to determine the condition of marketing channels in Sei Lama Village and a quantitative method to determine the value of marketing margin, farmer's share, and marketing efficiency. Based on the research results, there were three marketing channels in Sei Lama Village: channel pattern I (oil palm farmers – collectors – palm oil mills (PKS)), channel pattern II (oil palm farmers – wholesalers – channel pattern I (oil palm farmers – collectors – palm oil mills (PKS)), and channel pattern III (oil palm farmers – palm oil mills (PKS)). Based on the calculations, the marketing margin and farmer's share for channels I, II, and III were Rp 434/Kg, Rp 267/Kg, and Rp 0/Kg, and 84%, 90%, and 100%, respectively. The marketing efficiency values for channels I, II, and III were 3.2%, 3%, and 2.9%, respectively, which were all <50, indicating that the three marketing channels in Sei Lama Village were efficient.

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



RIWAYAT HIDUP

Frans Ardiansa Sitorus yang merupakan penulis penelitian ini lahir pada tanggal 19 Februari 2003 di Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatra Utara. Penulis sebagai anak yang pertama dari lima bersaudara dari pasangan Bapak Sabam Sitorus dan Ibu Hotmaria Manurung.

Seluruh pendidikan penulis yaitu telah menyelesaikan Sekolah Dasar pada tahun 2015 di SD Negeri Inpres 013819 Sei Lama. Telah menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama pada Tahun 2018 di SMP Negeri 1 Simpang Empat. Telah menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2021 di SMA Methodist 2 Kisaran. Kemudian tahun 2021 menjadi mahasiswa Agribisnis di Universitas Medan Area, Fakultas Pertanian. Pada tahun 2024 penulis mengikuti praktek kerja lapangan (PKL) di PTPN IV Regional 1 Kebun Rambutan. Kemudian di tahun 2024 penulis melakukan Pengajuan Skripsi dengan judul “Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan.

KATA PENGANTAR

Penulis mengungkapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berbagai berkat dan anugerahNya yang memungkinkan penyelesaian skripsi ini. Proposal yang di beri judul “Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan”.

Penulisan dari skripsi ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan studi strata satu di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr. Siswa Panjang Hernosa, S.P, M.Si selaku Dekan Fakultas Petanian Universitas Medan Area.
2. Ibu Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sri Ariani Safitri, SP, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada, keluarga, teman-teman, dan semua yang membantu peyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Pegawai akademik yang juga ikut serta dalam membatu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Pihak tempat penelitian yang juga telah membantu penulis dalam memberikan izin tempat untuk melakukan penelitian.

Semua bantuan dari berbagai pihak dalam penelitian ini dan penyusunan proposal ini penulis sangat menghargai, dan penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang. Penulis juga menyadari bahwa dalam

ix

penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih.

Medan, April 2025



(Frans Ardiansa Sitorus)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Pemikiran	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kelapa sawit	9
2.2 Saluran Pemasaran	14
2.3 Fungsi Pemasaran.....	17
2.4 Margin Pemasaran.....	19

2.5 <i>Farmer</i> 's Share.....	20
2.6 Efisiensi Pemasaran.....	20
2.7 Penelitian Terdahulu.....	22
III. METODE PENELITIAN	26
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.3 Jenis dan Sumber Data	27
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.5 Metode Analisis Data	28
3.6 Defenisi Operasional	30
3.7 Batasan Operasional	32
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	33
4.1 Lokasi dan Letak Daerah Penelitian.....	33
4.2 Karkteristik Responden	34
4.2.1 Umur.....	35
4.2.2 Jenis Kelamin	36
4.2.3 Tingkat Pendidikan	37
4.2.4 Pengalaman Usaha Tani	38
4.2.5 Jumlah Tanggungan Keluarga.....	40
4.2.6 Luas Lahan	41
4.2.7 Pendapatan	42
4.3 Karakteristik Lembaga Pemasaran.....	43
V. HASIL DAN PEMBAHSAN	46

5.1 Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	46
5.1.1 Saluran Pemasaran I	46
5.1.2 Saluran Pemasaran II.....	47
5.1.3 Saluran Pemasaran III	48
5.2 Fungsi – Fungsi Pemasaran	48
5.3 Biaya Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	50
5.4 Margin Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama.....	52
5.5 <i>Farmer</i> 's Share Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	53
5.6 Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama.....	53
5.7 Pembahasan	54
5.7.1 Saluran Pemasaran	54
5.7.2 Margin Pemasaran dan <i>Farmer</i> 's Share.....	57
5.7.3 Efisiensi Pemasaran.....	60
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
6.1 Kesimpulan.....	62
6.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Tabel 1. Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit Rakyat Menurut Kabupaten di Sumatra Utara Tahun 2023	3
2.	Tabel 2. Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit Rakyat Menurut Kecamatan di Kabupaten Asahan Tahun 2023	4
3.	Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.	Tabel 4. Karkteristik Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar di Desa Sei lama.....	44
5.	Tabel 5. Fungsi – Fungsi Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Pada Saluran Pemasaran di Desa Sei Lama	49
6.	Tabel 6. Biaya Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama.....	51
7.	Tabel 7. Margin Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	52
8.	Tabel 8. Farmer’s Share Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	53
9.	Tabel 9. Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	54

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran.....	8
2.	Gambar 2. Umur Sampel Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	35
3.	Gambar 3. Jenis Kelamin Sampel Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	37
4.	Gambar 4. Tingkat Pendidikan Sampel Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	38
5.	Gambar 5. Tingkat Pengalaman Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	39
6.	Gambar 6. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	40
7.	Gambar 7. Tingkat Luas Lahan Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	42
8.	Gambar 8. Tingkat Pendapatan Sampel Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	43
9.	Gambar 9. Pola Saluran I Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	46
10.	Gambar 10. Pola Saluran II Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	47
11.	Gambar 11. Pola Saluran III Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	48
12.	Gambar 12. Saluran I, II, III Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	55

DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Lampiran 1. Kuesioner.....	68
2.	Lampiran 2. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama ...	75
3.	Lampiran 3. Karakteristik pedagang pengumpul di Desa Sei Lama.....	76
4.	Lampiran 4. Karkteristik Pedagang Besar di Desa Sei lama	76
5.	Lampiran 5. Biaya Pemasaran yang Dikeluarkan Petani ke PKS.....	77
6.	Lampiran 6. Biaya Pemasaran yang Dikeluarkan Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar	77
7.	Lampiran 7. Harga Jual dan Penerimaan Petani Kelapa Sawit Rakyat pada Saluran I di Desa Sei Lama	78
8.	Lampiran 8. Harga Jual Pedagang Besar Saluran I di Desa Sei Lama	79
9.	Lampiran 9. Perhitungan Margin Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Efisiensi emasaran Saluran I Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama.....	80
10.	Lampiran 10. Harga Jual dan Penerimaan Petani Kelapa Sawit Rakyat pada Saluran II di Desa Sei Lama.....	81
11.	Lampiran 11. Harga Jual Pedagang Besar Saluran II di Desa Sei Lama.....	81
12.	Lampiran 12. Perhitungan Margin Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Efisiensi emasaran Saluran II Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama.....	82
13.	Lampiran 13. Harga Jual dan Penerimaan Petani Kelapa Sawit Rakyat pada Saluran III di Desa Sei Lama.....	83
14.	Lampiran 14. Perhitungan Margin Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Efisiensi emasaran Saluran III Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama	84
15.	Lampiran 15. Dokumentasi Penelitian.....	85
16.	Lampiran 16. Dokumentasi Surat Riset	88
17.	Lampiran 17. Surat Selesai Riset	89

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perkebunan adalah bagian dari pertanian yang fokus pada budidaya tanaman perkebunan, yaitu tanaman yang biasanya ditanam dalam skala besar untuk tujuan komersial. Secara internal pengembangan perkebunan kelapa sawit sangat didukung oleh potensi kesesuaian dan ketersediaan lahan di Indonesia. Pengembangan sektor perkebunan kelapa sawit telah menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam beberapa dekade terakhir. Kelapa sawit tidak hanya menjadi komoditas ekspor utama yang memberikan devisa besar bagi negara, tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi jutaan orang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pemerintah dan swasta terus berupaya meningkatkan produktivitas melalui penerapan teknologi modern, seperti penggunaan bibit unggul, sistem irigasi yang efisien, serta praktik pertanian berkelanjutan (Saputra et al., 2023).

Kelapa sawit adalah tanaman tropis yang berasal dari Afrika Barat. Kelebihan dari tanaman ini juga dapat ditanam di luar tempat asalnya, termasuk Indonesia. Tanaman ini telah banyak dibudidayakan dalam bentuk perkebunan dan pabrik di berbagai daerah di Indonesia. Kelapa sawit merupakan tanaman industri yang digunakan sebagai bahan baku minyak nabati, minyak industri, dan bahan bakar. Tanaman kelapa sawit atau dalam bahasa latin (*Elaeis guineensis* Jacq.) merupakan salah satu tanaman penghasil minyak terbesar dibandingkan dengan tanaman lainnya (As-Siddiqi et al., 2023).

Indonesia merupakan salah satu negara produsen sawit terbesar di dunia dengan produksi yang bisa mencapai sekitar 46 ton pertahun. Tingginya produksi minyak sawit Indonesia merupakan peluang baru yang perlu dikembangkan di era globalisasi ini sehingga Indonesia dapat bersaing dengan pesaing utamanya. Perkebunan Kelapa Sawit adalah bagian dari perkebunan yang pada saat sekarang sedang banyak dikembangkan oleh masyarakat di negara Indonesia. Besarnya manfaat kelapa sawit bagi negara, swasta dan masyarakat diharapkan laju pertumbuhan dan produksi kelapa sawit akan terus meningkat, sehingga perlu memperhitungkan aspek-aspek yang mempengaruhi pertumbuhan dan hasil produksi Kelapa Sawit (Ismiasih & Afroda, 2023).

Menurut data BPS tahun 2023 jumlah produksi kelapa sawit di negara Indonesia sekitar 46.986.100 ton dengan luas lahan sekitar 15.435.700 Ha. Provinsi Sumatra Utara merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki luas lahan kelapa sawit yang cukup luas dengan produksi yang cukup tinggi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 Provinsi Sumatra Utara merupakan Provinsi dengan peringkat keempat luas lahan dan produksi tertinggi di Indonesia dengan luas lahan 490.387 Ha dengan produksi 7.873.627 Ton.

Kabupaten Asahan merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di Provinsi Sumatra Utara dengan produksi kelapa sawit rakyat tertinggi di sumatra utara yang yang dapat menyumbang hingga jutaan ton kelapa sawit. Untuk melihat secara lengkap luas lahan dan produksi kelapa sawit rakyat di Kabupaten Asahan menurut BPS luas lahan dan produksi kelapa sawit rakyat tahun 2023

menurut Kabupaten di Provinsi Sumatar Utara dapat dilihat melauli tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit Rakyat Menurut Kabupaten di Sumatera Utara Tahun 2023

Kabupaten/Kota	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
Nias	--	-
Mandailing Natal	19.768	295.104
Tapanuli Selatan	6.892	87.413
Tapanuli Tengah	14.920	101.922
Tapanuli Utara	45	368
Toba	4.849	75.963
Labuhan Batu	36.596	560.154
Asahan	74.185	1.509.713
Simalungun	39.108	661.090
Dairi	829	6.372
Karo	2.012	31.422
Deli Serdang	18.162	235.509
Langkat	47.313	781.363
Nias Selatan	202	650
Humbang Hasundutan	642	4.186
Pakpak Barat	1.351	3.263
Samosir	-	-
Serdang Bedagai	14.174	235.509
Batu Bara	10.839	162.100
Padang Lawas Utara	36.660	425.470
Padang Lawas	37.238	591.536
Labuhanbatu Selatan	43.454	735.822
Labuanbatu Utara	73.018	1.221.190
Nias Utara	-	-
Nias Selatan	-	-
Pematangsiantar	-	-
Tebing Tinggi	-	-
Medan	-	-
Binjai	-	-
Padangsidempuan	106	1.004
Gunungsitoli	-	-
Sumatra Utara	490.387	7.873.627

Sumber Data: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatra Utara 2023

Pada tabel 1. diatas dapat di lihat bahwa luas lahan dan produksi kelapa sawit rakyat di Kabupaten Asahan pada tahun 2023 menempati peringkat pertama di Provinsi Sumatra Utara dengan luas lahan 74.185 Ha dengan produksi 1.509.713 Ton. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Kabupaten

Asahan merupakan kabupaten dengan luas lahan dan produksi kelapa sawit rakyat tertinggi di Provinsi Sumatera Utara.

Kecamatan Simpang Empat adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Asahan yang memiliki luas lahan dan produksi kelapa sawit yang cukup besar. Untuk melihat secara lengkap luas lahan dan produksi kelapa sawit rakyat di Kecamatan Simpang Empat berdasarkan BPS luas lahan dan produksi kelapa sawit rakyat tahun 2023 dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 2. Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit Rakyat Menurut Kecamatan di Kabupaten Asahan Tahun 2023

Kecamatan	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
B. P. Mandoge	9.520	194.360
Bandar Pulau	21.572	460.140
Aek Songsongan	4.137	73.748
Rahuning	2.419	49.897
Pulau Rakyat	4.587	104.208
Aek Kuasan	5.403	99.532
Aek Ledong	1.010	21.087
Sei Kepayang	3.580	68.389
Sei Kepayang Barat	316	4.369
Sei Kepayang Timur	774	10.837
Tanjung Balai	617	9.467
Simpang Empat	3.400	69.316
Teluk Dalam	2.672	78.433
Air Batu	1.436	36.891
Sei Dadap	1.036	15.642
Buntu Pane	2.551	40.030
Tinggi Raja	4.367	87.541
Setia Janji	844	13.002
Meranti	127	2.241
Pulo Bandring	631	9.883
Rawang Panca Arga	895	10.936
Air Joman	1.054	21.752
Silo Laut	1.103	25.463
Kisaran Barat	42	792
Kisaran Timur	85	1.562
Asahan	74.185	1.509.713

Sumber Data: Kabupaten Asahan Dalam Angka 2023

Pada tabel 2. diatas dapat di lihat bahwa luas lahan dan produksi kelapa sawit rakyat di Kecamatan Kecamatan Simpang Empat pada tahun 2023 menempati peringkat kedelapan dengan luas lahan 3.400 Ha dengan produksi

69.316 Ton. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa Kecamatan Simpang Empat termasuk kedalam daerah yang berada di Kabupaten Asahan yang memiliki luas lahan dan produksi kelapa sawit yang cukup besar. Besarnya luas lahan dan produksi kelapa sawit di Kecamatan Simpang Empat dikarenakan mayoritas petani di Kecamatan Simpang Empat merupakan petani kelapa sawit.

Menurut Rachmad (2023), aktivitas pemasaran ialah kegiatan yang paling dasar dalam suatu sistem agribisnis. Pemasaran berperan dalam menyalurkan atau menghubungkan antara apa yang diharapkan oleh produsen serta konsumen sehingga menjadi kesatuan dalam suatu rangkaian produksi. Dalam hal ini pemasaran juga dapat memaksimalkan biaya ekonomi, memaksimalkan pendapatan dari produsen, serta peningkatan kepuasan dari konsumen jika dilaksanakan dengan baik dan adil.

Dalam pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama masalah yang dihadapi oleh petani kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama adalah adanya selisih harga yang terjadi di setiap saluran pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama yang berpengaruh terhadap harga yang diterima petani kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama. Salah satu faktor utama yang menyebabkan selisih harga ini adalah keterlibatan banyak lembaga pemasaran dalam rantai distribusi di Desa Sei Lama. Setiap lembaga memiliki sistem kebijakan harga yang berbeda, yang pada umumnya mempengaruhi harga akhir yang diterima oleh petani. Selain itu, perbedaan dalam struktur biaya, efisiensi, dan kebijakan harga yang diterapkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berkontribusi pada selisih harga yang diterima petani.

Proses pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama melibatkan berbagai pihak, mulai dari petani, pengepul, pedagang besar, pabrik pengolahan kelapa sawit. Setiap lembaga ini berperan sebagai perantara yang mengambil margin keuntungan dari transaksi yang terjadi. Meskipun peran mereka penting dalam memastikan kelancaran distribusi di Desa Sei Lama, keberadaan banyak lembaga ini sering kali menyebabkan banyaknya variasi harga dan peningkatan harga jual yang tidak sebanding dengan harga yang diterima oleh petani. Akibatnya, petani kelapa sawit rakyat sering kali mendapatkan harga yang lebih rendah, meskipun mereka adalah pihak yang paling berisiko dalam proses produksi. Berdasarkan penjelasan di atas sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam proposal ini yaitu;

1. Bagaimana kondisi saluran pemasaran kelapa sawit rakyat yang berada di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan?
2. Berapakah besar margin pemasaran dan *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas yang menjadi tujuan dari penelitian dalam proposal ini adalah:

1. Untuk mengetahui kondisis saluran pemasaran kelapa sawit rakyat yang berada di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan.
2. Untuk menganalisis besar margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

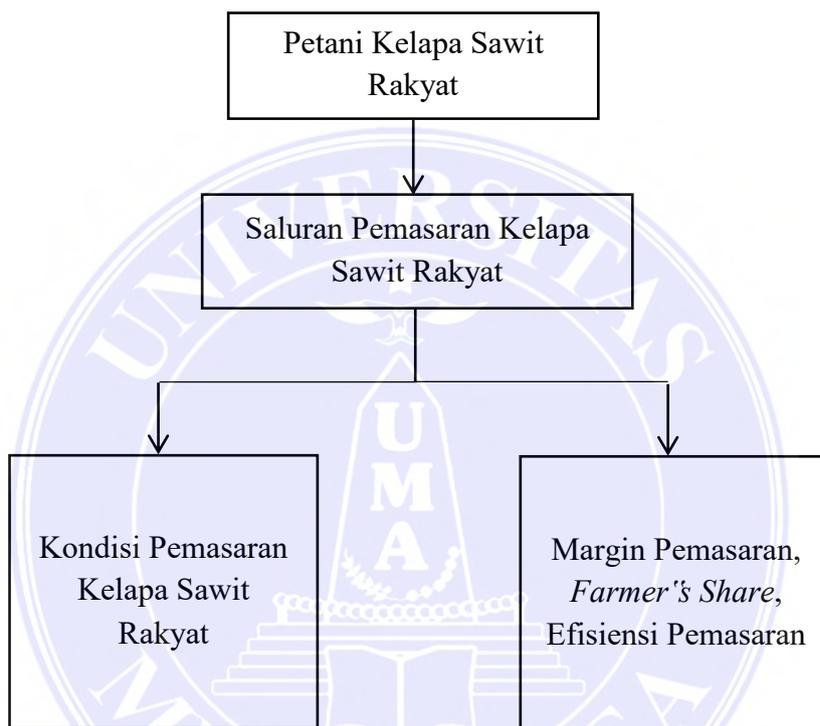
1. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Bagi pemerintah, diharapkan dapat dijadikan bahan informasi dan referensi untuk membuat kebijakan mengenai pemasaran kelapa sawit rakyat di desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Penjualan hasil kelapa sawit dari petani kepada pengumpul dan pabrik kelapa sawit merupakan pengertian dari pemasaran kelapa sawit. Aktivitas memasarkan hasil dari kelapa sawit melalui beberapa tahap saluran pemasaran. Saluran pemasaran adalah tahapan-tahapan penjualan hasil dari kelapa sawit. Saluran pemasaran hasil kelapa sawit berkaitan dengan lembaga – lembaga seperti pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pabrik kelapa sawit.

Dalam tahapan atau proses dari saluran pemasaran ini membuat terjadinya selisih atau perbedaan harga diterima petani yang disebut Margin Pemasaran. Perbedaan atau selisih harga dari proses pemasaran inilah yang menyebabkan

berkurangnya keuntungan atau pendapatan yang dapatkan petani. Jumlah harga akhir yang diterima petani dari konsumen ialah defenisi dari *farmer's share*, bagian ini biasanya berbentuk persen. Pemasaran kelapa sawit yang efisien adalah pemasaran yang memiliki nilai margin pemasaran yang rendah dan memiliki nilai *farmer's share* yang tinggi.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kelapa Sawit

Tanaman kelapa sawit yang sekarang berada di Indonesia pada awalnya di perkenalkan oleh seorang pemerintah negara Belanda di tahun 1848. Pada masa tersebut terdapat beberapa bibit tanaman kelapa sawit yang dikirim dari daerah Amsterdam setelah itu mulai ditanam dalam kebun Raya daerah Bogor. Tanaman kelapa sawit pertama kali dibudidayakan pada tahun 1911 namun masih secara komersial dan perkebunan kelapa sawit yang pertama berada di Aceh dan daerah di pantai timur Sumatra (Abdul, 2023).

Kelapa sawit adalah bagian dari jenis tanaman sektor perkebunan dengan tingkat perkembangan produksi tergolong sangat tinggi apabila dibanding dengan jenis tanaman perkebunan yang lain di Indonesia (Advent et al., 2021)

Menurut Nora & Mual (2018), kelapa sawit memiliki peran yang sangat strategis di Indonesia khususnya di bidang perkonomian negara Indonesia.

.Berikut peran-peran kelapa sawit dalam perkeekonomian negara Indonesia:

1. Menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2. Untuk menjaga kestabilan harga bahan pokok seperti minyak goreng.
3. Sebagai sumber devisa negara.

Pasar minyak kelapa sawit dunia sedang mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan sehingga industri sawit di Indonesia mempunyai potensi untuk mengantarkan negara Indonesia pada pertumbuhan dan perkembangan ekonomi sosial menuju ke arah yang lebih maju. Kemajuan industri kelapa sawit Indonesia

dapat menarik perhatian negara-negara di dunia khususnya negara-negara penghasil minyak. Negara Indonesia telah menjadi penghasil minyak kelapa sawit terbesar sejak tahun 2006. Permintaan dan kebutuhan kelapa sawit di dunia selalu meningkat karena banyaknya olahan atau produk turunan yang terbuat dari kelapa sawit seperti minyak kelapa sawit (Anjani et al., 2022).

Industri sawit dalam negara Indonesia sedang mengalami pertumbuhan yang cukup meningkat di setiap tahunnya, seperti di tahun 2021 negara Indonesia sanggup menyumbangkan 58% dari jumlah keseluruhan hasil produksi minyak global dan menjadikan negara Indonesia mendapat pengakuan sebagai negara pengeskspor minyak kelapa sawit tertinggi di dunia (Harahap & Munir, 2022).

Dalam sejarah kelapa sawit di negara Indonesia mencatat bahwa minyak dari kelapa sawit adalah penyuplai utama untuk memenuhi kebutuhan minyak nabati di Indonesia sampai tahun 1970. Namun di tahun tersebut produksi kelapa sawit mengalami penurunan akibat nya pasokan kelapa sawit tahun itu kurang terjamin (Nora & Mual, 2018).

Menurut Abdul (2023), kelapa sawit dapat di kelompokkan menjadi tiga jenis berdasarkan tingkat ketebalan daging buah dan ketebalan cangkang yaitu sebagai berikut:

1. Kelapa sawit psipera yaitu kelapa sawit yang memiliki tipe cangkang yang tipis hingga tidak memiliki cangkang hal ini disebabkan oleh adanya zat alela homozigot dan bersifat resesif. Jenis ini mempunyai daging yang lebih tebal namun memiliki daging biji yang cukup tipis.

2. Kelapa sawit dura yaitu salah satu jenis kelapa sawit yang memiliki tipe cangkang yang cukup tebal mencapai 2-7 m, dan cangkang bagian luar memiliki serabut yang tipis. Jenis ini memiliki tingkat ketebalan daging buah yang tipis namun memiliki yang besar.
3. Kelapa sawit tenera yaitu jenis kelapa sawit hasil persilangan antar dua jenis kelapa sawit yaitu jenis pesifera dan dura. Jenis kelapa sawit ini adalah yang paling unggul karena seimbang antar tingkat ketebalan cangkang dengan tingkat ketebalan buah.

Kelapa sawit adalah salah satu tanaman penghasil minyak nabati dan tergolong kedalam keluarga Palmae. Kelapa sawit tergolong kedalam tanaman yang dapat tumbuh tinggi mencapai 19 meter dengan diameter mencapai 74 cm. Batang dari kelapa sawit pada dasarnya tidak memiliki cabang, karena tumbuhnya yang vertikal (ke atas) dan hanya berpusat pada satu titik saja. Tanaman sawit dikenal mempunyai tipe daun majemuk dan berwarna hijau tua sedangkan pelepahnya mempunyai warna hijau muda. Kelapa sawit juga memiliki pelepah yang ukurannya bisa mencapai 9,5 meter, dan memiliki sekitar 370 helai anak daun pada setiap pelepahnya (Nora & Marbun, 2019).

Tanaman kelapa sawit dikategorikan kedalam tanaman yang berumah satu yang berarti tanaman ini mempunyai dua bunga dalam satu tanaman. Kedua bunga (jantan dan betina) tanaman kelapa sawit memiliki rangkaian bunga yang terpisah yang terdapat pada pelapah daun kelapa sawit. Siklus yang berselang seling antara rangkaian bunga betina dan bunga jantan menyebabkan jarang terjadi pembungaan yang serentak. Pada dasarnya penyerbukan tanaman kelapa

sawit dapat terjadi secara alami baik melalui bantuan angin maupun serangga (Abdul, 2023).

Jenis benih mempunyai pengaruh nyata terhadap hasil buah kelapa sawit jenis benih dengan kualitas tinggi dapat menghasilkan buah yang berkualitas tinggi juga. Dalam pemilihan varietas benih kriteria tertentu harus dipenuhi agar buah yang dihasilkan berkualitas tinggi, minyak yang dihasilkan berkualitas tinggi, serta harga terjangkau. Pemilihan benih merupakan dasar untuk menentukan nilai komersial suatu perkebunan dalam menentukan nilai komersial suatu perkebunan dan menentukan produksi dan produktivitas tanaman.

Pada buah tanaman kelapa sawit terdapat dua bagian penting yang pertama yaitu perikarpium yang meliputi kulit serta daging buah yang berserabut, yang kedua yaitu benih yang meliputi tempurung, karmel, dan embrio. Buah sawit yang berwarna hijau/ungu umumnya masih mentah karena memiliki kandungan Antosianin tinggi. Standar untuk asam lemak bebas untuk kelapa sawit yaitu sekitar lebih kecil dari 3,5%. Buah sawit yang berwarna kemerahan atau jingga umumnya sudah masak dan mengandung 40-60% minyak. Umur rata-rata tanaman kelapa sawit bisa mencapai 25 tahun dan bisa menghasilkan 18-20 tandan pertahun. Berat tandan kelapa sawit berbeda-beda tergantung usia tanamannya, untuk tanaman yang masih muda berat tandan buah sawit mencapai 5-8 kg, sedangkan tanaman yang tua bisa mencapai 20-40 kg.

Menurut Nora & Marbun (2019), pertumbuhan kelapa sawit akan lebih optimal jika didukung oleh faktor-faktor yang berpengaruh dalam masa

pertumbuhan dan perkembangan tanaman kelapa sawit. Berikut faktor-faktor yang berpengaruh dalam masa pertumbuhan dan perkembangan tanaman kelapa sawit:

a. Iklim

Iklim menjadi faktor yang cukup berpengaruh karena perannya dibutuhkan oleh tanaman kelapa sawit khususnya dibidang pertumbuhannya karena tanaman sawit harus didukung dengan iklim yang sesuai, kondisi iklim yang baik untuk tanaman kelapa sawit yaitu terletak antara 150° LU - 150°LS.

b. Curah Hujan

Curah hujan memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan tanaman kelapa sawit juga dalam proses produksinya karena pada saat curah hujan tinggi maka proses penyerbukan akan terhambat, sedangkan jika curah hujan rendah maka pembetukan bunga dan daun akan terhambat. Curah hujan untuk tanaman kelapa sawit biasanya berkisar 2.000-2.500 mm/tahun.

c. Suhu

Suhu ialah faktor harus diperhatikan dalam proses budidaya kelapa sawit, suhu yang bagus untuk kelapa sawit yaitu antar 25°-26 °C dengan kelembapan 80-85%.

d. Ketinggian Tempat

Komponen lain yang mempunyai pengaruh penting pada pertumbuhan kelapa sawit ialah ketinggian tempat umumnya ketinggian tempat untuk tanaman kelapa sawit ialah berkisar 0-500 mdpl.

e. Lama Penyinaran Matahari

Tanaman kelapa sawit umumnya memerlukan lama penyinaran cahaya matahari minimal 5 jam dalam setiap hari, sepanjang tahun dan untuk hasil kelapa sawit yang lebih baik lama penyinarannya yaitu antara 5-7 jam per hari.

2.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dapat diartikan sebagai suatu alur atau jaringan yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk atau jasa dari produsen kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran juga disebut sebagai saluran distribusi untuk menyalurkan suatu jenis produk dari produsen sampai ke tangan konsumen. Pengertian saluran pemasaran adalah kumpulan berbagai lembaga/organiisasi yang saling berhubungan dalam rangka mendistribusikan barang/jasa kepada kosnsumen, termasuk di dalamnya proses pembuatan barang dan jasa untuk dikonsumsi oleh konsumen (Alvian, 2021).

Saluran pemasaran adalah serangkaian kelompok yang menjadi bagian dari proses menyalurkan barang dan jasa hingga berada di tangan konsumen akhir. Pemahaman mengenai saluran pemasaran termasuk kedalam bagian penting untuk membuat percanaan, mengubah saluran pemasaran, evaluasi untuk memastikan produk selalu tersedia kapanpun dan dimanapun konsumen ingin mendapatkannya. Sehingga berdasarkan penjelasan diatas maka diambil kesimpulan yaitu saluran pemasaran merupakan bagian yang sangat penting dalam mendistribusi suatu jenis produk dari produsen hingga sampai ke tangan para konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Hermansyah, 2023).

Saluran pemasaran terdiri dari beberapa jenis yaitu sebagai berikut:

1. Jenis Saluran Pemasaran Langsung

Jenis saluran pemasaran langsung yaitu jenis saluran pemasaran yang termasuk terendah dan sederhana dan tidak memerlukan perantara karena hanya melibatkan produsen dan konsumen akhir, ini juga disebut sebagai zero stage channel (saluran nol) karena produsen bisa secara langsung memasarkan barang atau produknya kepada konsumen.

2. Jenis Saluran Pemasaran Dengan Satu Mediator (Perantara)

Saluran pemasaran ini sering disebut one stage channel (saluran tingkat 1) yaitu jenis saluran yang melibatkan satu lembaga pemasaran yang berperan sebagai perantara dalam memasarkan barang atau produk dari produsen ke konsumen.

3. Jenis Saluran Pemasaran Dengan Dua Mediator (Perantara)

Jenis saluran ini memiliki dua lembaga pemasaran yang berbeda sebagai perantara dalam memasarkan barang atau produk dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran ini disebut dengan two stage channel (saluran tingkat 2).

4. Jenis Saluran Pemasaran Dengan Tiga Mediator (Perantara)

Saluran ini disebut dengan three stage channel (saluran tingkat 3) yaitu jenis saluran yang melibatkan tiga lembaga pemasaran yang berbeda sebagai perantara dalam memasarkan barang atau produk dari produsen ke konsumen.

Sistem pada saluran pemasaran mempunyai keterkaitan satu bagian dengan bagian yang lain sehingga jadi satu keutuhan untuk memasarkan barang, jasa, maupun produk tertentu dari produsen kepada konsumen, sehingga barang dan jasa tersebut bisa sampai ke tangan konsumen akhir sehingga bisa didapatkan dan digunakan oleh konsumen akhir. Dalam suatu sistem pemasaran terdapat berbagai organisasi dan lembaga distribusi pasar yang memiliki pengaruh yang cukup besar untuk menentukan keberhasilan kegiatan pemasaran. Organisasi dan lembaga pemasaran ini berfungsi sebagai fasilitator yang menghubungkan antara produsen dan konsumen, melaksanakan berbagai fungsi-fungsi dalam pemasaran, serta berusaha memenuhi berbagai kebutuhan-kebutuhan konsumen.

Pengarahan terhadap suatu lembaga pemasaran sangat penting karena besarnya margin pemasaran pada tingkat produsen dan pada tingkat konsumen sebagian besar dipengaruhi oleh aktivitas lembaga pemasaran. Salah satu yang menjadi tolak ukur pemasaran yang efisien ialah mempunyai selisih harga yang kecil, serta terwujudnya sistem pembagian yang cukup adil pada setiap pelaku pemasaran yang berkaitan langsung pada aktivitas dan proses pemasaran.

Proses yang berkaitan dengan pemasaran kelapa sawit rakyat melibatkan beberapa lembaga atau organisasi yaitu:

1. Pedagang Pengumpul

Lembaga pertama yang berkaitan dengan pemasaran yaitu pedagang pengumpul yang berperan dalam pembelian hasil kelapa sawit dari petani kemudian akan dijual ke pabrik kelapa sawit dan pedagang besar.

2. Pedagang Besar

Pedagang besar yaitu lembaga dalam suatu rantai pemasaran dan mempunyai peran utama dalam membeli kelapa sawit yang diterima dari petani maupun pedagang-pedagang pengumpul yang kemudian akan di jual ke pabrik kelapa sawit.

3. Pabrik Kelapa Sawit

Pabrik Kelapa Sawit merupakan pabrik untuk menampung hasil dari kelapa sawit kemudian mengelola hasil produksi kelapa sawit yang diperoleh dari agen-agen maupun distributor pemasaran menjadi suatu produk turunan seperti CPO.

2.3 Fungsi Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan oleh individu, lembaga pelaku usaha untuk keberlangsungan usaha/bisnisnya serta untuk memperoleh keuntungan (Sophia et al., 2023).

Pemasaran merupakan suatu proses pemindahan dan penyaluran produk dari produsen ke konsumen dalam lingkungan pasar. Pada proses pendistribusian, produk akan didistribusikan hingga produk tersebut berada ditangan konsumen dalam keadaan sesuai dengan pesanan konsumen yang juga diikuti peningkatan nilai guna barang karena adanya suatu proses pengolahan dan penyimpanan.

Menurut Nasution et al (2021), fungsi pemasaran adalah bagian penting dalam suatu proses pemasaran sawit. Pada proses pemasaran hasil sawit yang dilakukan oleh petani serta lembaga-lembaga yang berkaitan sangat bervariasi fungsi pemasarannya. Seluruh lembaga akan melaksanakan fungsi pemasaran

dari mulai fungsi penjualan sampai fungsi pembelian. Akibat dari dijalankannya setiap fungsi-fungsi pemasaran maka akan muncul biaya-biaya tertentu dari setiap fungsi pemasaran tersebut.

Suatu fungsi dari pemasaran dapat dilihat berdasarkan kualitas produk-produk yang dijual seperti kesesuaian harga yang di peroleh konsumen dan berhubungan dengan akurasi produk tersebut. Suatu fungsi pemasaran tidak harus dilaksanakan secara tetap namun harus dilaksanakan secara keseluruhan. Fungsi pemasaran dapat terjadi secara singkat yang hanya melibatkan dua komponen, namun ada juga yang begitu panjang yang melibatkan banyak komponen-komponen pemasaran dan membutuhkan waktu yang cukup lama dalam penyelesaiannya.

Menurut Apriyanti & Manik (2018) Suatu pemasasaran memiliki beberapa fungsi pemasaran yaitu:

a. Fungsi Pertukaran

Fungsi Pertukaran ialah aktivitas untuk mempermudah pengalihan hak milik atas suatu barang/produk yang di perdagangkan. Fungsi pertukaran terdiri dari aktivitas pembelian dan penjualan barang atau produk.

b. Fungsi Fisik

Fungsi fisik ialah seluruh aktivitas terkait dengan suatu barang atau jasa tertentu yang mengakibatkan munculnya kegunaan bentuk, waktu dan tempat. Fungsi fisik terdiri dari penyimpanan, pengangkutan, pengolahan barang atau produk.

c. Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas yaitu suatu aktivitas dengan peran sebagai pendukung sebuah sistem pemasaran agar bekerja dengan baik. Fungsi fasilitas meliputi standarisasi dan informasi pasar.

2.4 Margin Pemasaran

Pengertian margin pemasaran ialah selisih harga pada tingkat pembeli (konsumen) dengan harga pada tingkat produsen akibat adanya penambahan biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran (Rahayu et al., 2021).

Terdapat dua sudut pandang mengenai margin pemasaran yaitu sudut pandang berdasarkan biaya dan sudut pandang harga. Berdasarkan teori harga, seringkali produsen dan konsumen dianggap bertemu secara langsung namun kenyataannya produk yang dihasilkan produsen melewati beberapa organisasi penjualan sebelum sampai ke konsumen.

Menurut Yolanda et al, (2021), definisi margin pemasaran merupakan selisih antar harga yang diberikan oleh konsumen akhir harga yang diperoleh produsen. Semakin rendah nilai margin suatu pemasaran maka akan semakin efisien suatu pemasaran tersebut sebaliknya semakin tinggi margin pemasaran suatu pemasaran maka semakin tidak efisien suatu pemasaran tersebut.

Terdapat beberapa yang menjadi alternatif margin pemasaran yaitu:

- a. Selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diperoleh produsen.
- b. Adalah harga dari sekumpulan biaya-biaya jasa pemasaran yang disebabkan adanya permintaan atau penawaran terhadap suatu produk.

Tinggi rendahnya suatu margin pemasaran selalu digunakan sebagai tolak ukur untuk melihat seberapa efisien suatu saluran pemasaran. Sistem harga dan mekanisme penetapan harga merupakan fungsi yang sangat penting pada suatu proses pemasaran yang pada umumnya ditentukan oleh berbagai faktor seperti pasar, tempat, dan waktu yang berpengaruh pada permintaan dan penawaran suatu produk atau komoditas dalam suatu pasar

2.5 *Farmer's Share*

Menurut Apriyanti & Manik (2018), *farmer's share* didefinisikan sebagai perbandingan harga yang diperoleh produsen dengan harga yang diberikan oleh konsumen dalam bentuk persentase. Suatu pemasaran dapat dikategorikan efisien apabila pemasaran tersebut memiliki nilai *farmer's share* yang cukup tinggi.

Defenisi *farmer's share* adalah suatu bagian penerimaan yang di dapatkan petani dari aktivitas pemasaran barang atau jasa. *Farmer's share* berfungsi untuk melihat perbandingan harga yang dibayar atau dibeli konsumen dan harga yang diperoleh produsen. Presentase suatu harga akan semakin sedikit apabila semakin besar harga yang diberikan oleh lembaga pemasaran kepada konsumen. Hal ini diakibatkan karena terdapat hubungan negatif antara bagian yang diperoleh petani dengan marjin pemasaran (Nasution et al., 2021).

2.6 Efisiensi Pemasaran

Pemasaran merupakan aktivitas yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari masyarakat baik itu konsumen ataupun pelanggan dan ini ialah salah satu aktivitas yang paling utama dalam suatu bisnis. Proses pemenuhan keinginan dan kebutuhan dari konsumen ini dapat dilakukan dengan membuat

produk yang dapat memberikan benefit kepada konsumen. Selain memenuhi kebutuhan dari konsumen pemasaran juga berfungsi untuk meningkatkan laba dan pendapatan (Charviandi et al., 2023).

Pemasaran adalah aktivitas untuk memperkenalkan suatu barang atau produk dengan harapan konsumen dapat mengenal produk yang ditawarkan dan mengetahui kelebihan dari produk tersebut (Dahlan Lubis, 2019).

Efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antar total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Defenisi efisiensi pemasaran dalam bidang pertanian ialah kemampuan untuk menyalurkan produk pertanian dari produsen atau petani kepada konsumen dengan biaya yang serendah mungkin. Suatu saluran pemasaran dapat dikategorikan saluran yang efisien jika setiap saluran pemasarannya mempunyai margin pemasaran yang tergolong rendah atau kecil. Jumlah margin sangat bergantung pada panjangnya suatu saluran pemasaran beserta seluruh lembaga yang berkaitan dengan saluran pemasaran tersebut.

Perbandingan antara biaya dikeluarkan dalam aktivitas pemasaran terhadap jumlah keseluruhan nilai barang yang di tawarkan merupakan pengertian dari efisiensi pemasaran. Jika nilai tingkat efisiensi pemasarannya rendah maka akan semakin efisien saluran distribusi tersebut, setiap saluran akan sangat mempengaruhi efisiensi pasar (Setiady D, 2022).

. Petani rakyat umumnya masih menggunakan lembaga pemasaran sebagai perantara dalam proses penjualan dari hasil kelapa sawitnya ke pabrik karena petani tidak bisa langsung menjual hasil kelapa sawitnya langsung ke pabrik,

penyebab rata-rata petani tidak bisa menjual langsung sawitnya ke pabrik adalah dikarenakan rata-rata petani rakyat memiliki produksi yang masih rendah dan tidak mempunyai surat izin. Sehingga untuk meningkatkan efisiensi pemasaran perlu mempertimbangkan dan mengoptimalkan aspek-aspek pemasaran secara menyeluruh (Rachmad, 2023).

2.7 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian Hari Ridho Wibowo (2019) “Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat (Studi Kasus : Desa Asam Jawa Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan)” pada penelitian ini menggunakan metode analisis yaitu analisis saluran pemasaran, margin distribusi, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu terdapat tiga saluran pemasaran yang berada di Desa Asam Jawa Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan yaitu saluran I (petani – pedagang besar – pabrik kelapa sawit), saluran II (petani – pedagang pengumpul – pabrik kelapa sawit), dan saluran III (petani – pabrik kelapa sawit). Adapun besar margin pemasaran yang terdapat di saluran pemasaran I di Desa Asam Jawa yaitu sebesar Rp 195/Kg, saluran pemasaran II sebesar Rp 90/Kg, saluran pemasaran III sebesar Rp 0/Kg. Adapun besar *farmer's share* yang terdapat saluran pemasaran di Desa Asam Jawa yaitu saluran I sebesar 82,27%, saluran II sebesar 91,81%, saluran III sebesar 100%. Adapun besar efisiensi saluran I sebesar 13,18%, saluran II sebesar 7,27%, dan saluran III sebesar 8,64%.

Berdasarkan hasil penelitian Eva Devita Sihombing (2024) “Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan

Kabupaten Labuan Batu” pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif Hasil penelitian yang diperoleh yaitu terdapat tiga saluran pemasaran di daerah Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuan Batu yaitu saluran I (petani – pabrik kelapa sawit), saluran II (petani – pengepul – pabrik kelapa sawit), saluran III (petani – RAM – pabrik kelapa sawit). Pada saluran I diperoleh margin pemasaran sebesar Rp 0/Kg Pada saluran II diperoleh margin sebesar Rp 400/Kg, dan pada saluran III diperoleh margin sebesar Rp 200/Kg. Adapun besar *farmer*’s share yang terdapat saluran pemasaran di Desa Kampung Padang yaitu saluran I sebesar 100%, saluran II sebesar 82,6%, saluran III sebesar 91,30%. Adapun besar efisiensi saluran I sebesar 6,5%, saluran II sebesar 7,1%, dan saluran III sebesar 7,14%.

Berdasarkan hasil penelitian Nasution et al (2021) “Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Sampean Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan Provinsi Sumatera Utara” pada penelitian ini menggunakan metode metode analisis deskriptif kuantitatif dengan variabel saluran pemasaran, margin pemasaran, farmer share dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu terdapat dua pola saluran pemasaran di di desa Sampean Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan Provinsi Sumatera Utara yaitu saluran I (petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pabrik kelapa sawit, saluran II (petani – pedagang besar – pabrik kelapa sawit). Adapun besar biaya pemasaran pada saluran I yaitu Rp. 130/kg, keuntungan pemasaran untuk pedagang pengumpul yaitu Rp. 140/kg, keuntungan untuk pedagang besar yaitu Rp. 130/kg dan margin pemasaran yaitu Rp. 200/kg untuk pedagang pengumpul dan

pedagang besar. Pada saluran II biaya total pemasaran sebesar Rp. 70/kg, keuntungan Rp. 130/kg, dengan margin pemasaran Rp. 200/kg. Pada penelitian ini saluran II merupakan saluran yang paling efisien dibanding saluran I.

Berdasarkan hasil penelitian Firlana (2023) “Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Rakyat (Studi Kasus;: di Desa Marjanji, Kecamatan Sipisis)” pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yaitu menjelaskan saluran pemasaran kelapa sawit yang berada didaerah penelitian. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu di daerah Desa Marjanji memiliki dua pola saluran pemasaran, yang pertama (petani – pedagang pengumpul – RAM – pabrik kelapa sawit dan yang kedua (petani – RAM – pabrik kelapa sawit), dengan margin share pada saluran pertama sekitar 84,3% dengan margin pemasran sekitar Rp 325/Kg sedangkan pada saluran kedua sekitar 11,13%. Dengan margin pemasaran sekitar Rp 125/Kg. Tingkat efisiensi pada saluran pertama yaitu sekitar 11,13% dan pada saluran kedua sekitar 1,3%.

Berdasarkan penelitian Friska et al (2023) “Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Pola Swadaya Di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu” pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama mengidentifikasi kelembagaan pemasaran yaitu analisis deskriptif untuk memaparkan lembaga pemasaran, saluran pemasaran dan pembelian TBS dari pekebun hingga ke pabrik kelapa sawit (PKS). Hasil penelitian yang diperoleh yaitu terdapat dua saluran pemasaran di desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu yaitu saluran I (petani – pedagang pengumpul –

pedagang besar – pabrik kelapa sawit), saluran II (petani – pedagang besar – pabrik kelapa sawit). Pada saluran I diperoleh besar margin pemasaran yaitu Rp. 332,86/kg, sedangkan pada saluran II yaitu Rp. 208,12/kg. dengan biaya dan keuntungan saluran I, II yaitu sebesar 79,01%, dengan keuntungan 20,99%, 70,28% dengan keuntungan 29,72%. Pada penelitian ini diketahui bahwa saluran II lebih efisien dibanding saluran I.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* (sengaja). Menurut Sugiyono (2016) bahwa *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan lokasi penelitian karena lokasi penelitian termasuk daerah yang mempunyai lahan kelapa sawit yang cukup luas dan rata-rata petani di daerah penelitian merupakan petani kelapa sawit. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2025 sampai selesai.

3.2 Populasi dan Sampel

Jumlah populasi petani kelapa sawit rakyat pada penelitian ini sekitar 125 orang, dan petani yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah petani kelapa sawit dengan lahan milik sendiri. Dalam penentuan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian maka digunakan metode sengaja yang disebut *purposive sampling*. Penelitian secara *purposive sampling* menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

N= Jumlah keseluruhan populasi

n= Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian

e = Persentase tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel yang bisa ditoleransi ialah sekitar 15%

$$n = \frac{125}{1 + 125 (0.15)^2}$$

$$n = \frac{125}{3,8}$$

$$n = 33$$

Maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah sekitar 33 sampel. Penelitian ini menggunakan metode sensus untuk sampel pedagang pengumpul dan pedagang besar yaitu seluruh populasi dijadikan sampel, dengan sampel pedagang pengumpul berjumlah 3 dan pedagang besar berjumlah 1, sehingga jumlah total keseluruhan sampel pada penelitian ini adalah 37 sampel.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2016) terdapat dua jenis data dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data yang pertama merupakan data primer yaitu data yang diperoleh melalui pengisian kuisisioner yang diberikan peneliti kepada responden yang terlibat melalui wawancara, selain dari wawancara data ini juga diperoleh dari pengamatan yang dilakukan dilapangan tempat penelitian, serta dokumentasi.

2. Data Sekunder

Data yang kedua merupakan data sekunder yaitu data yang diperoleh BPS daerah Provinsi Sumatera Utara, BPS daerah Kabupaten Asahan, data

yang didapat dari kantor desa Sei Lama, serta penelitian terdahulu dan literatur yang berkaitan atau yang mendukung penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam mengumpulkan data penelitian yaitu:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung objek penelitian.

2. Kuisioner

Kuisioner merupakan metode yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden mengenai pemasaran kelapa sawit rakyat dimana responden menjawab daftar pertanyaan yang telah disediakan.

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data untuk menyelesaikan masalah yang diteliti, serta dilaksanakan setelah semua data sudah terkumpul atau didapatkan secara lengkap. Data yang didapat dari lokasi penelitian ditabulasi secara sederhana yang nantinya diolah dengan cara manual dan kemudian dilakukan analisis menggunakan metode yang sesuai. Pada penelitian ini menggunakan jenis metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

1. Analisis Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran sawit rakyat di daerah Kecamatan Simpang Empat secara deskriptif dijelaskan dalam pembahasan yang didasarkan pada

pengamatan serta survei yang dilaksanakan di lokasi penelitian dengan mencari tahu jumlah seluruh saluran pemasaran pada lokasi penelitian.

2. Analisis Margin Pemasaran

Perebedaan harga beli di tingkat konsumen dengan harga jual di tingkat produsen merupakan pengertian dari margin pemasaran. Margin pemasaran dapat digunakan untuk menganalisis selisih didapat setiap pelaku dalam pemasaran. Pada dasarnya rumus yang digunakan untuk menghitung margin pemasaran ialah:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP= Margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran (Rp/Kg)

Pr= Harga pada tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf= Harga pada tingkat produsen (Rp/Kg)

3. Farmer's Share dan Efisiensi Pemasaran

Persentase harga yang diperoleh petani atau produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir ialah pengertian dari *farmer's share*. Pada dasarnya rumus yang digunakan untuk menghitung *farmer's share* ialah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Fs= Bagian harga yang diperoleh petani dalam bentuk persentase (%)

Pr= Harga pada tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf= Harga pada tingkat produsen (Rp/Kg)

Sedangkan efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antar total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%), untuk memperoleh nilai tingkat efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Eps= Efisiensi pemasaran dinyatakan dalam persentase (%)

TBP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)

Kemudian hasil dari perhitungan diatas dapat diketahui efisiensi suatu pemasaran dengan kategori efisiensi pemasaran ialah sebagai berikut:

1. Jika nilai Eps < 50%, maka saluran pemasaran diderah penelitian dapat dikategorikan efisien.
2. Jika nilai Eps > 50%, maka saluran pemasaran diderah penelitian dapat dikategorikan tidak efisien.
3. Jika nilai Eps = 50%, maka saluran pemasaran diderah penelitian dapat dikategorikan efisien.

3.6 Defenisi Operasional

1. Pemasaran kelapa sawit adalah proses pendistribusian hasil kelapa sawit dari petani ke konsumen akhir yaitu pabrik kelapa sawit (PKS).
2. Petani kelapa sawit rakyat ialah seorang sebagai pengelola atau yang melakukan budidaya kelapa sawit secara pribadi yang setelah itu hasil

- dijual ke pedagang pengumpul, pedagang besar dan PKS yang berada di daerah Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan.
3. Rotasi panen ialah jarak waktu yang dibutuhkan antar panen yang terakhir dengan panen yang akan datang pada lokasi yang sama. Umumnya di lokasi penelitian melaksanakan rotasi panen 2 minggu sekali atau 14 hari sekali.
 4. Pedagang pengumpul ialah lembaga yang terdapat dalam suatu pemasaran yang berperan dalam membeli hasil kelapa sawit petani rakyat dari para petani dalam volume kecil dan harga yang lebih rendah dari pedagang besar kemudian hasil kelapa sawit dijual kembali ke pabrik kelapa sawit (PKS) dan pedagang besar.
 5. Pedagang ialah lembaga yang terdapat dalam suatu pemasaran yang berperan dalam membeli hasil kelapa sawit petani maupun pedagang pengumpul dalam volume besar dan harga yang lebih tinggi dari pedagang pengumpul kemudian dijual kembali ke pabrik kelapa sawit (PKS).
 6. Saluran pemasaran ialah suatu alur atau jaringan pemasaran termasuk didalamnya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran hasil kelapa sawit dari petani sampai ke konsumen akhir yaitu PKS.
 7. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang ada pada tingkat konsumen akhir yaitu PKS dengan harga yang ada pada tingkat produsen yaitu petani.
 8. Harga beli ialah nilai harga pembelian hasil kelapa sawit yang dinyatakan dalam Rp/Kg.

9. Harga jual yaitu nilai harga penjualan hasil kelapa sawit yang dinyatakan dalam Rp/Kg.
10. *Farmer's share* ialah perbandingan bagian harga yang diperoleh oleh produsen atau petani pada proses pemasaran terhadap harga beli dari konsumen dalam bentuk persentase (%).
11. Efisiensi Pemasaran yaitu perbandingan antar total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%),
12. Nilai ukuran penentu efisiensi dari saluran pemasaran yaitu jika saluran efisien maka nilai saluran pemasaran $< 50\%$ dan jika saluran tidak efisien maka nilai saluran pemasaran $> 50\%$.

3.7 Batasan Operasional

1. Penelitian ini dilakukan di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan. Sampel pada penelitian ini ialah para petani kelapa sawit rakyat, pedagang pengumpul, dan pedagang besar yang berada di daerah Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan.
2. Petani yang menjadi sampel penelitian ini ialah petani yang mempunyai lahan milik sendiri.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Lokasi dan Letak Daerah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Sei Lama yang berada di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan yang terdapat di Provinsi Sumatera Utara. Menurut data secara geografis, Kecamatan Simpang Empat merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Asahan dengan luas wilayahnya sebesar 135,7 km², berada pada koordinat 2° 49 “ LU dan 99° 37’20”BT, berada pada ketinggian ±5-7 M dari permukaan laut, dengan temperatur suhu antara 25° –28°C, iklim tropis yang dipengaruhi oleh musim hujan rata-rata 1,325 mm dengan keadaan alam dataran rendah dan sebagian dataran tinggi bergelombang.

Desa Sei Lama terletak di Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara. Untuk mencapai Desa Sei Lama, ada 2 jalur utama yang bisa ditempuh. Jalur pertama melalui perempatan di Simpang Empat. Jalur ini agak sedikit rumit karena harus melewati jalan perkebunan dan memiliki banyak belokan. Jalur kedua melalui Simpang Kawat ini adalah jalur yang paling mudah diikuti. Cukup memasuki gang yang terletak di dekat sekolah YAPIM dan mengikuti jalannya. Jalur ketiga adalah jalur yang melalui Pasar Mereng dan mengikuti jalan hingga sampai ke Sei Lama.

Desa Sei Lama terdiri atas 12 dusun dan desa ini pula memiliki sebuah SMP negeri yang bernama SMP Negeri 3 Simpang Empat. Selain itu, desa ini juga memiliki pekanan setiap hari rabu dan disebut dengan Pekan Rabu. Pekan itu sejenis pasar tempat jual beli dan hanya ada di hari rabu. Pekan ini selalu

ramai dikunjungi, tidak hanya dari warga Sei Lama, tetapi juga beberapa warga dari desa lain di sekitar desa Sei Lama. Pekan ini terletak di depan Kantor Kepala Desa Sei Lama. Secara geografis Desa Sei Lama memiliki batas wilayah yaitu bagian Utara berbatasan dengan daerah Sungai Sei Silau, bagian Selatan berbatasan dengan daerah Simpang Empat dan Perkebunan Hessa, bagian Barat berbatasan dengan daerah Pasiran dan Sei Kamah, dan bagian Timur berbatasan dengan daerah Tanjung Balai.

Sebagian daerah di Desa Sei Lama masih memiliki akses jalan yang kurang baik sehingga sehingga sulit untuk mengangkut hasil panen petani. Desa Sei Lama memiliki penduduk berjumlah 7.703 jiwa yang terdiri dari 2.081 Kepala Keluarga, seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Laki – Laki	3.848	50%
2.	Perempuan	3.855	50%
Total		7.703	100%

Sumber: Kantor Kepala Desa Sei Lama 2024

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa jumlah penduduk yang terdapat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan yaitu 7.703 jiwa terdiri dari jumlah penduduk dengan jenis kelamin laki – laki berjumlah 3.848 jiwa dengan persentase 50% dan perempuan dengan jumlah 3.855 jiwa dengan persentase 50%.

4. 2 Karakteristik Responden

Karakteristik petani responden merupakan gambaran umum yang melatarbelakangi petani sampel dalam menjalankan usahatani kelapa sawit.

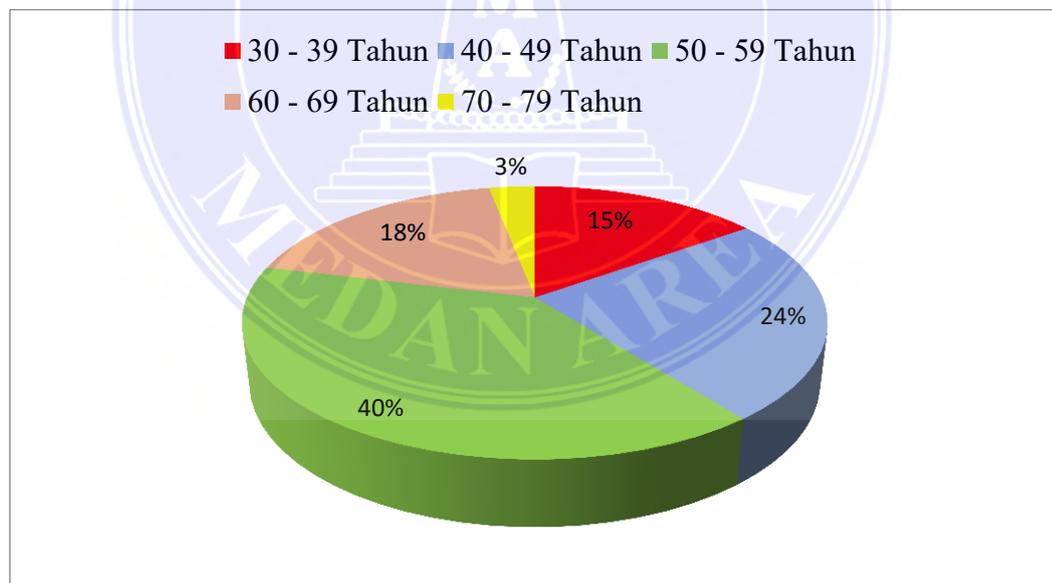
Karakteristik petani sampel yang akan diuraikan meliputi umur, jenis kelamin,

tingkat pendidikan, luas lahan, pengalaman dalam berusahatani kelapa sawit, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan.

4.2.1 Umur

Menurut Sri et al (2024), Umur merupakan salah satu parameter yang signifikan dalam mengevaluasi tingkat produktivitas seseorang, khususnya dalam konteks aktivitas pertanian. Selain menjadi indikator penting dalam menilai kapabilitas individu, faktor usia juga memiliki dampak yang cukup besar terhadap kemampuan petani dalam mengelola usaha tani, baik dari segi pola pikir, kesehatan fisik, maupun respons terhadap inovasi.

Karakteristik sampel responden petani kelapa sawit rakyat berdasarkan usia di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan dapat dilihat melauli gambar berikut:



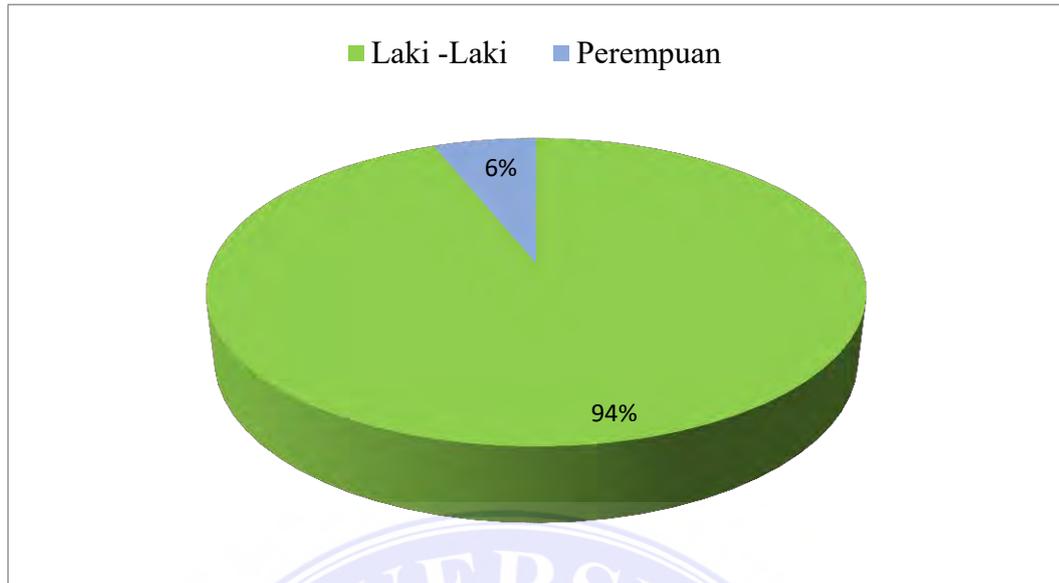
Gambar 2. Tingkat Umur Sampel Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama

Berdasarkan gambar 2, dapat diketahui bahwa umur sampel petani kelapa sawit di Desa Sei Lama didominasi oleh petani yang berumur 50 – 59 tahun dengan jumlah 13 orang dengan persentase 40%, sedangkan sampel yang paling sedikit terdapat pada umur 70 – 73 tahun dengan jumlah 1 orang dengan persentase 3%. Dapat disimpulkan bahwa petani di Desa Sei Lama termasuk ke dalam kelompok usia produktif dimana masih dapat melakukan pekerjaan dengan baik.

4.2.2 Jenis Kelamin

Menurut Manginsela (2017) jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dengan laki-laki secara biologis sejak seorang itu dilahirkan. Dalam peran pengambilan keputusan usaha tani laki – laki lebih dominan dibanding perempuan. Dalam usaha tani laki – laki lebih berperan dalam hal pengadaan faktor produksi dan menentukan macam komoditi yang akan diusahakan. 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.

Karakteristik sampel responden petani kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, kabupaten Asahan berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat berdasarkan gambar dibawah ini:



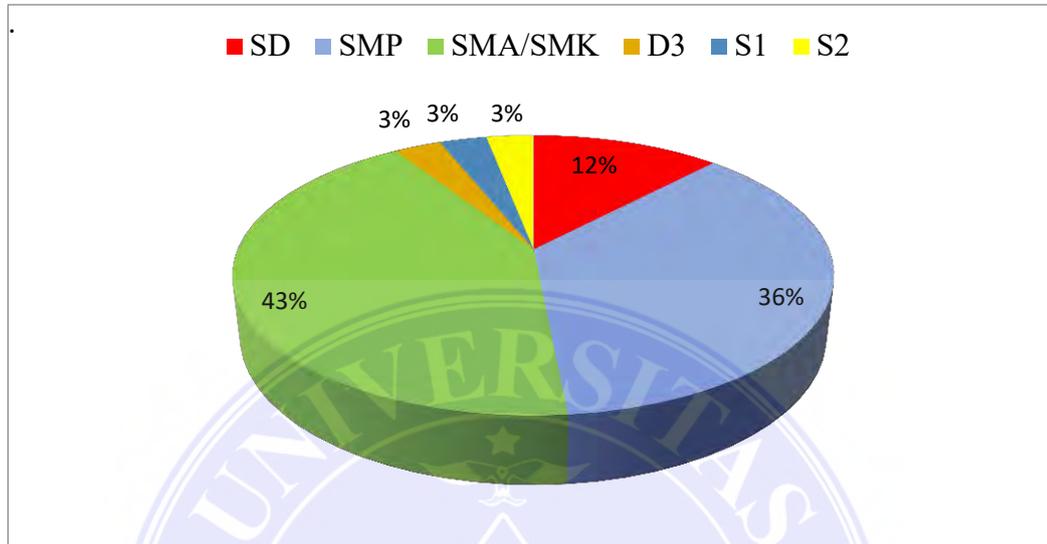
Gambar 3. Jenis Kelamin Sampel Petani Kelapa Sawit Rakyat Di Desa Sei Lama

Berdasarkan gambar 3, diketahui bahwa jumlah petani laki – laki lebih banyak dibandingkan dengan petani perempuan hal ini disebabkan karena laki – laki memiliki kondisi fisik yang lebih baik dari pada perempuan terutama dalam berbagai kegiatan didalam pertanian.

4.2.3 Tingkat Pendidikan

Menurut Sri et al (2024), pendidikan memiliki peran yang krusial dalam membentuk sikap dan keputusan seseorang, terutama dalam konteks penerapan inovasi baru yang pada akhirnya akan memengaruhi produktivitas dan pendapatan petani. Produktivitas manusia tidak hanya ditentukan oleh peralatan atau kekuatan fisik yang dimiliki, tetapi juga oleh tingkat pendidikan yang pernah diterima oleh individu tersebut.

Karakteristik sampel responden petani kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, kabupaten Asahan berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat berdasarkan gambar dibawah ini:



Gambar 4. Tingkat Pendidikan Sampel Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama

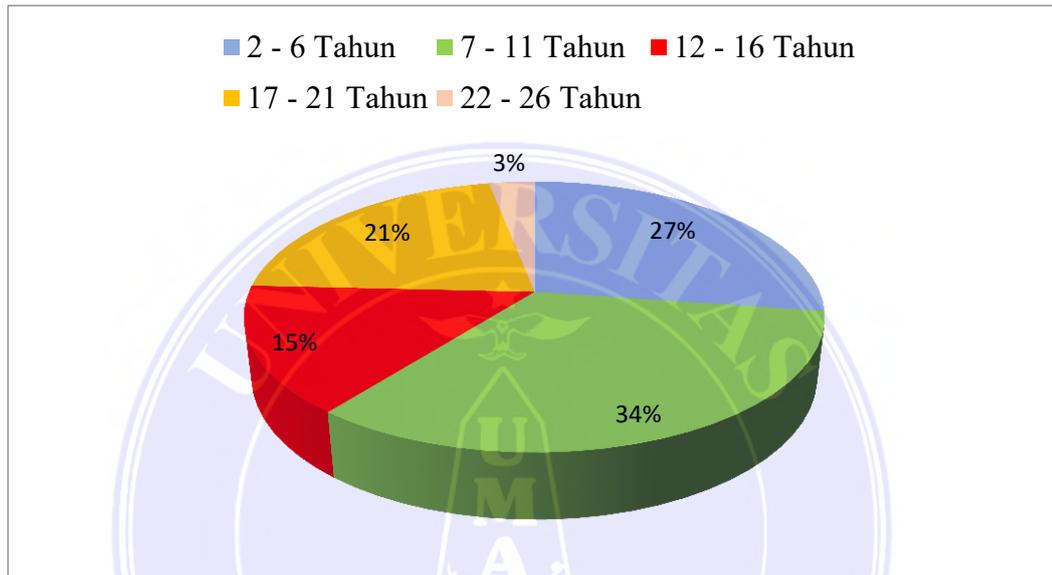
Berdasarkan gambar 4, diketahui bahwa tingkat pendidikan petani di Desa Sei Lama didominasi oleh petani yang berpendidikan SMA/SMK dengan jumlah 14 orang dengan persentase 43%, sedangkan tingkat pendidikan sampel petani yang paling sedikit yaitu tingkat pendidikan D3, S1, dan S2 dengan jumlah masing – masing 1 orang dengan persentase masing – masing 3%. Tingkat pendidikan dapat dianggap sebagai modal intelektual yang penting bagi petani dalam mengoptimalkan potensi produksi dan pendapatan.

4.2.4 Pengalaman Usaha Tani

Pengalaman usahatani akan mempengaruhi tingkat produktivitas suatu usahatani karena semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh petani, maka

akan semakin meningkatkan keterampilan petani dalam berusahatani sehingga dapat menyebabkan produktivitas usahataniya meningkat.

Karakteristik sampel responden petani kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, kabupaten Asahan berdasarkan tingkat pengalaman dapat dilihat berdasarkan gambar dibawah ini:



Gambar 5. Tingkat Pengalaman Petani Kelapa Sawit di Desa Sei Lama

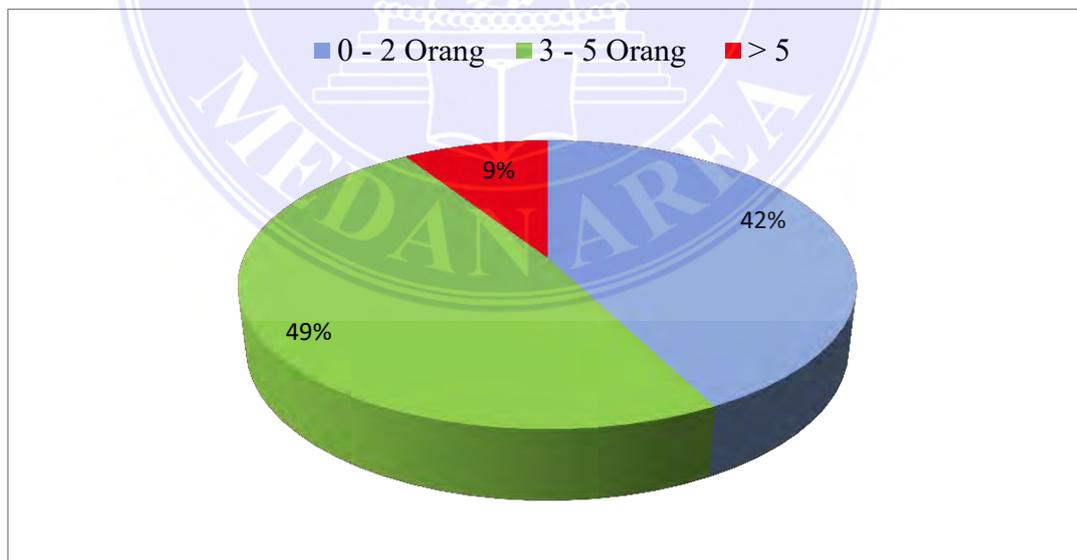
Berdasarkan gambar 5, dapat diketahui bahwa tingkat pengalaman petani kelapa sawit di Desa Sei Lama didominasi oleh tingkat pengalaman antar 7 – 11 tahun dengan jumlah 11 orang dengan persentase 34%, sedangkan tingkat pengalaman yang paling sedikit didominasi oleh petani dengan pengalaman antara 22 – 26 Tahun dengan jumlah 1 orang dengan persentase 3%. Pengalaman petani kelapa sawit di Desa Sei Lama masih tergolong sedikit. Pengalaman yang dimiliki oleh petani dalam berusahatani cenderung akan berpengaruh terhadap keputusan yang diambil oleh petani dalam menjalankan kegiatan usahatani selanjutnya.

Semakin banyak pengalaman yang dimiliki, maka keputusan yang diambilnya akan semakin baik.

4.2.5 Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah anggota keluarga yang masih menjadi tanggungan dari keluarga tersebut, baik itu saudara kandung maupun saudara bukan kandung yang tinggal dalam satu rumah tapi belum bekerja. Jika jumlah tanggungan keluarga besar, seperti memiliki banyak anak atau anggota keluarga yang tidak bekerja, tekanan finansial pada petani akan semakin tinggi karena pendapatan dari kebun kelapa sawit harus dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, pendidikan dan biaya lainnya.

Karakteristik sampel responden petani kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, kabupaten Asahan berdasarkan jumlah tanggungan dapat dilihat berdasarkan gambar dibawah ini:



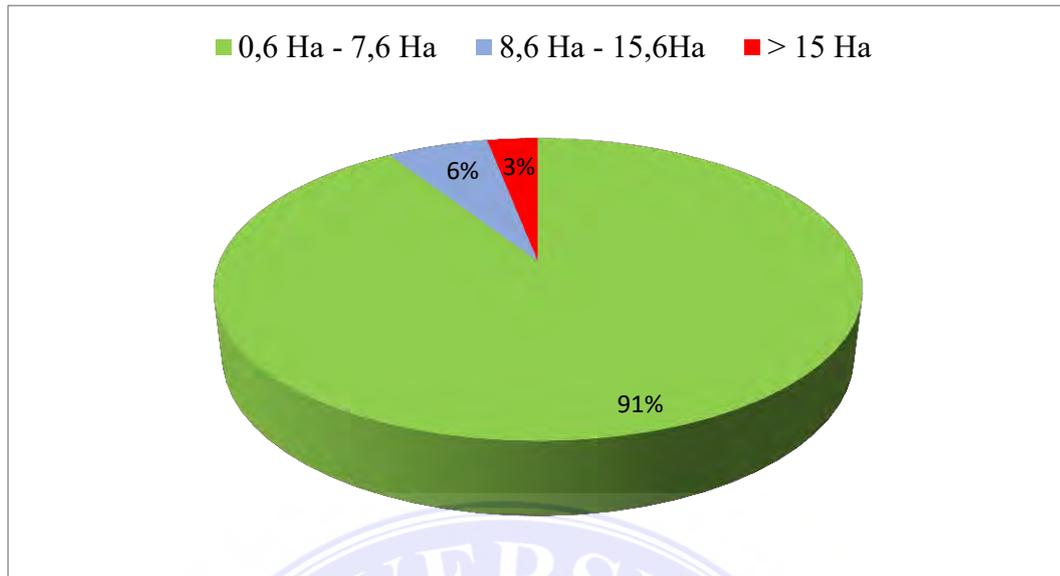
Gambar 6. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Kelapa Sawit di Desa Sei Lama

Berdasarkan gambar 6, diketahui bahwa jumlah tanggungan keluarga sampel petani kelapa sawit di Desa Sei Lama di dominasi oleh jumlah tanggungan keluarga antara 3 -5 orang yang berjumlah 16 orang dengan persentase 49%, sedangkan jumlah tanggungan keluarga yang paling sedikit yaitu jumlah tanggungan keluarga diatas 5 orang dengan jumlah 3 orang dengan persentase 9%. Jumlah tanggungan petani kelapa sawit. semakin banyak jumlah tanggungan yang dimiliki oleh sebuah keluarga biasanya akan berpengaruh pada tingkat pengeluaran keluarga tersebut.

4.2.6 Luas Lahan

Menurut Yamani et al (2024), Luas lahan adalah keseluruhan wilayah yang menjadi tempat penanaman atau mengerjakan proses penanaman, luas lahan menjamin jumlah atau hasil yang akan diperoleh oleh para petani. Jika luas lahan meningkat maka pendapatan petani juga akan meningkat dan sebaliknya jika luas lahan yang digunakan sedikit maka pendapatan yang diperoleh petani juga sedikit. Pentingnya luas lahan bagi petani juga terkait dengan keberlanjutan ekosistem pertanian. Dengan memiliki lahan yang cukup luas, petani memiliki fleksibilitas untuk menerapkan sistem pertanian yang berkelanjutan, seperti polikultur, sistem pergiliran tanaman, atau praktik konservasi tanah. Hal ini akan membantu meminimalkan dampak negatif dari praktik pertanian konvensional terhadap lingkungan dan menjaga ketahanan pangan jangka panjang.

Karakteristik sampel responden petani kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, kabupaten Asahan berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat berdasarkan gambar dibawah ini:

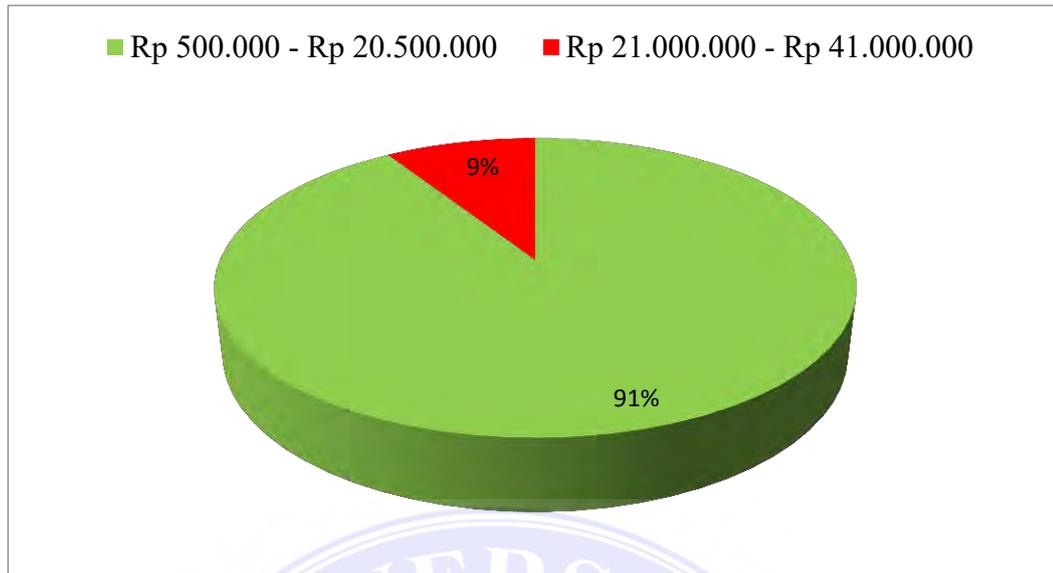


Gambar 7. Tingkat Luas Lahan Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama

Berdasarkan gambar 7, diketahui bahwa tingkat luas lahan sampel petani kelapa sawit di Desa Sei Lama di dominasi oleh luas lahan antara 0,6 Ha – 7,6 Ha dengan jumlah 30 orang dengan persentase 90%, sedangkan luas lahan yang paling sedikit yaitu luas lahan diatas 15 Ha dengan jumlah 1 orang dengan persentase 3%. Petani dapat meningkatkan ekonomi petani dengan pengelolaan dan pemanfaatan lahan yang baik.

4.2.7 Pendapatan

Dalam penelitian ini tingkat pendapatan petani kelapa sawit di Desa Sei Lama di kelompokkan menjadi dua yang pertama yaitu tingkat pendapatan antara Rp 500.000 – Rp 20.500.000, dan yang kedua antara Rp 21.000.000 – 41.000.000. Karakteristik sampel responden petani kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, kabupaten Asahan berdasarkan tingkat pendapatan dapat dilihat berdasarkan gambar dibawah ini:



Gambar 8. Tingkat Pendapatan Sampel Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama

Berdasarkan gambar 8, dapat diketahui bahwa tingkat pendapatan sampel petani kelapa sawit di Desa Sei Lama di dominasi oleh tingkat pendapatan antara Rp 500.000 – Rp 20.500.000 dengan jumlah 30 orang dengan persentase 91%, dan tingkat pendapatan dengan persentase terkecil adalah tingkat pendapatan antara Rp 21.000.000 – Rp 41.000.000 dengan jumlah 3 orang dengan persentase 9%.

4.3 Karakteristik Lembaga Pemasaran

Dalam pemasaran kelapa sawit rakyat di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan terdapat 3 pedagang pengumpul dan 1 pedagang besar. Untuk melihat karakteristik pedagang pengumpul dan pedagang besar yang terdiri dari usia, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pengalaman berusaha, serta pendapatan pedagang pengumpul dan pedagang besar secara lengkap dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4. Karakteristik Sampel Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar di Desa Sei Lama

No.	Keterangan	Pedagang Pengumpul		Pedagang Besar	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	Usia				
	a. 37 – 47 Tahun	2	67	1	100
	b. > 47 Tahun	1	33		
2.	Tingkat Pendidikan				
	a. SMP	1	33	1	100
	b. SMK	1	33		
	c. S1	1	34		
3.	Jumlah Tanggungan Keluarga				
	a. 1 – 2 orang	1	33		
	b. 3 – 4 orang	2	67	1	100
4.	Pengalaman Berusaha				
	a. 1 – 10 Tahun	2	67		
	b. 11 – 20 Tahun	1	33	1	100
5.	Pendapatan				
	a. Rp 10.000.000 – Rp 50.000.000	3	100		
	b. Rp 51.000.000 – Rp 91.000.000			1	100

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2025

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa jumlah sampel pedagang pengumpul yang berusia 37 – 47 Tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 67%, dan pedagang pengumpul yang berusia 47 Tahun keatas berjumlah 1 orang dengan persentase 33%. Berdasarkan tingkat pendidikan dapat diketahui bahwa pedagang pengumpul memiliki tingkat pendidikan SMP berjumlah 1 orang dengan persentase 33%, SMK berjumlah 1 orang dengan persentase 33%, serta S1 dengan jumlah 1 dengan persentase 34%.

Berdasarkan Jumlah tanggungan dapat diketahui bahwa pedagang pengumpul yang memiliki jumlah tanggungan antara 1 – 2 orang berjumlah 1

orang dengan persentase 33%, sedangkan pedagang pengumpul yang mempunyai jumlah tanggungan antara 3 – 4 berjumlah 2 orang dengan persentase 67%. Berdasarkan pengalaman berusaha dapat diketahui bahwa pedagang pengumpul yang sudah memiliki pengalaman antara 1 – 10 Tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 67%, sedangkan pedagang pengumpul yang memiliki pengalaman 11 – 20 Tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 33%. Berdasarkan pendapatan pedagang pengumpul yang memiliki pendapatan antara Rp 10.000.000 – Rp 50.000.000 berjumlah 3 orang dengan persentase 100%.

Untuk karakteristik pedagang besar berdasarkan usia dapat diketahui pedagang besar yang berusia 37 – 47 Tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan pendidikan dapat diketahui bahwa jumlah pedagang besar yang memiliki tingkat pendidikan SMK berjumlah 1 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan jumlah tanggungan keluarga dapat diketahui bahwa jumlah pedagang pengumpul yang memiliki jumlah tanggungan keluarga antara 3 – 4 orang berjumlah 1 dengan persentase 100%. Berdasarkan pengalaman berusaha dapat diketahui bahwa pedagang besar yang sudah memiliki pengalaman antara 11 – 20 Tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tingkat pendapatan dapat diketahui bahwa jumlah pedagang pengumpul yang memiliki tingkat pendapatan antara Rp 51.000.000 – Rp 91.000.000 berjumlah 1 orang dengan persentase 100%.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat tiga saluran pemasaran yang berada di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan yaitu saluran I (petani kelapa sawit – pedagang pengumpul – pabrik kelapa sawit (PKS)), saluran II (petani kelapa sawit – pedagang besar – pabrik kelapa sawit (PKS)) dan saluran III (petani kelapa sawit – pabrik kelapa sawit (PKS)).
2. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh margin pemasaran saluran I, II, dan III yaitu sebesar Rp 434/Kg, Rp 267/Kg, dan Rp 0/Kg. Adapun nilai *Farmer's share* pemasaran saluran I, II, dan III yaitu sebesar 84%, 90%, dan 100%. Adapun nilai efisiensi pemasaran saluran I, II, dan III yaitu sebesar 3,2%, 3%, dan 2,9% < 50% yang berarti ketiga saluran yang berada di Desa Sei Lama merupakan saluran yang efisien.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian adapun yang menjadi saran dalam dalam peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi petani kelapa sawit rakyat sebaiknya bekerjasama dan membentuk kelompok sehingga dapat memenuhi jumlah produksi minimal untuk menjual kelapa sawit pada saluran III agar mendapatkan keuntungan yang lebih

maksimal dikarenakan harga pada saluran III lebih tinggi dibanding saluran I dan saluran II.

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 para petani kelapa sawit rakyat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, I. (2023). *Merancang Kelapa Sawit Sebagai Komoditi Unggulan*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Advent, R., Zulgani, Z., & Nurhayani, N. (2021). Analisis faktor - faktor yang mempengaruhi ekspor minyak kelapa sawit di Indonesia Tahun 2000-2019. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 9(1). <https://doi.org/10.22437/pim.v9i1.13652>
- Alvian, M. (2021). Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Di Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas. In *Tesis*.
- Anjani, I. G., Saputri, A. B., Armeira, A. N. P., & Januarita, D. (2022). Analisis Konsumsi Dan Produksi Minyak Kelapa Sawit Di Indonesia Dengan Menerapkan Metode Moving Average. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(4). <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i4.4506>
- Apriyanti, I., & Manik, J. R. (2018). Strategi Pemasaran Kelapa Sawit Melalui Pendekatan Analisis Structure Conduct And Performance (SCP) di Kabupaten Simalungun. *JASc (Jornal of Agribusiness Sciences)*, 2 (1) 9-17.
- As-Siddiqi, M. H., Auliasari, K., & Primaswara Prasetya, R. (2023). PEMBANGUNAN SISTEM REKOMENDASI JENIS PUPUK PADA TANAMAN SAWIT MENGGUNAKAN METODE AHP (Analytical Hierarchy Process). *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 6(2). <https://doi.org/10.36040/jati.v6i2.5407>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Kabupaten Asahan Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara*.
- Badan Pusat Statistik Sumatra Utara 2023. *Luas Tanam dan Produksi Kelapa Sawit Tanaman Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten/Kota*.
- Charviandi, A., Noviyany, Suhartini, & Wijaya. (2023). *Manajemen Pemasaran (Persepektif Digital Marketing)*. CV. Eurika Media Aksara.
- Dahlan Lubis, M. (2019). ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN TANDANBUAH SEGAR KELAPA SAWIT RAKYAT (Studi Kasus: Desa Siadam, Kecamatan Batang LubuSutam, Kabupaten Padang Lawas). UMSU. Medan.
- Elsje Pauline Manginsela. (2017). *USAHATANI YANG BERKEADILAN GENDER DAN MENGUNTUNGAN*. *Agri-SosioEkonomiUnsrat* (ISSN 1907– 4298).

- Eva Dewita Sihombing. (2024). *Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Di Desa Kampung Padang Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu*. Universitas Medan Area. Medan
- Firlana, I. (2023). *ANALISIS PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR KELAPA SAWIT RAKYAT (STUDI KASUS : DI DESA MARJANJI , KECAMATAN SIPISPIS) SKRIPSI ANALISIS PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR KELAPA SAWIT RAKYAT (STUDI KASUS : DI DESA MARJANJI , KECAMATAN SIPISPIS) SKRIPSI*.
- Friska Putri Zal, D., Hadi, S., & Yusri, J. (2023). Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Pola Swadaya Di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. *JURNAL AGRIBISNIS*, 12(1). <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v12i1.2392>
- Harahap, A. F. S., & Munir, M. (2022). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis* Jacq.) Pada Berbagai Afdeling di Kebun Bah Jambi PT. Perkebunan Nusantara IV. *Jurnal Tanah Dan Sumberdaya Lahan*, 9(1).
- Hari Ridho Wibowo. (2019). *Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat (Studi Kasus : Desa Asam Jawa Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan)*. UMSU. Medan.
- Hermansyah. (2023). ANALISIS SALURAN PEMASARAN KOMODITI KELAPA SAWIT DI DESA KARTIKA BHAKTI KECAMATAN SERUYAN HILIR TIMUR KABUPATEN SERUYAN . *Jurnal Penelitian Agri Hantaring*, 3 (2)(ISSN 2809-4530).
- Ismiasih, I., & Afroda, H. (2023). FAKTOR PENENTU PRODUKSI KELAPA SAWIT RAKYAT DI PROVINSI RIAU. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 23(2). <https://doi.org/10.25181/jppt.v23i2.2726>
- Lubis, W. (2021). EFISIENSI SALURAN PEMASARAN TANDAN BUAH KELAPA SAWIT (*Elaeis guineensis* Jacq) RAKYAT (Studi Kasus Kecamatan Kampung Rakyat Kabupaten Labuhanbatu Selatan). *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 2(2). <https://doi.org/10.53695/js.v2i2.604>
- Nasution, K., Pertanian, F., Islam, U., Utara, S., Pemasaran, M., Sungai, K., Kabupaten, K., Sawit, K., & Pemasaran, M. (2021). Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Sampean Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan Provinsi Sumatera Utara. *Wahana Inovasi: Jurnal*

Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU, 10(1).

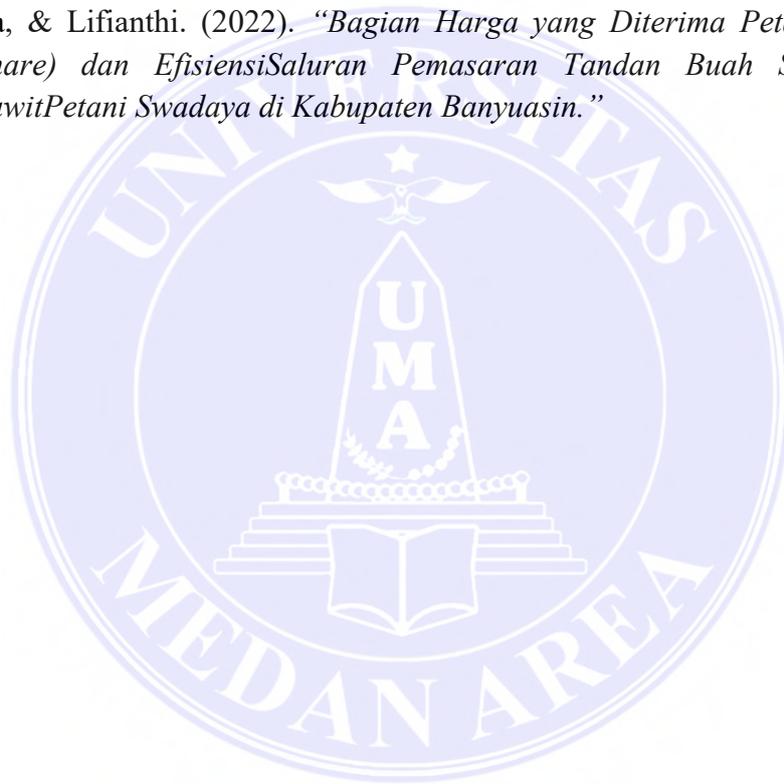
- Nora, S., & Marbun, A. (2019). *Buku Ajar Teknologi Produksi Tanaman Perkebunan Keras*. Pusat Pendidikan Pertanian. Kementerian Pertanian.
- Nora, S., & Mual, C. D. (2018). *Buku Ajar Budidaya Tanaman Kelapa Sawit. Pusat Pendidikan Pertanian, 53(9).*
- Pratama, A., & Tety, E. (2023). *ANALISIS SALURAN PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS) KELAPA SAWIT PADA PETANI SWADAYA DI DESA SIMPANG KELAYANG KECAMATAN KELAYANG KABUPATEN INDRAGIRI HULU.*
- Rachmad, E. D. , dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Studi Kasus)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahayu, N. F., Hardjomidjojo, H., & Raharja, S. (2021). ANALISIS VALUE CHAIN DAN MARGIN PEMASARAN RANTAI PASOK TANDAN BUAH SEGAR SAWIT RAKYAT DI KABUPATEN BENGKALIS. *Jurnal Teknologi Pertanian, 22(2)*. <https://doi.org/10.21776/ub.jtp.2021.022.02.4>
- Saputra, R., Yurisinthae, E., & Kusrini, N. (2023). Analisis Break Event Point Usahatani Kelapa Sawit Swadaya Di Desa Air Putih Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis, 7(3)*. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.03.11>
- Setiady D. (2022). Analisis pemasaran tandan buah segar kelapa sawit rakyat Desa Sidodadi Kecamatan Kampung Rakyat Kabupaten Labuhanbatu Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian [JIMTANI], 2 (2): 1-11.*
- Sirdwati. (2023). *Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit (Elaeis Guineensis Jacq) Di Desa Pembeliangan Kecamatan Sebuku Kabupaten Nunukan*. Universitas Borneo Tarakan. Kalimantan Utara.
- Sophia, S., Asaibani, A., Meiliani, E., & Afriantoni, A. (2023). EFISIENSI SALURAN PEMASARAN DAN MANAJEMEN STRATEGIS PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR KELAPA SAWIT DI KABUPATEN MUARO JAMBI. *JAS (Jurnal Agri Sains), 7(2)*. <https://doi.org/10.36355/jas.v7i2.1214>
- Sri, W., Marbun, H., Puruhito, D. D., & Kurniawati, F. (2024). *Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Desa Perdomuan Nauli Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Provinsi Riau. 4(02), 128–135.* <https://doi.org/10.55180/aft.v4i2.1322>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Yamani, R., Pazriati Nasution, H., Ruslan, D., Linda Sari, R., Baru, M., Medan, K., & Sumatera Utara, P. (2024). *ANALISIS PENGARUH LUAS LAHAN, TENAGA KERJA, DAN JUMLAH PRODUKSI KELAPA SAWIT TERHADAP PDRB SUB SEKTOR PERKEBUNAN DI KABUPATEN LABUHANBATU SELATAN* (Vol. 08, Issue 01).

Yolanda, M, S. Lifianthi, L dan Malini, H. (2021). Analisis efisiensi pemasaran kelapa sawit petani swadaya di desa sidomulyo kecamatan air kumbang kabupaten banyuasin. *Universitas Sriwijaya (UNSRI)*, 9(2021).

Zakaria, & Lifianthi. (2022). “*Bagian Harga yang Diterima Petani (Farmer's Share) dan Efisiensi Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kabupaten Banyuasin.*”



Lampiran 1. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/ibu/sdr/i

Di Tempat

Dengan ini, saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Frans Ardiansa Sitorus

NPM : 218220006

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Fakultas Pertanian Universitas Medan Area

Mahasiswa Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Medan Area sedang menyusun skripsi dengan judul “Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan”. Dalam proses penyusunan skripsi ini dibutuhkan 37 sampel responden yaitu 33 petani, 3 pedagang pengumpul, dan 1 pedagang besar. Dalam penyusunan skripsi ini saya mohon bantuan dan kesediaan bapak/ibu/sdr/i untuk menjawab pertanyaan dan pernyataan yang terdapat dalam kuesioner ini, untuk memperoleh data yang saya butuhkan. Kesungguhan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi setiap butir pernyataan - pernyataan akan sangat menentukan keberhasilan penelitian ini.

Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Sdr/i saya mengucapkan terimakasih.

1. Pertanyaan untuk melihat saluran pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran.

A. KUESIONER UNTUK PETANI

1. Identitas Responden Petani

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Jumlah Tanggungan :

Umur Tanaman :

2. Daftar Pertanyaan Kepada Petani

1. Berapa lama pengalaman bapak/ibu dalam bertani kelapa sawit?
.....
2. Berapa luas lahan kelapa sawit yang dimiliki bapak/ibu?
.....
3. Dalam sekali panen berapa produksi yang bapak/ibu dapatkan (ton)?
.....
4. Berapa hasil pendapatan bapak/ibu peroleh sekali dalam pemanenan?
.....
5. Berapa kali bapak/ibu melakukan pemanenan kelapa sawit dalam sebulan?
.....
6. Berapa tenaga kerja bapak/ibu?
.....
7. Kemanakah bapak/ibu memasarkan hasil panen kelapa sawit?
 - a) Pedagang Pengumpul
 - b) Pedagang Besar
 - c) Pabrik Kelapa Sawit
8. Apa alasan utama bapak/ibu untuk menjual kepada mereka?
.....

9. Berapa harga jual yang bapak/ibu peroleh bila menjual kepada mereka?

.....

10. Siapa yang menentukan harga jual antara bapak/ibu dengan mereka?

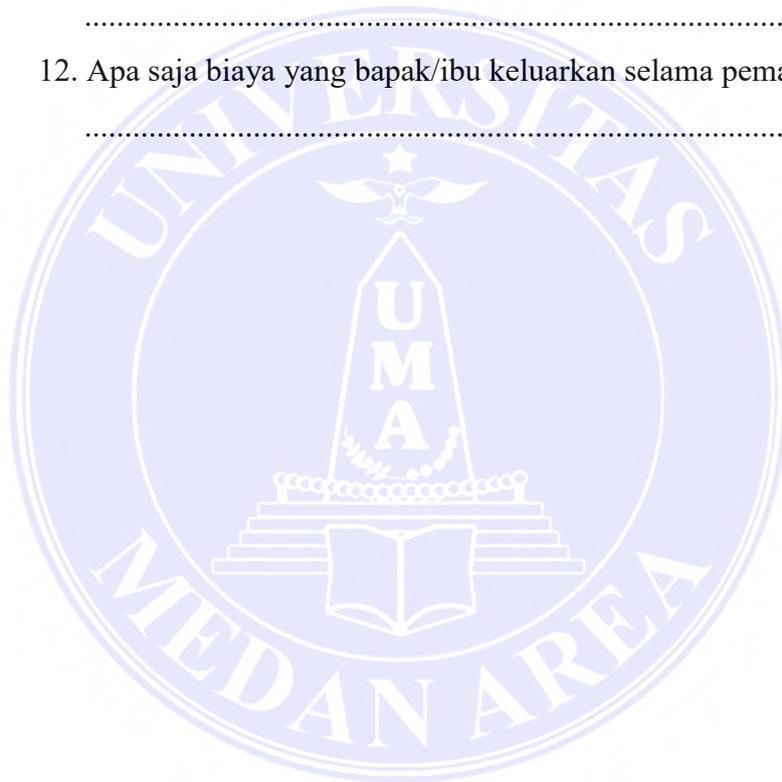
- a) Petani
- b) Pedagang Pengumpul
- c) Pedagang Besar
- d) Pabrik

11. Apa alasan bapak/ibu tidak langsung menjual hasil panen ke pabrik?

.....

12. Apa saja biaya yang bapak/ibu keluarkan selama pemasaran?

.....



B. KUESIONER UNTUK PEDAGANG PENGUMPUL

1. Identitas Responden Pedagang Pengumpul

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pendidikan Terakhir :
Pekerjaan :
Jumlah Tanggungan :

2. Daftar Pertanyaan Kepada Pedagang Pengumpul

1. Sudah berapa lama bapak/ibu menjadi pedagang pengumpul?
.....
2. Berapa jumlah penghasilan bapak/ibu dalam sebulan?
.....
3. Kemana bapak memasarkan kelapa sawit rakyat yang sudah bapak/ibu beli?
.....
4. Berapa kali dalam seminggu bapak/ibu melakukan penjualan tandan buah segar?
.....
5. Berapa kali bapak/ibu melakukan pembelian tandan buah segar dalam seminggu?
.....
6. Berapa produksi bapak/ibu sekali melakukan penjualan tandan buah segar (Kg)?
.....
7. Berapa jumlah tenaga kerja bapak/ibu?
.....
8. Berapa harga beli bapak/ibu kepada petani?
.....
9. Berapa harga jual bapak/ibu ke pabrik?
.....

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

- a) Biaya bongkar muat :
- b) Biaya transport :
- c) Biaya lainnya :

11. Bagaimana cara bapak/ibu meyakinkan petani untuk menjual TBS

kepada bapak/ibu ?

.....



C. KUESIONER UNTUK PEDAGANG BESAR

1. Identitas Responden Pedagang Besar

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pendidikan Terakhir :
Pekerjaan :
Jumlah Tanggungan :

2. Daftar Pertanyaan Kepada Pedagang Besar

1. Sudah berapa lama bapak/ibu menjadi pedagang besar?
.....
2. Berapa jumlah penghasilan bapak/ibu dalam sebulan?
.....
3. Kemana bapak/ibu memasarkan kelapa sawit rakyat yang sudah bapak beli?
.....
4. Berapa kali dalam seminggu bapak/ibu melakukan penjualan tandan buah segar?
.....
5. Berapa kali bapak/ibu melakukan pembelian tandan buah segar dalam seminggu?
.....
6. Berapa produksi bapak/ibu sekali melakukan penjualan tandan buah segar (ton)?
.....
7. Berapa jumlah tenaga kerja bapak/ibu?
.....
8. Berapa harga beli bapak/ibu kepada petani?
.....
9. Berapa harga jual bapak/ibu ke pabrik?
.....

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

- a) Biaya bongkar muat :
- b) Biaya transport :
- c) Biaya lainnya :

11. Bagaimana cara bapak/ibu meyakinkan petani untuk menjual TBS

kepada bapak/ibu ?

.....



Lampiran 2. Karakteristik Sampel Petani Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan	Jumlah Tanggungan (Orang)	Umur Tanaman (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Luas Lahan (Hektar)
1.	Halomoan Tampubolon	Laki – Laki	53	SMA	5	21	10	3
2.	Sugianto Sinaga	Laki – Laki	41	SMA	3	10	10	2
3.	Sohot H. Gultom	Laki – Laki	36	SMP	2	5	5	1,5
4.	Hotman C. Sitanggang	Laki – Laki	46	SMK	5	20	20	1
5.	Suparto Harianja	Laki – Laki	50	SMP	4	4	4	1
6.	Gunawan Sitorus	Laki – Laki	38	SMK	2	12	12	3
7.	Swadi	Laki – Laki	56	SMP	1	11	11	3
8.	Rukun Budiono	Laki – Laki	56	SD	6	20	20	1,5
9.	Rianto Silitonga	Laki – Laki	38	SMA	2	8	8	2
10.	Mangingin Simbolon	Laki – Laki	52	SMA	5	6	6	0,8
11.	Salamat Sihotang	Laki – Laki	41	SMA	5	10	3	2,3
12.	Herianto	Laki – Laki	30	SMA	2	20	3	1
13.	Sugeng	Laki – Laki	60	SMP	1	7	7	2
14.	Sabar Sihaan	Laki – Laki	69	SMK	-	23	10	1,4
15.	Erwin L. Harianja	Laki – Laki	36	SMP	5	10	15	0,6
16.	Carles	Laki – Laki	43	SMP	5	7	7	2,2
17.	Mas Ben	Laki – Laki	73	SMP	-	8	8	1,8
18.	Pardamean Sialagan	Laki – Laki	53	SMP	6	13	11	5
19.	Manan	Laki – Laki	44	SMA	4	8	3	1,5
20.	Roleh Sitorus	Laki – Laki	67	S1	1	8	6	2,5
21.	Pardi	Laki – Laki	62	SD	2	20	20	4
22.	Sihar	Laki – Laki	40	SMP	3	6	6	3
23.	Parlindungan Sihaloho	Laki – Laki	45	D3	1	15	11	5

24.	Ganti Hasibuan	Laki – Laki	59	SMA	4	23	23	8
25.	Sabar Pardede	Laki – Laki	62	SD	4	20	20	20
26.	Wisda Ambarita	Perempuan	41	SMP	2	8	8	0,7
27.	Rusdi	Laki – Laki	60	SD	2	20	20	5
28.	Samsudin Sitorus	Laki – Laki	56	SMP	1	15	15	1
29.	Sudung	Laki – Laki	45	SMK	2	15	15	5
30.	Supryanto	Laki – Laki	52	SMA	3	17	17	3,5
31.	Sabam Manurung	Laki – Laki	51	S2	4	20	20	10
32.	Rosdelina	Perempuan	50	SMA	6	12	8	2
33.	Paimin	Laki – Laki	53	SMP	5	13	13	0,7
	Total		1.658		103	435	375	107
	Rata – Rata		50,2		3,1	13,1	11,3	3,2

Lampiran 3. Karakteristik Pedagang Pengumpul di Desa Sei Lama

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan	Jumlah Tanggungan (Orang)	Intensitas Pembelian/Minggu	Intensitas Penjualan/Minggu	Jumlah Sekali Penjualan (Ton)
1.	Eriadi	Laki – Laki	56	S1	2	7	6	7
2.	Miswar	Laki – Laki	43	SMP	3	5	7	7
3.	Tomu P. Samosir	Laki – Laki	44	SMK	4	2	2	7

Lampiran 4. Karakteristik Pedagang Besar di Desa Sei Lama

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan	Jumlah Tanggungan (Orang)	Intensitas Pembelian/Minggu	Intensitas Penjualan/Minggu	Jumlah Sekali Penjualan (Ton)
1.	Heru	Laki – Laki	37	SMK	3	7	7	30

Lampiran 5. Biaya Pemasaran Yang Dikeluarkan Petani ke PKS

No.	Nama	Produksi	Biaya Transportasi (Rupiah)	Biaya Bongkar Muat (Rupiah)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Bongkar Muat (Rp/Kg)	Biaya SPB (Rp/Kg)
1.	Sabar Pardede	15.000	700.000	200.000	46,67	13,33	35
2.	Ganti Hasibuan	8.000	75.000	180.000	9,38	22,50	35
	Total	23.000	775.000	380.000	56,04	35,83	60
	Rata – Rata	11.500	387.500	190.000	28,02	17,92	30

Lampiran 6. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar

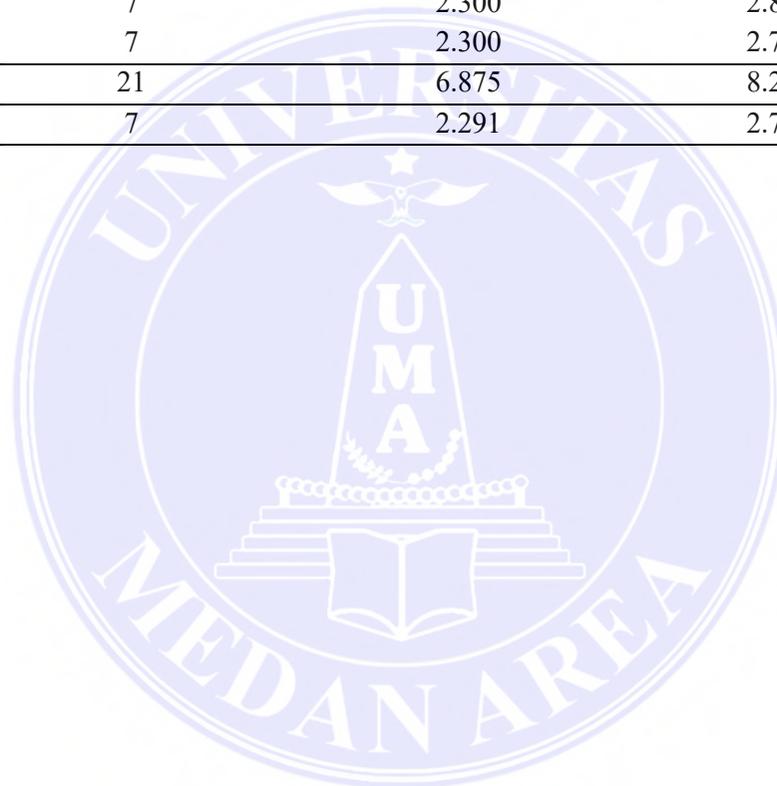
No.	Nama	Jumlah Sekali Penjualan (Kg)	Biaya Transportasi (Rupiah)	Biaya Bongkar Muat (Rupiah)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Bongkar Muat (Rp/Kg)	Biaya SPB (Rp/Kg)
1.	Eriadi	7.000	250.000	300.000	35,71	42,86	35
2.	Miswar	7.000	50.000	250.000	7,14	35,71	30
3.	Tomu P. Samosir	7.000	150.000	180.000	21,43	25,71	30
4.	Heru	30.000	600.000	900.000	20,00	30,00	30
	Total	51.000	1.050.000	1.630.000	84,29	134,29	130
	Rata – Rata	12.750	262.500	407.500	21,07	33,57	32,5

Lampiran 7. Harga Jual dan Penerimaan Petani Kelapa Sawit Rakyat Pada Saluran I di Desa Sei Lama

No.	Nama	Luas Lahan	Produksi (Kg/2Minggu)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/2Minggu)	Dijual Ke
1.	Halomoan Tampubolon	3	2.500	2.400	5.750.000	Pedagang Pengumpul
2.	Sugianto Sinaga	2	1.700	2.250	3.825.000	Pedagang Pengumpul
3.	Sohot H. Gultom	1,5	450	2.300	1.035.000	Pedagang Pengumpul
4.	Hotman C. Sitanggang	1	1.000	2.300	2.300.000	Pedagang Pengumpul
5.	Suparto Harianja	1	300	2.400	720.000	Pedagang Pengumpul
6.	Rukun Budiono	1,5	1.300	2.300	2.990.000	Pedagang Pengumpul
7.	Rianto Silitonga	2	750	2.275	1.706.250	Pedagang Pengumpul
8.	Mangingin Simbolon	0,8	300	2.300	690.000	Pedagang Pengumpul
9.	Salamat Sihotang	2,3	1.200	2.300	2.760.000	Pedagang Pengumpul
10.	Herianto	1	1.000	2.300	2.300.000	Pedagang Pengumpul
11.	Sugeng	2	800	2.300	1.840.000	Pedagang Pengumpul
12.	Erwin L. Harianja	0,6	300	2.300	690.000	Pedagang Pengumpul
13.	Mas Ben	1,8	1.000	2.300	2.300.000	Pedagang Pengumpul
14.	Manan	1,5	800	2.250	1.800.000	Pedagang Pengumpul
15.	Roleh Sitorus	2,5	1.500	2.300	3.450.000	Pedagang Pengumpul
16.	Pardi	4	3.000	2.300	6.900.000	Pedagang Pengumpul
17.	Sihar	3	1.300	2.300	2.990.000	Pedagang Pengumpul
18.	Wisda Ambarita	0,7	300	2.275	682.500	Pedagang Pengumpul
19.	Rusdi	5	4.000	2.275	9.100.000	Pedagang Pengumpul
20.	Samsudin Sitorus	1	800	2.275	1.820.000	Pedagang Pengumpul
21.	Rosdelina	2	1.200	2.275	2.730.000	Pedagang Pengumpul
22.	Paimin	0,7	500	2.300	1.150.000	Pedagang Pengumpul
.	Total	40,9	26.000	50.575	59.528.750	
	Rata – Rata	1,9	1.182	2.299	2.705.852	
	Rata – Rata / Hektar	1	591	2.299	1.358.709	

Lampiran 8. Harga Jual Pedagang Pengumpul Saluran I di Desa Sei Lama

No.	Nama	Jumlah Sekali Penjualan (Ton)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Dijual Ke
1.	Eriadi	7	2.275	2.700	PKS
2.	Miswar	7	2.300	2.800	PKS
3.	Tomu P. Samosir	7	2.300	2.700	PKS
Total		21	6.875	8.200	
Rata – Rata		7	2.291	2.733	



Lampiran 9. Perhitungan Margin Pemasaran, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pemasaran Saluran I di Desa Sei Lama

1. Perhitungan Margin Pemasaran

Rumus:

$$MP = Pf - Pr$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga Pada Tingkat Produsen (Rp/Kg)

Pf = Harga Pada Tingkat Konsumen (Rp/Kg)

$$\begin{aligned} \text{Margin Pemasaran Pada Saluran I} &= \text{Rp } 2.733 - \text{Rp } 2.299 \\ &= \text{Rp } 434 \end{aligned}$$

2. Perhitungan *Farmer's Share*

Rumus:

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

Keterangan:

Fs = *Farmer's Share* (%)

Pr = Harga Pada Tingkat Produsen (Rp/Kg)

Pf = Harga Pada Tingkat Konsumen (Rp/Kg)

$$\begin{aligned} \text{Farmer's Share Pada Saluran I} &= \frac{2.299}{2.733} \times 100\% \\ &= 84\% \end{aligned}$$

3. Perhitungan Efisiensi Pemasaran

Rumus:

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

Keterangan:

Eps = Efisiensi Pemasaran (%)

TBP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi Pemasaran Pada Saluran I} &= \frac{87,7}{2.733} \times 100\% \\ &= 3,2\% \end{aligned}$$

Lampiran 10. Harga Jual dan Penerimaan Petani Kelapa Sawit Rakyat Pada Saluran II di Desa Sei Lama

No.	Nama	Luas Lahan	Produksi (Kg/2Minggu)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp/2 Minggu)	Dijual Ke
1.	Sabam Manurung	10	10.000	2.400	24.000.000	Pedagang Besar
2.	Supryanto	3,5	3.400	2.300	7.820.000	Pedagang Besar
3.	Swadi	3	1.300	2.300	2.990.000	Pedagang Besar
4.	Sudung	5	4.600	2.400	11.040.000	Pedagang Besar
5.	Gunawan Sitorus	3	3.000	2.300	6.900.000	Pedagang Besar
6.	Parlindungan Sihaloho	5	3.500	2.400	8.400.000	Pedagang Besar
7.	Pardamean Sialagan	5	3.700	2.300	8.510.000	Pedagang Besar
8.	Sabar Sihaan	1,4	1.200	2.300	2.760.000	Pedagang Besar
9.	Carles	2,2	1.100	2.300	2.530.000	Pedagang Besar
Total		38,1	31.800	21.000	74.950.000	Pedagang Besar
Rata – Rata		4,2	3.533	2.333	8.327.778	
Rata – Rata/Hektar		1	841	2.333	1.962.053	

Lampiran 11. Harga Jual Pedagang Besar Saluran II di Desa Sei Lama

No.	Nama	Jumlah Sekali Penjualan (Ton)	Harga Beli	Harga Jual	Dijual Ke
1	Heru	30	2.300	2.600	PKS

Lampiran 12. Perhitungan Margin Pemasaran, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pemasaran Saluran II di Desa Sei Lama

1. Perhitungan Margin Pemasaran

Rumus:

$$MP = Pf - Pr$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga Pada Tingkat Produsen (Rp/Kg)

Pf = Harga Pada Tingkat Konsumen (Rp/Kg)

$$\begin{aligned} \text{Margin Pemasaran Pada Saluran II} &= \text{Rp } 2.600 - \text{Rp } 2.333 \\ &= \text{Rp } 267 \end{aligned}$$

2. Perhitungan *Farmer's Share*

Rumus:

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

Keterangan:

Fs = *Farmer's Share* (%)

Pr = Harga Pada Tingkat Produsen (Rp/Kg)

Pf = Harga Pada Tingkat Konsumen (Rp/Kg)

$$\begin{aligned} \text{Farmer's Share Pada Saluran II} &= \frac{2.333}{2.600} \times 100\% \\ &= 90\% \end{aligned}$$

3. Perhitungan Efisiensi Pemasaran

Rumus:

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

Keterangan:

Eps = Efisiensi Pemasaran (%)

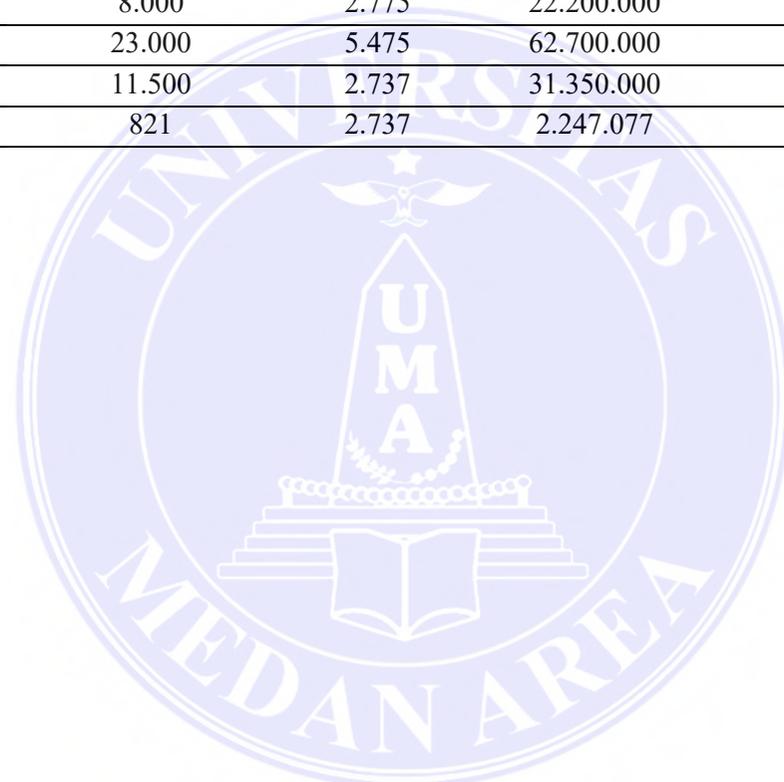
TBP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi Pemasaran Pada Saluran II} &= \frac{80}{2.600} \times 100\% \\ &= 3\% \end{aligned}$$

Lampiran 13. Harga Jual dan Penerimaan Petani Kelapa Sawit Rakyat Pada Saluran III di Desa Sei Lama

No.	Nama	Luas Lahan	Produksi (Kg/2Minggu)	Harga (Rp/Kg)	Penerimaan (Rupiah)	Dijual Ke
1.	Sabar Pardede	20	15.000	2.700	40.500.000	PKS
2.	Ganti Hasibuan	8	8.000	2.775	22.200.000	PKS
Total		28	23.000	5.475	62.700.000	
Rata – Rata		14	11.500	2.737	31.350.000	
Rata – Rata/Hektar		1	821	2.737	2.247.077	



Lampiran 14. Perhitungan Margin Pemasaran, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pemasaran Saluran III di Desa Sei Lama

1. Perhitungan Margin Pemasaran

Rumus:

$$MP = Pf - Pr$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga Pada Tingkat Produsen (Rp/Kg)

Pf = Harga Pada Tingkat Konsumen (Rp/Kg)

$$\begin{aligned} \text{Margin Pemasaran Pada Saluran III} &= \text{Rp } 2.737 - \text{Rp } 2.737 \\ &= \text{Rp } 0 \end{aligned}$$

2. Perhitungan *Farmer's Share*

Rumus:

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

Keterangan:

Fs = *Farmer's Share*(%)

Pr = Harga Pada Tingkat Produsen (Rp/Kg)

Pf = Harga Pada Tingkat Konsumen (Rp/Kg)

$$\begin{aligned} \text{Farmer's Share Pada Saluran III} &= \frac{2.737}{2.737} \times 100\% \\ &= 100\% \end{aligned}$$

3. Perhitungan Efisiensi Pemasaran

Rumus:

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

:

Eps = Efisiensi Pemasaran (%)

TBP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi Pemasaran Pada Saluran III} &= \frac{80,94}{2.737} \times 100\% \\ &= 2,9\% \end{aligned}$$

Lampiran 15. Dokumentasi Penelitian



Penyerahan Surat Riset kepada Kepala Desa Sei Lama



Wawancara dengan Petani



Wawancara dengan Petani



Wawancara dengan Pedagang Pengumpul



Wawancara dengan Pedagang Besar



Tandan Buas Segar (TBS)

Lampiran 16. Surat Riset

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS PERTANIAN
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402964, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor: 113/EP.0/01.10/1/2025
Lamp. :-
Hal : Pengambilan Data/Riset
Medan, 21 Januari 2025

Kepada yth.
Kepala Desa Sei Lama
Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan
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 : Frans Ardiansa Sitorus
NIM : 218220006
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Pengambilan Data di Kantor Kepala Desa Sei Lama untuk kepentingan skripsi berjudul **"Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan"**.

Pengambilan Data ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Niva Lintang Hernosa, SP, M.Si

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



Lampiran 17. Surat Selesai Riset



**PEMERINTAH KABUPATEN ASAHAN
KECAMATAN SIMPANG EMPAT
DESA SUNGAI LAMA**

Jln. Mesjid No. 059 Sungai Lama

KODE POS 21271

SURAT KETERANGAN

Nomor :470/164/ 2007/ II /2025

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : **BANGUN HASIBUAN**
Jabatan : Kepala Desa Sungai Lama

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **FRANS ARDIANSIA SITORUS**
NIM : 2182200006
Program Studi : Agribisnis

Bahwa nama tersebut diatas benar telah selesai melaksanakan penelitian dan atau pengambilan data terhitung mulai tanggal 23 Januari 2025 s/d 02 Februari 2025 di Desa Sei Lama Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan untuk kepentingan skripsi berjudul "Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat di Desa Sei Lama Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Asahan".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Sungai Lama, 06 Februari 2025
KEPALA DESA SUNGAI LAMA

