

**ANALISIS PERMASALAHAN PEMASARAN TANDAN BUAH
SEGAR (TBS) PERKEBUNAN KELAPA SAWIT RAKYAT
DI KABUPATEN DELI SERDANG**

T E S I S

*Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Magister Manajemen Agribisnis
Program Pascasarjana di Universitas Medan Area*

Oleh :

ENDA EDIAN PINEM

NPM : 031802022



**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 0 5**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : ANALISIS PERMASALAHAN PEMASARAN TANDAN
BUAH SEGAR (TBS) PERKEBUNAN KELAPA SAWIT
RAKYAT DI KABUPATEN DELI SERDANG

N a m a : ENDA EDIAN PINEM

N I M : 031802022

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS

Ir. Gustami Harahap, MS

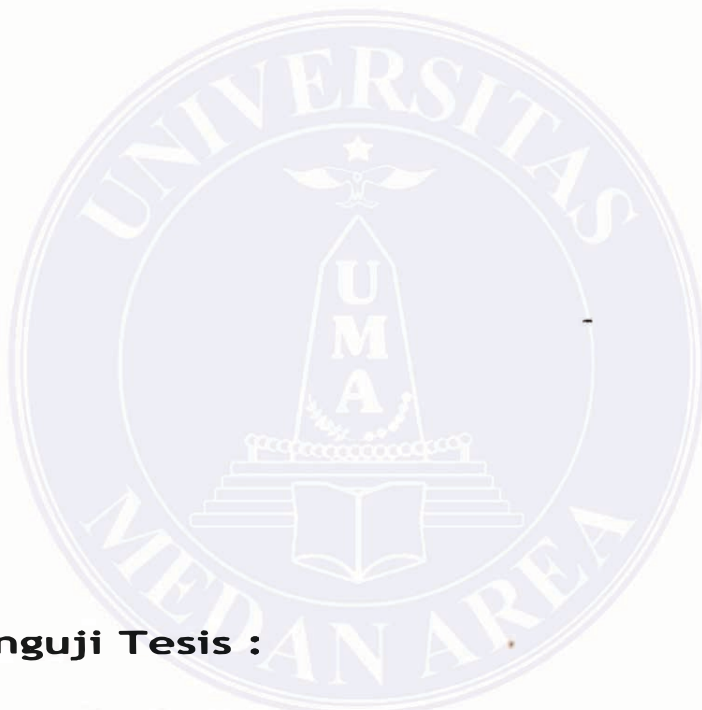
**Ketua Program Studi
Magister Administrasi Publik**

Direktur


Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS

Drs. Heri Kusmanto, MA

Telah diuji pada Tanggal 11 Agustus 2005



Panitia Penguji Tesis :

Ketua : Drs. Heri Kusmanto, MA
Sekretaris : Dr. Chairani Hanum, MSc
Pembimbing I : Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS
Pembimbing II : Ir. Gustami Harahap, MP
Penguji Tamu : Ir. Abdul Rahman, MS

ABSTRAK

ENDANG EDIAN PINEM. Analisis Permasalahan Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat di Kabupaten Deli Serdang. Di bawah bimbingan Dr.Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS. sebagai Ketua dan Ir. Gustami Harahap, MS. sebagai Anggota.

Perkebunan kelapa sawit merupakan sektor andalan ekonomi Kabupaten Deli Serdang. Seluas 12,04 % areal perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Deli Serdang merupakan perkebunan rakyat, oleh karena itu peranan perkebunan kelapa sawit rakyat terhadap perekonomian juga cukup signifikan. Permasalahan utama dalam pengembangan kelapa sawit rakyat di Kabupaten Deli Serdang adalah sistem pemasaran TBS yang dikuasai oleh agen, dan tidak ada akses petani ke PKS.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh unsur-unsur pemasaran (produksi, harga, biaya produksi dan biaya pemasaran) terhadap pendapatan petani kelapa sawit, (2) mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh petani dalam pemasaran TBSnya di Kabupaten Deli Serdang, dan (3) merumuskan strategi pemasaran TBS perkebunan rakyat yang lebih efisien sehingga dapat memberikan manfaat ekonomis yang lebih tinggi kepada petani kelapa sawit di Kabupaten Deli Serdang.

Analisis dilakukan secara deskriptif dan ekonometerik dengan melibatkan sampel petani sebanyak 60 orang. Perumusan strategi dilakukan berdasarkan analisis SWOT.

Luas areal perkebunan kelapa sawit rakyat di Kabupaten Deli Serdang adalah 9.923,67 Ha atau sekitar 45,55 % dari areal perkebunan rakyat, terdiri dari 1.518,37 Ha (15,3 %) tanaman belum menghasilkan (TBM), 8.363,30 Ha (84,28 %) tanaman menghasilkan (TM), dan sisanya 42 Ha (0,42 %) tanaman tidak menghasilkan (TTM).

Rata-rata harga jual TBS adalah Rp. 571,67,- per kg, dengan kisaran antara Rp. 530 – 600 per kg. Secara umum dalam pemasaran TBS perkebunan rakyat terdapat dua saluran tataniaga TBS. Pertama petani menjual TBS kepada pedagang pengumpul yang selanjutnya menjual kepada agen PKS dan agen PKS menjual TBS ke PKS. Kedua petani menjual TBS kepada agen PKS atau koperasi dan agen PKS (koperasi) menjual TBS ke PKS. Semakin panjang rantai pemasaran atau saluran tataniaga TBS petani, maka harga jual TBS yang diterima petani semakin rendah. Saluran pemasaran I yang lebih panjang, yaitu petani menjual TBS kepada pedagang pengumpul, pedagang menjual TBS kepada agen PKS, agen menjual TBS ke PKS menunjukkan harga jual TBS lebih rendah dari saluran pemasaran II dan III, dimana petani menjual TBS melalui Koperasi dan langsung ke agen PKS.

Unsur-unsur pemasaran (produksi TBS, harga TBS, biaya produksi dan biaya pemasaran) berpengaruh secara signifikan terhadap variasi pendapatan petani kelapa sawit di Kabupaten Deli Serdang. Unsur-unsur pemasaran mampu menjelaskan variasi pendapatan petani kelapa sawit di Kabupaten Deli Serdang sebesar 99,65 %. Secara parsial semua unsur-unsur pemasaran, yaitu produksi TBS, harga TBS, biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan petani kelapa sawit di Kabupaten Deli Serdang pada tingkat keyakinan 99 %. Produksi dan harga TBS memberikan pengaruh positif, sedangkan biaya produksi dan biaya pemasaran memberikan pengaruh negatif terhadap pendapatan petani kelapa sawit.

Kendala utama yang dihadapi petani dalam sistem pemasaran TBS adalah terbatasnya akses ke PKS dan tidak adanya akses petani terhadap informasi harga. Hal ini menyebabkan meningkatnya peran agen dan pedagang perantara, yang menyebabkan semakin panjangnya rantai pemasaran TBS petani. Salah satu upaya yang dapat dilakukan petani dalam sistem pemasaran tersebut adalah dengan membentuk koperasi sebagai organisasi petani dalam pemasaran TBS. Koperasi melakukan kerjasama penjualan TBS secara langsung ke PKS, sehingga saluran pemasaran TBS perkebunan rakyat lebih pendek, yang berarti juga bahwa biaya pemasaran akan semakin rendah sehingga harga jual TBS perkebunan rakyat dapat lebih tinggi. Selain berfungsi dalam sistem pemasaran TBS, koperasi juga dapat mendirikan PKS mini, sehingga petani memperoleh harga yang cukup tinggi dari TBS, sekakigus petani dapat memperoleh bagian dari harga CPO, karena petani sebagai anggota koperasi juga sebagai pemilik PKS yang dikelola koperasi.

RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi :

Nama : Ir. Enda Edian Pinem
(Anak pertama dari empat bersaudara)

Tempat / Tgl. Lahir : Medan, 27 Juli 1967

Alamat : Jl. P. Kemerdekaan No. 37 Galang – Deli Serdang

Nama Ayah : H. Pinem

Nama Ibu : Hj. Arabanita Barus

Nama Isteri : Dwi Ermawati

Nama Anak : 1. Wita Widia Pinem
2. Haifa Azalia Pinem
-

Pendidikan Terakhir :

Tamat SD Negeri No. 101959 Tahun 1980 di Galang.

Tamat SMP Negeri 1 Tahun 1983 di Lubuk Pakam.

Tamat SMA Negeri 1 Tahun 1986 di Lubuk Pakam.

Sarjana (S1) Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Yogyakarta,
Fakultas Pertanian Jurusan Ilmu Tanah, Tahun 1993.

Medan, September 2005

Yang Membuat

Enda Edian Pinem

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan Semesta Alam yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan sebaik-baiknya.

Tesis ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Agribisnis pada Program Pascasarjana Universitas Medan Area. Tesis ini mencoba menganalisis permasalahan pemasaran TBS perkebunan rakyat di Kabupaten Deli Serdang.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr.Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS. selaku Ketua Komisi Pembimbing, serta Bapak Ir. Gustami Harahap, MS selaku Anggota Pembimbing yang telah memberikan ilmu, bimbingan, saran dan nasehat-nasehatnya sehingga tesis ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT menambah ilmu, amal dan kearifan mereka.

Terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini, khususnya dalam menyediakan data yang dibutuhkan dalam penulisan tesis ini. Kepada rekan-rekan Kelas Eksekutif MMA angkatan pertama disampaikan rasa terimakasih atas segala bantuannya selama masa kuliah hingga penyelesaian tesis ini.

Teristimewa kepada Ayahanda H. Pinem dan Ibunda Hj. Arabanita Barus yang telah membesarkan dan mengasuh penulis, kepada isteri tercinta Dwi Ermawati, dan anak-anakku tersayang Wita Widya Pinem dan Haifa Azalia Pinem sebagai sumber inspirasi dan pengorbanannya. Kepada seluruh anggota keluarga yang dengan tulus memberikan segala bantuan dan dorongan sehingga tesis ini dapat diselesaikan, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Akhirnya penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, disana-sini terdapat kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran konstruktif dari semua pihak untuk kiranya lebih mengoptimalkan manfaat tesis ini. Semoga tesis ini memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada para pembaca. Kebenaran yang mutlak itu hanya Allah yang memilikinya, sedangkan kebenaran disisi manusia adalah sangat relatif. Wassalam.

Medan, September 2005

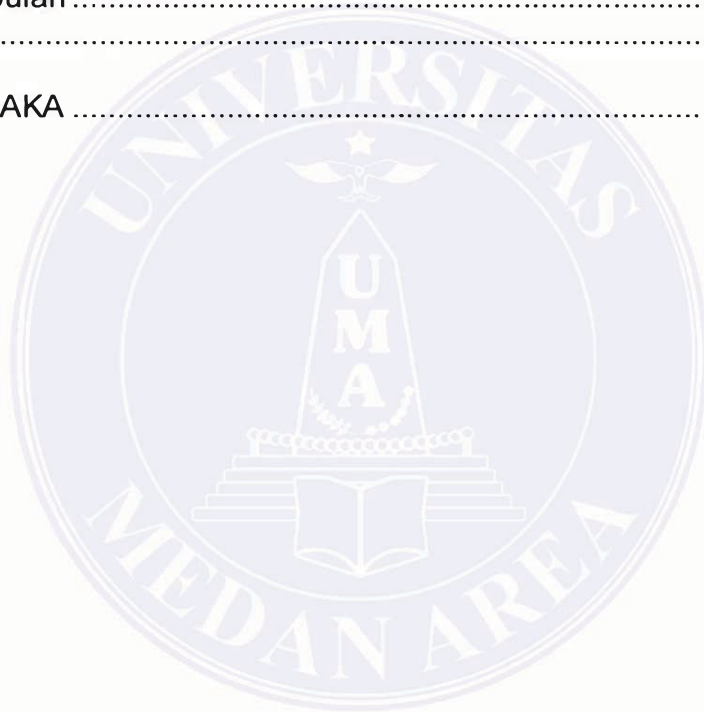
Penulis,

Enda E. Pinem

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Hipotesis Penelitian.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Konsep Pemasaran.....	9
C. Strategi Pemasaran.....	14
D. Analisis SWOT.....	17
E. Kerangka Konseptual.....	19
METODE PENELITIAN.....	21
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
B. Metode Penarikan Sampel.....	21
C. Metode Pengumpulan Data.....	22
D. Analisis Data.....	22
E. Definisi dan Batasan Operasional.....	24
DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN DAN KARAKTERISTIK PETANI SAMPEL.....	26
A. Deskripsi Wilayah.....	26
1. Luas Wilayah dan Topografi.....	26
2. Penggunaan Lahan.....	28
3. Kependudukan.....	29
B. Karakteristik Petani Sampel.....	30

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat.....	32
1. Sumatera Utara.....	32
2. Kabupaten Deli Serdang.....	35
B. Produksi dan Pendapatan Petani.....	40
C. Permasalahan Pemasaran TBS Petani di Kabupaten Deli Serdang	43
D. Pengaruh Unsur-unsur Pemasaran terhadap Pendapatan Petani	46
E. Analisis Strategi Pemasaran.....	49
 KESIMPULAN DAN SARAN	 53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54
 DAFTAR PUSTAKA	 55



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.	Distribusi Petani Sampel berdasarkan Luas Lahan	21
2.	Luas Wilayah Kabupaten Deli Serdang per Kecamatan, 2003	27
3.	Penggunaan Lahan di Kabupaten Deli Serdang, 2003.....	28
4.	Karakteristik Responden, 2005	31
5.	Perkembangan Luas Areal Perkebunan Kelapa Sawit di Sumatera Utara, 2003	32
6.	Perkembangan Produksi Kelapa Sawit di Sumatera Utara, 1998 – 2003	34
7.	Luas Perkebunan Kepala Sawit Rakyat Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Deli Serdang, 2003.....	37
8.	Produksi dan Produktivitas Perkebunan Kepala Sawit Rakyat Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Deli Serdang, 2003	39
9.	Produksi dan Pendapatan Petani Sampel di Kabupaten Deli Serdang, 2004.....	41
10.	Matrik SWOT Sistem Pemasaran TBS Petani.....	51

Lampiran

1.	Data Hasil Penelitian	57
2.	Biaya Pemasaran	59
3.	Analisis OLS	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.	Strategi Pemasaran.....	16
2.	Diagram Analisis SWOT.....	18
3.	Kerangka Konseptual Analisis Permasalahan Pemasaran Produksi Kelapa Sawit Rakyat di Kabupaten Deli Serdang.....	20



PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peran sektor pertanian dalam perekonomian Indonesia masih sangat besar, dimana sebagian besar industri di dalam negeri mengandalkan bahan baku dari sektor pertanian. Oleh karena itu agribisnis merupakan pusat perhatian yang penting, karena melalui agribisnislah sektor pertanian yang tangguh dapat diwujudkan (Soekartawi, 2003). Keinginan untuk mewujudkan pertanian yang tangguh melalui agribisnis, karena *multiplier effect* yang ditimbulkan dari pengembangan sektor agribisnis, artinya terdapat ketergantungan sektor-sektor perekonomian lainnya terhadap kegiatan agribisnis. Termasuk diantaranya adalah penyerapan tenaga kerja yang sangat besar, dimana pada saat ini Indonesia mengalami masalah tenaga kerja yang cukup memprihatinkan.

Agribisnis meliputi seluruh kegiatan yang terkandung di dalam pertanian, mulai dari penyiapan lahan, proses produksi, pengolahan hingga pemasaran hasil pertanian (Rahardi, 2003). Jenis-jenis tanaman yang diusahakan untuk agribisnis sangat beragam, tergantung potensi daerah dimana agribisnis dilakukan. Secara umum, perusahaan komoditi pertanian dapat dibedakan menjadi tanaman pangan, tanaman perkebunan dan hortikultura. Setiap komoditi dapat diusahakan dalam skala besar maupun skala kecil.

Dalam sektor perkebunan, tanaman kelapa sawit telah menjadi primadona Indonesia sebagai sumber devisa non migas. Peranannya cukup penting, sehingga perkembangan perkebunan kelapa sawit di Indonesia sangat pesat. Pengusahaan kebun kelapa sawit bukan hanya dilakukan dalam skala besar (perusahaan), tetapi juga dalam skala yang lebih kecil yang diusahakan oleh rakyat. Kebun kelapa sawit yang diusahakan oleh rakyat terdiri dari dua jenis, yaitu yang diusahakan secara mandiri dan yang diusahakan melalui pola perkebunan inti rakyat (PIR).

Deli Serdang merupakan daerah pengembangan kelapa sawit yang paling potensial di Sumatera Utara. Oleh karena itu, Deli Serdang merupakan salah satu sentra produksi kelapa sawit Sumatera Utara. Luas tanaman kelapa sawit di Kabupaten Deli Serdang pada tahun 2003 adalah 82.451,98 Ha dimana seluas 9.923,67 Ha (12,04 %) merupakan perkebunan rakyat. Produksi yang dihasilkan adalah 1.266.226,26 ton, dimana produksi perkebunan rakyat adalah 142.703,70 ton (11,27 %).

Berdasarkan data luas dan produksi kelapa sawit tersebut, maka sektor perkebunan kelapa sawit cukup besar pengaruhnya terhadap perekonomian Deli Serdang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun demikian, secara khusus pemasaran produksi perkebunan rakyat banyak mengalami masalah, khususnya terbatasnya akses petani ke pabrik kelapa sawit (PKS). Hal ini menyebabkan sistem penjualan TBS rakyat lebih banyak ditentukan oleh pedagang perantara, sehingga keuntungan ekonomi yang diperoleh petani menjadi berkurang. Oleh karena itu analisis strategi

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan, 1997. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Rajawali Press, Jakarta.
- Bapeda Deli Serdang, 2003. *Deli Serdang Dalam Angka 2002*. Lubuk Pakam.
- Chrisnall, M.P., 1992. *Marketing Research*. 4th Edition. Mc.Graw Hill Marketing Series.
- Daswir, 1984. *Tataniaga dan Analisa Harga Kelapa Sawit Rakyat di Kabupaten Labuhan Batu*. Bull. BPP Medan Volume 15 (2).
- _____, 1986. *Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Pola PIR-BUN Lokal, Padang Brahrang Kabupaten Langkat*. Bull. Perkebunan Volume 17 (1), Medan.
- Dhrammesta, Basu Swastha, 1996. *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3. Liberty, Yogyakarta.
- Ditjen Bina Produksi Perkebunan, 2002. *Perkembangan Perkelapa Sawitan*. Departemen Kehutanan dan Perkebunan, Jakarta.
- Gultinan, P.Y. dan Paul W. Gordon, 1992. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa : Agus Maulana. Cetakan ke-2. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Jauch, Lawrence R. dan William F. Glueck, 1999. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta.
- Kamdi, A. 1994. *Hubungan Kemitraan Antara Perusahaan Perkebunan Besar dengan Petani*, Makalah, Seminar Nasional Pengembangan Agribisnis dan Agroindustri untuk Memacu Pertumbuhan Ekonomi Nasional. Medan
- Kartajaya, Hermawan, 1996. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P., 1993. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Volume Dua, Edisi Ketujuh. Erlangga, Jakarta.

- _____, 1994. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid I, Edisi Kelima. Erlangga, Jakarta.
- _____, 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- _____, 1999. *Marketing*. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Rahardi, F., 2003. *Cerdas Beragrobisnis, Mengubah Rintangan Menjadi Peluang Berinvestasi*. PT. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Reksohadiprodo, S., 1993. *Manajemen Strategi*. Edisi ke-2. BPFE, Yogyakarta.
- Salman, F., 1999. *Peluang Perdagangan Minyak Sawit pada Bursa Perdagangan Berjangka Komoditi*. Warta PPKS Volume 7 (2).
- Saragih, Bungaran, 2000. *Membangun Sistem Agribisnis Perkebunan Berdaya Saing*. Faculty of Agriculture - Mulawarman University.
- _____, 2000. *Kebijakan Pertanian Untuk Merealisasikan Agribisnis Sebagai Penggerak Utama Perekonomian Negara*, Centre Policy for Agro Studies, Paper pada Diskusi Panen Jakarta American Club, 14 Nopember 2000.
- Soekartawi, 1998. *Menoleh Kembali Sektor Pertanian*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____. 2003. *Agribisnis. Teori & Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 1997. *Strategi Pemasaran*. ANDI, Yogyakarta.