

ANALISIS SALURAN PEMASARAN KELAPA SAWIT DI DESA BAKU-BAKU KECAMATAN MALANGKE BARAT KABUPATEN LUWU UTARA

Sumiati¹, Rusida¹, Idawati^{1}*

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Andi Djemma Palopo
*corresponding author : email : idawati.unanda@gmail.com

Abstrak

Besarnya jumlah produksi kelapa sawit belum mencerminkan sistem pemasaran yang efisien, terutama bila dilihat dari keuntungan yang diterima petani. Efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja (*performance*) proses pemasaran, dengan konsensus bahwa proses pemasaran harus berlangsung secara efisien. Teknologi atau prosedur baru boleh diterapkan untuk meningkatkan efisiensi proses pemasaran. Penelitian ini bertujuan menganalisis saluran pemasaran kelapa sawit di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Metode Penelitian secara observasi dan wawancara menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan langsung ke responden dan menggunakan rumus *slovin*. Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian diperoleh satu saluran pemasaran Tanda Buah Segar kelapa sawit di petani yang bersifat homogen yaitu dari Petani ke Pedagang Pengumpul lalu ke Pabrik Kelapa Sawit. Petani hanya menjual hasil Tanda Buah Segar ke pedagang pengumpul yang ada. Tanda Buah Segar oleh pedagang pengumpul ke pabrik kelapa sawit (konsumen akhir). Total biaya panen yang harus dikeluarkan sebesar Rp 200/kg. Sedangkan keuntungan sebesar Rp. 450/kg, dan petani mendapatkan keuntungan 72%, karena singkatnya saluran pemasaran.

Kata kunci : kelapa sawit, saluran pemasaran

Analyze of Palm Oil Distribution Marketing at Baku-Baku Village, Malangke Western Subdistrict, North Luwu District

Abstract

The large amount of palm oil production has not reflected the efficient marketing system, especially when viewed from the profit received by farmers. Marketing efficiency term is often used in assessing job performance (performance) marketing process. It reflects a consensus that the implementation process should take place in an efficient marketing. Technology or a new procedure should only be implemented if it can improve the efficiency of the marketing process. Objective of this research is to analyze how oil palm marketing channels in the village of Baku-Baku Malangke Western District of North Luwu. The research method is observation and interviews using a questionnaire. Sampling is done on the basis of a direct approach to respondents using slovin formula. Analysis of the data used in this research is to use methods of analysis are obtained deskriptif. Hasil there is one marketing channel Signs Fresh Fruit oil palm farmers or homogeneous with the flow as follows: Farmers Traders Gatherer mills. Oil palm farmers in the village of Bau-Baku Malangke Western District of North Luwu only sell Signs Fresh Fruit to the existing traders, Signs Fresh Fruit distributed by merchants collector to palm oil mill (end consumer). The total cost of the harvest to be incurred by the farmer is Rp 200 / kg. While the benefits received Rp 450 / kg and the farmer gets 72% of marketing channel due to the brevity of existing channels.

Keyword : marketing distribution, oli palm

PENDAHULUAN

Kelapa sawit merupakan komoditi dengan jumlah produksi sekaligus pertumbuhan produksi terbesar di antara komoditi unggulan perkebunan di Indonesia (Direktorat Jendral Perkebunan, 2008). Perkembangan kelapa sawit di Indonesia terus meningkat seiring dengan luas areal kelapa sawit yang juga semakin bertambah hingga tahun 2009. Secara keseluruhan produktivitas kelapa sawit Indonesia tahun 2003 - 2009 naik sebesar 3,00 persen per tahun, dimana produktivitas tertinggi dicapai oleh perkebunan swasta sebesar 3,59 ton/ha dan posisi kedua di capai oleh perkebunan negara dengan rata-rata produktivitas sebesar 3,48 ton/ha. Produktivitas

perkebunan rakyat merupakan yang paling rendah dengan rata-rata sebesar 2,97 ton/ha. Pada tahun 2005, 35 persen dari total area kelapa sawit Indonesia sebesar sekitar 5,5 juta ha merupakan perkebunan rakyat yang memiliki produksi paling rendah (Puteri, 2013).

Komoditi Luwu Utara lainnya adalah dari sektor perkebunan dan perikanan. Di sektor perkebunan, kelapa sawit merupakan salah satu komoditi perkebunan unggulan dan Kabupaten Luwu Utara adalah kabupaten pengembang kelapa sawit terbesar di Sulawesi Selatan dengan jumlah produksi 35.314,52 ton. Selain sebagai penghasil kelapa sawit, Kabupaten Luwu Utara juga merupakan penghasil kakao terbesar di

Sulawesi Selatan dengan jumlah produksi mencapai 43.574 ton pada tahun 2004. Jumlah areal lahan penanaman kakao di Kabupaten Luwu Utara mencapai 48.444 Ha. Komoditi perkebunan lainnya adalah kelapa 1.478,38 ton per tahun, kopi 1.351,86 ton per tahun, dan cengkeh 195,3 ton per tahun. Di sektor perikanan, Kabupaten Luwu Utara menghasilkan komoditi perikanan tangkap dengan jumlah produksi perikanan tangkap mencapai 7.524 ton pada tahun 2004. Komoditi ini merupakan salah satu komoditi unggulan di Kabupaten Luwu Utara. Sedangkan di sektor industri, terdapat industri pakan ternak jagung, industri pengolahan kopi, industri minyak atsiri, dan industri kelapa terpadu (Anonim, 2012).

Besarnya jumlah produksi kelapa sawit belum mencerminkan sistem pemasaran yang efisien, terutama bila dilihat dari keuntungan yang diterima petani. Istilah efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja (*performance*) proses pemasaran. Hal ini mencerminkan konsensus bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus berlangsung secara efisien. Teknologi atau prosedur baru hanya boleh diterapkan bila dapat meningkatkan efisiensi proses pemasaran (Downey dan Erickson, 1989).

Pemasaran yang lebih efisien menurut Mubyarto (1985) bahwa ada dua persyaratan yang harus dipenuhi yaitu: (a) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, dan (b) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu. Faktor-faktor yang dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut: (a). Keuntungan pemasaran (b). Harga yang diterima konsumen (c). Tersedianya

fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk malancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi, dan (d). Kompetisi pasar, persaingan diantara pelaku pemasaran (Soekartawi, 1993). Penelitian ini akan mengkaji analisis saluran pemasaran yang ada di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Baku-Baku, Kecamatan Malangke Barat, Kabupaten Luwu Utara, dimulai bulan Juli sampai September 2016. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan Kecamatan Malangke Barat merupakan daerah pengembangan kelapa sawit yang cukup luas.

Jenis dan Sumber Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara dengan kuisioner berpedoman pada daftar pertanyaan yang mengusahakan budidaya dan pemasaran kelapa sawit.
2. Data sekunder diperoleh dari pustaka dan kantor atau instansi yang berkaitan, dan berhubungan dengan penelitian ini.

Metode pengumpulan data

Untuk dapat melakukan penelitian ini maka dibutuhkan data yang relevan dan benar guna keberhasilan penelitian, sehingga dibutuhkan data yang akurat dan dapat dipercaya maka pengumpulan data menggunakan metode :

1. Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap obyek yang akan diteliti dilakukan secara langsung, teratur, akurat dan sistematis.
2. Wawancara menggunakan kuesioner yaitu metode untuk mendapatkan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang analisis dalam penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi yaitu semua kelompok tani yang berada di Desa Baku-Baku sebanyak 100 orang, pedagang pengumpul sebanyak 5 orang dan hanya 1 orang yang bersedia diwawancarai. Data sampel diambil dari beberapa anggota populasi dengan metode *Simple Random Sampling*. Anggota dari populasi dipilih satu per satu secara random, dan jika sudah dipilih maka tidak dapat dipilih lagi. Responden yaitu petani yang melakukan budidaya kelapa sawit yang sudah berproduksi. Pengambilan sampel dilakukan atas dasar pendekatan langsung ke responden dengan panduan kuisisioner peneliti. Rumus metode *slovin* untuk menentukan jumlah sampel minimal (Nugraha, 2007).

Analisis Data

Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif yaitu menggambarkan atau menceritakan data yang diambil melalui hasil wawancara melalui kuesioner (Sukmadinata, 2006). Juga menggunakan analisis deskriptif yaitu metode untuk meneliti status kelompok, manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran maupun suatu kelas peristiwa

pada masa sekarang (Nazir, 2005). Data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner dan wawancara ditabulasikan dan dianalisis dengan pendekatan konsep perilaku konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Petani responden

Hasil diperoleh bahwa kelompok umur terbanyak yaitu 41 – 50 tahun yaitu 11 orang atau 50%, sedangkan terkecil pada kelompok umur > 50 tahun yaitu 4 orang atau 20%. Untuk pendidikan yaitu 1 – 6 tahun, tamatan SD dengan jumlah 14 orang atau 65%, umur 10 – 12 tahun, tamatan SMA dengan jumlah 3 orang atau 15%, dan tidak tamat sekolah yaitu 3 orang atau 15%. Sehingga menunjukkan tingkat pendidikan petani kelapa sawit cukup baik. Untuk Luas lahan usahatani tertinggi yaitu 1–3 hektar sebanyak 19 orang atau 90%, diikuti 4–6 hektar sebanyak 2 orang atau 10%. Sedangkan, jumlah tanggungan keluarga tertinggi yaitu 1-3 orang sebanyak 13 orang atau 60%, sisanya 40% atau sebanyak 8 orang dengan tanggungan keluarga yaitu 4 – 6 orang.

Jenis kelamin

Dari data sebaran responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 90 persen sedangkan persentase yang berjenis kelamin perempuan hanya sebesar 10 persen. Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis Kelamin dan Frekuensi Persentase Jumlah Keseluruhan Responden

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	19	90%
Perempuan	2	10%
Jumlah	21	100

Sumber : *Data primer setelah diolah, 2016.*

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah petani sampel terbanyak berada pada kelompok Laki-laki yaitu sebanyak 19 orang dengan persentasenya 90% sedangkan petani sampel terkecil berada pada kelompok perempuan yaitu sebanyak 2 orang dengan persentasenya 10%.

Usia

Kinerja seseorang di pengaruhi oleh faktor umum.usia yang produktif

tentu akan memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan bertani.bila usia anggota yang semakin tua tentu akan berdampak terhadap berapa banyak kegiatan yang dapat di lakukan dan melaksanakan dalam aktifitas pelaksanaan perencanaan kegiatan kelompok.dari hasil wawancara terhadap 21 orang petani kelapa sawit,usia produktif suatu petani dapat diliat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Petani Responden, Usia dan Frekuensi serta Persentase Jumlah Keseluruhan

No	Usia petani responden	Frefekkuensi	Persentase (%)
1	0-10	0	0%
2	11-20	0	0%
3	21-30	0	0%
4	31-40	6	30%
5	41-50	11	50%
6	51-60	4	20%
	Jumlah	21	100%

Sumber : *Data primer setelah diolah, 2016.*

Dari Table diatas menunjukkan bahwa jumlah petani sampel terbanyak berada pada kelompok umur 41-50 tahun yaitu sebanyak 11 orang dengan persentasenya 50% sedangkan jumlah

petani sampel terkecil berada pada kelompok umur 51-60 tahun keatas yaitu sebanyak 4 orang dengan persentasenya 20%.

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan akan berpengaruh terhadap cara menerima informasi dari penyuluh pendamping maupun informasi dari anggota yang lain serta pola pikir dalam berinteraksi kesesama kelompok petani kelapa

sawit.semakin tinggi pendidikan seseorangdan daya serap pengetahuan yang diberikan oleh penyuluh pendamping dalam memberikan materi sosialisasi. Berdasarkan hasil wawancara tingkat pendidikan petani kelapa sawit dapat di liat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Petani Responden, Pendidikandan Frekuensi Serta Persentase Jumlah Keseluruhan Responden

Pendidikan	Frefekkuensi	Persentase %
SD	14	65%
SLTP	1	5%
SMA	3	15%
SARJANA	0	0%
Tidak sekolah	3	15%
Jumlah	21	100%

Sumber: *Data primer setelah diolah, 2016*

Sebagian besar petani sampel yang lama pendidikan 1-6 tahun merupakan tamatan SD dengan jumlah 14atau 65% , kemudian diikuti petani sampel yang lama pendidikan 10 -12 tahun merupakan tamatan SMA dengan jumlah 3 orang atau 15% dan petani sampel yang lama pendidikan 0 tahun merupakan tidak tamat sekolah dengan jumlah 3 atau 15%. Tingkat pendidikan para petani kelapa sawit merata mulai dari pendidikan dasar (SD), Sekolah lanjutan pertama (SLTP) dan sekolah menengah atas (SMA) dengan rentang umur yang bervariasi. Dengan tingkat pendidikan yang masih rendah menyebabkan proses pengalihan teknologi dan keterampilan belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Walaupun dengan tingkat pendidikan yang masih

tergolong rendah akan tetapi petani perkebunan mempunyai pengalaman yang bertahun-tahun dalam pengelolaan kelapa sawit, sehingga pada umumnya keterampilan yang dimiliki petani ialah berasal dari pengalaman bertani yang dimilikinya. Dari uraian diatas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani sampel di Desa Baku-baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utarasudah cukup baik.

Luas Lahan

Karakteristik responden berdasarkan luas lahan petani dalam penelitian ini dibagi dua kelompok yaitu 1-3 hektar dan 4-6 hektar.

Tabel 4. Karakteristik Petani Responden, Luas Lahan dan Frekuensi serta Persentase Jumlah Keseluruhan Responden

Luas Lahan	Frefkuensi	Persentase (%)
1-3 hektar	19	90%
4-6 hektar	2	10%
Jumlah	21	100

Sumber: *Data primer yang sudah di olah, 2016.*

Berdasarkan pengamatan dilapangan menunjukkan bahwa luas lahan usaha tani kelapa sawit di Desa Baku-baku kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara antara 1-3 hektar dimiliki oleh sebanyak 19 orang petani sampel atau 90% dan luas lahan petani kelapa sawit antara 4-6 hektar dimiliki oleh 2 orang petani sampel atau 10%.

Jumlah Tanggungan Dalam Keluarga

Keluarga adalah semua orang yang tinggal dalam satu rumah atau yang berada dalam rumah yang menjadi tanggungan kepala keluarga. Keluarga yang sudah menikah tetapi tinggal dengan satu atap dan dapur tetap di kategorikan sebagai satu keluarga. Mengenai besarnya tanggungan keluarga responden dapat di liat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Petani Responden, Tanggungan Dalam Keluargadan Frekuensi Serta Persentase Jumlah Keseluruhan Responden

Tanggungan dalam keluarga	Frefkuensi	Persentase (%)
1-3 orang	13	60%
4-6	8	40%
Jumlah	21	100

Sumber: *Data primer setelah diolah, 2016*

Pada tabel di atas terlihat bahwa masyarakat responden yang mempunyai tanggungan yang jumlah tanggungannya 1-3 orang sebanyak 13 orang atau 60%, responden yang jumlah tanggungan keluarganya 4-6 orang sebanyak 8 orang sebanyak 40%.

Pedagang Pengumpul

Keberhasilan pengembangan kelapa sawit ditentukan oleh keberhasilan usahatani, seperti penggunaan bibit unggul bermutu, penanaman, pemeliharaan, pemupukan, dan pengendalian hama penyakit yang juga ditentukan oleh sistem tataniaga dan pengolahan hasil. Petani

perkebunan rakyat (PR) dihadapkan pada masalah teknis budidaya, seperti sulit serta mahalny memperoleh bibit unggul bermutu dan pupuk. Masalah lain yang dihadapi petani adalah pada proses pasca panen, tataniaga, dan pengolahan hasil. Kelapa sawit di tingkat petani yang dipasarkan berupa tandan buah segar (TBS), digunakan sebagai bahan baku atau *raw material* untuk selanjutnya diolah di pabrik pengolahan kelapa sawit, antara lain produk yang dihasilkan berupa minyak kelapa sawit (CPO). Ditingkat petani upaya peningkatan kualitas dilakukan dengan menjaga tingkat kematangan buah, menjaga kebersihan buah dari kotoran atau tangkai, dan memisahkan buah yang hampa. Kualitas yang dihasilkan akan diperhitungkan di pabrik melalui potongan refraksi maupun sortasi (Asmarantaka, 2013).

Proses pemasaran TBS (tandan Buah Segar) di Desa Baku-baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara, pedagang pengumpul memegang peranan paling besar. Hal ini dikarenakan tidak semua petani memiliki akses untuk masuk ke dalam PKS (Pabrik Kelapa Sawit) . Dalam penelitian ini pengambilan sampel untuk pedagang pengumpul yaitu menggunakan metode snow ball dengan mengikuti saluran pemasaran TBS dari petani dan di peroleh pedagang pengumpul sebanyak 1 orang.

Pabrik Kelapa Sawit

Menurut Puteri (2013), dari hasil penelitian Pabrik Kelapa Sawit yang menjadi tujuan tempat pengolahan TBS oleh responden adalah PT. Bumi Maju Sawit (BMS). Saat ini BMS telah mendirikan pabrik kelapa sawit dengan kapasitas 30 ton TBS/jam yang berlokasi

di Desa Mantadulu, Kecamatan Angkona, Kabupaten Luwu Timur Sulawesi Selatan. Pembangunan dan pengoperasian pabrik ini bekerjasama dengan PTPN XIV, yang tertuang dalam perjanjian BOT (Built, Operation and Transfer) No. 7 tanggal 25 Oktober 2004. Bahan baku kelapa sawit diperoleh dari kebun inti dan plasma PTPN XIV dan perkebunan rakyat. Pabrik BMS telah beroperasi sejak tanggal 10 Januari 2008, dalam pengoperasian pabrik didukung oleh tenaga kerja yang direkrut dari masyarakat daerah setempat dengan diberikan pelatihan terlebih dahulu. Pelatihan-pelatihan kerja pada karyawan juga dilaksanakan dengan mengirimkan karyawan ke instansi-instansi terkait guna meningkatkan potensi dan kualitas kerja karyawan. Untuk kelancaran proses produksi, di bangun pula sarana pendukung produksi secara kolektif bagi petani anggota koperasi. Sarana yang telah di investasikan sejak awal antara lain : jalan utama dan produksi, pembuatan drainase, pembuatan gorong-gorong, serta pemasangan titi (jembatan) kayu. Ketersediaan Bahan Baku Sesuai dengan perjanjian dalam kemitraan yang telah disepakati, seluruh bahan baku seperti bibit, pupuk, dan obat-obatan di sediakan oleh pihak KUD Berkat Anugerah Jaya.

Pelaksanaan proses produksi perkebunan kelapa sawit petani melalui KUD Berkat Anugerah Jaya dijalankan dengan sistem manajemen satu atap. Menurut Permentan No.33/Permentan/OT.140/7/2006 disebutkan bahwa pola manajemen satu atap adalah pengelolaan kebun anggota koperasi yang dilakukan perusahaan inti mulai dari proses penanaman, pemeliharaan, hingga pemanenan sehingga petani hanya menerima hasil pendapatan

bersih dari perusahaan. Dalam kemitraan ini, petani anggota koperasi berhak menerima laporan keuangan dan hasil dari kebunnya yang akan di salurkan melalui koperasi.

Pemanenan dilakukan dengan menggunakan dodos pada umur 3 hingga 10 tahun dan hegrek pada umur selanjutnya. Sistem panen yang digunakan adalah sistem giring yang di arahkan oleh mandor. Untuk menghindari para buruh hanya memilih tandan yang mudah untuk di panen maka sistem pembayarannya digunakan sistem premi. Melalui sistem premi, bila para buruh memanen lebih dari bobot premi, maka setiap kilogramnya akan di upah 45 rupiah.

Sistem Pemasaran

Peluang untuk pengembangan agribisnis kelapa sawit masih cukup terbuka bagi Indonesia, terutama karena ketersediaan sumber daya lahan, tenaga kerja, teknologi dan para ahli. Kelapa sawit sebagai tanaman penghasil minyak sawit dan inti sawit merupakan salah satu primadona tanaman perkebunan yang menjadi sumber penghasil devisa non migas bagi Indonesia. Cerahnya prospek komoditas minyak sawit dalam perdagangan minyak nabati dunia sebagai bahan bakar alternatif (*biofuel*) pengganti bahan bakar minyak bumi telah mendorong pemerintah Indonesia untuk memacu pengembangan areal perkebunan kelapa sawit. Perkembangan perkebunan kelapa sawit Indonesia dari tahun 1967 sampai dengan 2007 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 1967 luas areal perkebunan kelapa sawit hanya sebesar 105.808 hektar dengan produksi *Crude Palm Oil* (CPO) sebesar 197.669 ton dan mengalami peningkatan luasan areal

signifikan memasuki tahun 1990 dengan luasan sebesar 1,12 juta hektar dan mampu menghasilkan CPO sebesar 2,41 juta ton. Pada tahun 2007 produksi CPO Indonesia telah mencapai 17,37 juta ton dengan luasan areal perkebunan sebesar 6,61 juta hektar. Untuk saat ini kelapa sawit merupakan salah satu komoditas perkebunan yang mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pendapatan negara dan pendapatan masyarakat petani kelapa sawit serta mampu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia (Herianto, 2008).

Sistem pemasaran kelapa sawit dalam di Desa Baku-baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara ini dilakukan dengan sistem satuan rupiah per kilo (Rp/kilo), maka sistem satuan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah Rp/kilo.

Dari seluruh petani responden dalam penelitian ini, semuanya menggunakan jasa lembaga pemasaran untuk menyalurkan hasil produksi kelapa sawit hingga sampai ke pabrik yaitu pedagang pengumpul kecamatan/desa.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran yang juga disebut dengan saluran distribusi dapat digambarkan sebagai suatu rute atau alur. Saluran pemasaran Tandan Buah segar (TBS) sawit merupakan rantai atau aliran pemasaran TBS dari petani sebagai produsen ke pabrik kelapa sawit sebagai konsumen. Sedangkan lembaga pemasaran adalah lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran TBS dari petani hingga PKS(Pabrik Kelapa Sawit)Lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang melakukan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditas dari

produsen hingga konsumen akhir. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditas sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin.

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kelapa sawit dari produsen atau petani di Desa Baku-baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara hingga ke pabrik. Pada umumnya para pedagang pengumpul ini sudah mempunyai petani langganan.

Mereka datang ke kebun petani secara berkala dan mengangkut sendiri kelapa sawit.

Umumnya pedagang pengumpul yang membeli buah kelapa sawit kepada petani masih mempunyai hubungan secara emosional baik hubungan pertemanan atau pun hubungan keluarga, sehingga petani cenderung tidak mematok harga untuk kelapa sawit yang dihasilkan, terlebih petani juga tidak mengetahui informasi harga pasar di tingkat pabrik.

Dari hasil penelitian dapat dilihat saluran pemasaran yang terjadi pada proses pemasaran buah kelapa sawit yang bisa dilihat pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Saluran Pemasaran TBS Kelapa Sawit oleh Petani di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara

Berdasarkan Gambar 1. diketahui bahwa hanya terdapat satu perantara yang menghubungkan petani dengan PKS (Pabrik Kelapa Sawit) yaitu pedagang pengumpul (agen). Saat rotasi panen tiba, pedagang pengumpul (agen) akan menjemput TBS di masing-masing TPH

(tempat pengumpul hasil) pada kebun petani untuk mengambil TBS yang telah dipanen kemudian di jual ke PKS. Dalam saluran pemasaran ini, petani hanya mengeluarkan biaya upah panen yaitu sebesar Rp.200/kg. Adapun harga jual petani kepada pedagang pengumpul Bulan

Agustus 2016 adalah Rp. 650/Kg dan pedagang pengumpul menjual kepada PKS seharga Rp. 900/Kg. Sistem pembayaran dilakukan secara langsung oleh pedagang kepada petani setelah penimbangan TBS dan memberikan bon kepada petani sesuai dengan jumlah timbangan.

Petani memiliki hak penuh untuk menjual TBS kepada pedagang yang dikehendakinya. Hal ini dikarenakan tidak adanya kontrak antara petani dan pedagang.. Sedangkan PKS dalam menetapkan harga TBS didasarkan pada kesepakatan dari Tim Penentuan Harga TBS Dinas Perkebunan Luwu Timur tiap minggunya. Berdasarkan informasi dari Dinas Perkebunan tersebut, selanjutnya PKS akan memberitahukan kepada pedagang sebagai patokan harga dalam membeli TBS dari petani.

Saluran pemasaran dalam pemasaran TBS petani dilakukan untuk

menjaga agar buah tidak busuk dan kualitas rendemen tetap terjaga. Pemasaran TBS, hanya yang memiliki SPB (Special Prime Blcach)/ standar mutu, yang memiliki akses masuk ke dalam PKS untuk menjual TBS.. Sedangkan PKS dalam menetapkan harga TBS didasarkan pada kesepakatan dari Tim Penentuan Harga TBS Dinas Perkebunan Kabupaten Luwu Timur tiap minggunya. Berdasarkan informasi dari Dinas Perkebunan tersebut, selanjutnya PKS akan memberitahukan kepada pedagang sebagai patokan harga dalam membeli TBS dari petani swadaya.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul antara lain adalah biaya transportasi, biaya bongkar muat dan biaya penimbangan. Untuk melihat analisis pemasaran pada saluran pemasaran ini serta rincian biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Total Biaya Pemasaran Kelapa Sawit

No	Keterangan	Jumlah Rp/kg
1. Petani		
1.	Harga jual	650
2.	Upah panen	200
3.	Keuntungan harga jual	450
2. Pedagang pengumpul		
1.	Harga beli	650
2.	Harga jual	900
3.	Biaya pemasaran	133
	▪ Transportasi	50
	▪ Biaya bongkar muat dan penimbangan	50
	▪ Biaya bongkar dipabrik	
4.	Keuntungan	33
		117
3. Pabrik kelapa sawit		
1.	Harga beli	900

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat Total biaya panen yang harus dikeluarkan oleh petani adalah sebesar Rp 200/Kg. Sedangkan keuntungan yang diterima sebesar Rp 450/Kg. Adapun Rata-

rata biaya yang harus dikeluarkan pedagang pengumpul sebesar Rp 133/Kg dengan rincian biaya transportasi Rp 50/Kg, Biaya Bongkar Muat Dan Penimbangan Rp 50/Kg, Biaya Bongkar di

pabrik Rp 133/Kg, dan Keuntungan untuk pedagang pengumpul sebesar Rp 117/Kg.

Petani tidak dapat menyalurkan hasil pertanian karena petani tidak memiliki akses masuk kedalam pabrik kelapa sawit sebagai salah satu syarat petani menjual TBS kelapa sawit ke pabrik dan kondisi jalan yang jauh ke PKS (pabrik kelapa sawit), jalan rusak/jalan lagi di perbaiki, di tengah jalan banyak tilangan serta adanya antrian yang panjang di PKS antrian ini sendiri berakibat biaya operasional bertambah, sopir minta biaya tambahan, kondisi cuaca (hujan lebat dll), resiko kejahatan (jalan melewati daerah sepi dan rawan) sehingga petani tidak mendapatkan potongan biaya seperti biaya transportasi dan lain sebagainya.

Bagian yang Diterima Petani

Untuk menghitung besarnya bagian yang diterima petani kelapa sawit adalah dengan melihat perbandingan antara bagian harga pada petani dengan harga pada konsumen akhir. Dalam penelitian ini konsumen akhirnya adalah Pabrik Kelapa Sawit (PKS). Dari hasil penelitian diketahui bahwa besarnya bagian yang diterima petani adalah sebesar 72%, besarnya bagian yang diterima petani di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara disebabkan karena petani yang memasarkan TBS hanya melalui satu saluran saja. Karena apabila semakin panjang saluran pemasaran yang dilalui maka semakin kecil bagian yang akan diterima oleh petani.

Bagian yang diterima petani merupakan perbandingan antar harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Menurut Hanafiah 2003, untuk menghitung bagian yang diterima petani digunakan rumus :

$$LP = \frac{HP}{HK} 100\%$$

Keterangan :

LP = Bagian atau persentase yang diterima petani (%)

HP = Harga yang diterima petani (Rp/kg)

HK = Harga pada konsumen (Rp/kg)

Bagian yang diterima oleh petani dalam proses saluran pemasaran tandan buah segar kelapa sawit di Desa Baku-baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara adalah :

$$LP = \frac{650}{900} \times 100\% \quad LP = 72\%$$

Sehingga bagian yang diterima oleh petani dalam proses saluran pemasaran TBS kelapa sawit yaitu sebesar 72% dari harga di tingkat konsumen, pabrik kelapa sawit adalah sebagai konsumen di saluran pemasaran TBS di Desa Baku-baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

KESIMPULAN DAN SARAN

Petani kelapa sawit di Desa Baku-baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara hanya menjual hasil Tanda Buah Segar (TBS) ke pedagang pengumpul yang ada di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara Tanda Buah Segar (TBS) didistribusikan oleh pedagang pengumpul ke pabrik kelapa sawit (konsumen akhir). Total biaya panen yang harus dikeluarkan oleh petani adalah sebesar Rp 200/Kg. Sedangkan keuntungan yang diterima sebesar Rp 450/Kg dan petani mendapatkanebesar 72% dari saluran pemasaran dikarenakan singkatnya saluran yang ada di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara

Disarankan adanya kerja sama dengan pihak stakeholder baik itu Pemerintah maupun swasta dalam proses pemasaran hasil panen yang masih cenderung seenaknya mematok harga

untuk kelapa sawit yang dihasilkan, terlebih petani juga tidak mengetahui informasi harga pasar di tingkat pabrik sehingga mereka tidak mendapatkan perkembangan yang signifikan dalam proses pemasaran kelapa sawit mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, R.A. 2013. *Analisa Tataniaga Kelapa Sawit Di Desa Tanjung Jaya Kecamatan Bangun Rejo Kabupaten Lampung Tengah Provinsi Lampung*. [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Anonim, 2012. [http://www.cpssss.org/web/home/kabupaten/kab/Kabupaten Luwu Utara](http://www.cpssss.org/web/home/kabupaten/kab/Kabupaten%20Luwu%20Utara). Diunduh 15/Mei/2016/20.00 WITA.
- Downey, W dan Erickson. 1989. *Manajemen Agribisnis (terjemahan Ir. Rochidayat Ganda S dan Alfonsus Sirait)*, Jakarta (ID). Edisi Kedua, Erlangga.
- Hanafiah, K. A. 2003. *Rancangan Percobaan Teori dan Aplikasi*. Jakarta (ID) Raja Grafindo Persada.
- Herianto, D. D, 2008 . *Analisis Daya Saing Industri Cpo Indonesia Di Pasar Internasional*[Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta (ID): Ghalia Indonesia.
- Nugraha. 2007. *Penentuan Ukuran Sampel Memakai Rumus Slovin dan Tabel Krejcie-Morgan, Telaah Konsep dan Aplikasinya*. Bandung (ID). Universitas Padjajaran.
- Mubyarto. 1985 *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta (ID) LP3ES
- Puteri, Mizani Adlina, 2013. *Studi Kelayakan Usaha Peremajaan Perkebunan Kelapa Sawit Melalui Koperasi Dan Mandiri (Kasus Di Desa Harapan Makmur Dan Desa Sekoci, Kabupaten Langkat)* [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Teori dan Aplikasinya. Bogor (ID). Raja Grafindo Persada.
- Supriyono. 1992. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta (ID). BPFE.
- Sukmadinata. 2006. *Metode Deskriptif*. Yogyakarta (ID). BPFE,
- Swastha, Basu. 1991. *Konsep dan Strategi Analisa Kuantitatif Saluran Pemasaran*. Yogyakarta (ID). BPFE.