

**EFISIENSI PEMASARAN KELAPA SAWIT DI DESA BUKIT INDAH  
KECAMATAN MUARA PAPALIK KABUPATEN TANJUNG  
JABUNG BARAT**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS BATANGHARI  
JAMBI  
2019**

**EFISIENSI PEMASARAN KELAPA SAWIT DI DESA BUKIT INDAH  
KECAMATAN MUARA PAPALIK KABUPATEN TANJUNG  
JABUNG BARAT**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**NAMA : DESMAN  
NIM : 1500854201029**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas Batanghari**

**Diketahui Oleh:  
Ketua Program Studi Agribisnis**

**Disetujui Oleh:  
Dosen Pembimbing I**

**(Rizki Gemala Busyra, SP., M.Si)**

**(Asmaida, S.Pi., M.Si)**

**Dosen Pembimbing II**

**(Siti Abir Wulandari, S.TP., M.Si)**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi pada :

**Hari** : Rabu

**Tanggal** : 21 Agustus 2019

**Jam** : 11.00 WIB

**Tempat** : Ruang Ujian Skripsi

---

**TIM PENGUJI**

---

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Asmaida, S.Pi.,M.Si	Ketua	_____
2.	Siti Abir Wulandari, S.TP.,M.Si	Sekretaris	_____
3.	Riski Gemala Busyra, SP.,M.Si	Anggota	_____
4.	Mulyani, SP.,M.Si	Anggota	_____

---

**Jambi, 21 Agustus 2019**  
**Ketua Tim Penguji**

**Asmaida, S.Pi.,M.Si**  
**NIDN :1022057001**

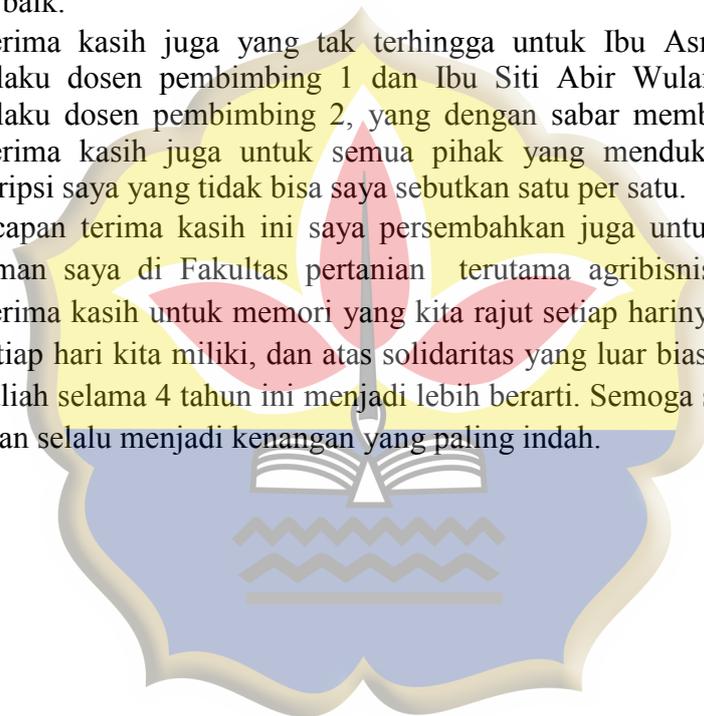
## Motto

Jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri maupun orang lain, karena hidup hanyalah sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan maupun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon.

## Persembahan

Kupersembahkan karya ini untuk :

- Ayah dan ibu Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini dan atas limpahan doa yang tak berkesudahan. Serta segala hal yang telah beliau lakukan, semua yang terbaik.
- Terima kasih juga yang tak terhingga untuk Ibu Asmaida, S.Pi.,M.Si selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Siti Abir Wulandari, S.TP.,M.Si selaku dosen pembimbing 2, yang dengan sabar membimbing saya dan Terima kasih juga untuk semua pihak yang mendukung keberhasilan skripsi saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
- Ucapan terima kasih ini saya persembahkan juga untuk seluruh teman-teman saya di Fakultas pertanian terutama agribisnis angkatan 2015. Terima kasih untuk memori yang kita rajut setiap harinya, atas tawa yang setiap hari kita miliki, dan atas solidaritas yang luar biasa. Sehingga masa kuliah selama 4 tahun ini menjadi lebih berarti. Semoga saat-saat indah itu akan selalu menjadi kenangan yang paling indah.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah Kecamatan Muara Papalik Kabupaten Tanjung Jabung Barat”.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Asmaida, S.Pi., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Siti Abir Wulandari, S.TP., M.Si selaku Dosen Pembimbing II tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada rekan-rekan yang telah memberikan bantuan dan saran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang menunjang demi kesempurnaan dimasa yang akan datang, semoga skripsi ini dapat menjadi sumber acuan untuk melanjutkan pada tahap berikutnya.

Jambi, Agustus 2019

Penulis

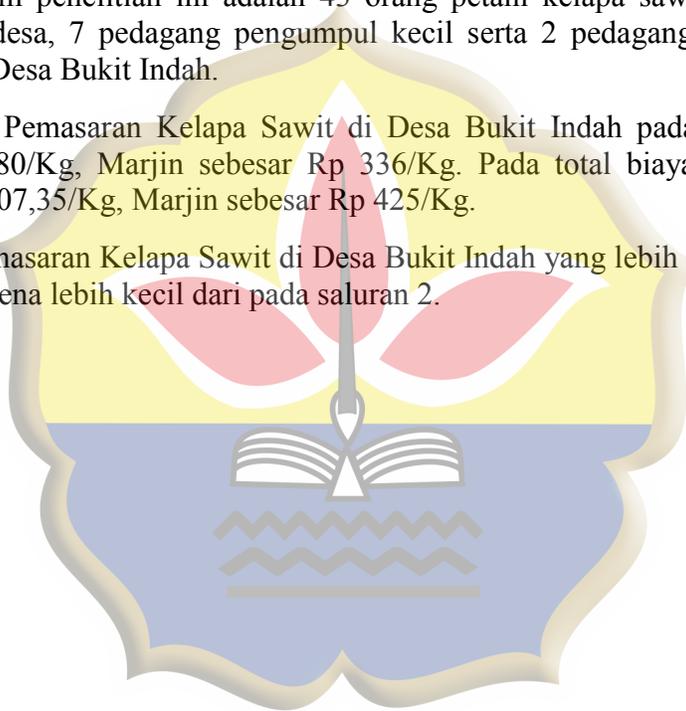
## INTISARI

Desman NIM : (1500854201029) Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah Kecamatan Muara Papalik Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Dibawah Bimbingan Ibu Asmaida selaku dosen pembimbing I dan Ibu Siti Abir Wulandari selaku dosen pembimbing II. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan saluran pemasaran kelapa sawit serta menghitung biaya, margin dan efisiensi pemasaran di Desa Bukit Indah Kecamatan Muara Papalik Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Penelitian ini menggunakan metode slovin yang dilaksanakan di Desa Bukit Indah, dimana Desa Bukit Indah merupakan Petani Kelapa Sawit. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 43 orang petani kelapa sawit dan 1 pedagang pengumpul desa, 7 pedagang pengumpul kecil serta 2 pedagang pengumpul besar yang ada di Desa Bukit Indah.

Total Biaya Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Bukit Indah pada saluran 1 adalah sebesar Rp 80/Kg, Margin sebesar Rp 336/Kg. Pada total biaya saluran 2 adalah sebesar Rp 107,35/Kg, Margin sebesar Rp 425/Kg.

Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Bukit Indah yang lebih efisien adalah pada saluran 1 karena lebih kecil dari pada saluran 2.



## DAFTAR ISI

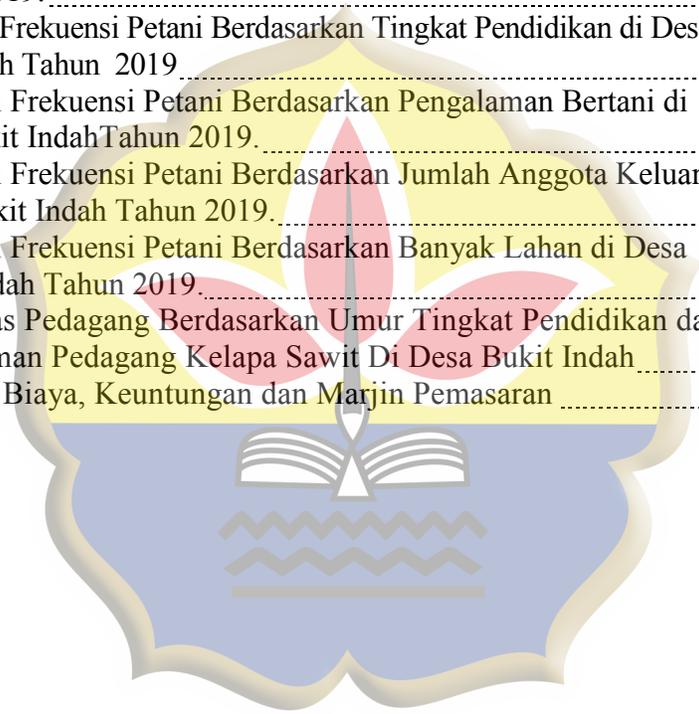
Isi	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>INTISARI</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	v
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	vi
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	3
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	4
2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	4
2.1.1 Taksonomi dan Morfologi Kelapa Sawit .....	5
2.1.2 Fungsi Pemasaran .....	6
2.1.3 Saluran dan Marjin Pemasaran.....	7
2.1.4 Biaya Pemasaran .....	13
2.1.5 Efisiensi Pemasaran .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Pemikiran Operasional.....	16
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	18
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	18
3.2 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	18
3.3 Metode Penarikan Sampel.....	19
3.4 Metode Analisis Data .....	20
3.5 Konsepsi dan Pengukuran Variabel .....	21
<b>IV. GAMBARANUMUM DAERAH PENELITIAN</b> .....	23
4.1 Kondisi geografis dan batas daerah penelitian .....	23
4.2 Penduduk dan Lapangan pekerjaan .....	24
4.3 Keadaan Sarana dan Prasarana .....	25
<b>V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.</b> .....	27
5.1 Identitas Petani.....	27
5.1.1. Umur Petani .....	27
5.1.2 Tingkat Pendidikan Petani .....	28
5.1.3 Pengalaman Berusaha Petani.....	29
5.1.4 Jumlah Anggota Keluarga Petani .....	30
5.1.5 Luas Lahan .....	31
5.2 Identitas Pedagang.....	32
5.3 Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah .....	34

5.4 Analisis Biaya, Dan Marjin Pemasaran Kelapa Sawit .....	36
5.5 Efisiensi Pemasaran .....	39
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>40</b>
6.1 Kesimpulan.....	40
6.2 Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>44</b>



## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Jenis dan Luas Penggunaan Tanah di Desa Bukit Indah 2018 .....	24
2.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Bukit Indah 2018 .....	24
3.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Lapangan Pekerjaan di Desa Bukit Indah Tahun 2018 .....	25
4.	Jenis dan Jumlah sarana Prasarana Di Desa Bukit Indah Tahun 2018 .....	26
5.	Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Umur di Desa Bukit Indah Tahun 2019 .....	27
6.	Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Bukit Indah Tahun 2019 .....	28
7.	Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Pengalaman Bertani di Desa Bukit Indah Tahun 2019 .....	29
8.	Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga di Desa Bukit Indah Tahun 2019 .....	30
9.	Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Banyak Lahan di Desa Bukit Indah Tahun 2019 .....	31
10.	Indentitas Pedagang Berdasarkan Umur Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Pedagang Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah .....	32
11.	Analisis Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran .....	37



## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Skema Alur Pemikiran Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit.....	17
2.	Gambaran Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah Tahun 2019.....	35



## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Daftar Kuisisioner.....	44
2.	Luas Tanam, Produksi dan Produktivitas Tanaman Kelapa Sawit di Provinsi Jambi Tahun 2017.....	46
3.	Luas Tanam, Produksi dan Produktivitas Tanaman Kelapa Sawit Menurut Kecamatan Muara Papalik di Kabupaten Tanjung Jabung Barat Tahun 2017.....	47
4.	Luas Tanam, Produksi dan Produktivitas Tanaman Kelapa Sawit Menurut di Kecamatan Muara Papalik Tahun 2017.....	48
5.	Identitas Petani Sampel Usaha Kelapa Sawit Di Daerah Penelitian.....	49
6.	Identitas Pedagang Kelapa Sawit Di Daerah Desa Bukit Indah.....	50
7.	Harga Jual Petani dan Pedagang Pada Saluran 1 Di Desa Bukit Indah ....	51
8.	Harga Jual Petani dan Pedagang pada saluran 2 Di Desa Bukit Indah.....	52
9.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Desa Bukit Indah.....	53
10.	A. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Kecil Di Desa Bukit Indah Pada Saluran 2.....	54
	B. Biaya Pemasaran Pedagang Besar Di Desa Bukit Indah.....	55
11.	Perhitungan Marjin Pemasaran Kelapa Sawit Dan Bagian Harga Yang Diterima Petani Dan Pedagang Pada Saluran 1 Desa Bukit Indah.....	56
12.	Perhitungan Marjin Pemasaran Kelapa Sawit Dan Bagian Harga Yang Diterima Petani Dan Pedagang Pada Saluran 2 Desa Bukit Indah.....	56
13.	Perhitungan Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah.....	57

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Komoditas kelapa sawit di Indonesia dewasa ini telah menjadi tanaman unggulan dan menjadi komoditi andalan petani karena petani bergantung hidup dari produksi kelapa sawit. Hampir semua negara dewasa ini menggunakan minyak kelapa sawit untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya. Pada tahun 2014 Indonesia sudah mengembangkan 6,3 juta hektar lahan budidaya kelapa sawit dan pada tahun 2015 Indonesia sudah mengembangkan seluas 6,7 juta hektar, hal ini menunjukkan meningkatnya luas tanaman kelapa sawit. (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2017).

Di Provinsi Jambi, rata-rata luas tanam kelapa sawit pada tahun 2017 sebesar 63,173 Ha, dengan produksi sebesar 104.322 ton, dan produktivitas sebesar 1,65 Ton/Ha. (Lampiran 2). Kabupaten Tanjung Jabung Barat merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Jambi yang mempunyai produktivitas tertinggi yaitu sebesar 2,29 Ton/Ha. (Lampiran 2). Luas tanam, produksi dan produktivitas kelapa sawit di Kecamatan Muara Papalik menempati posisi tertinggi di Kabupaten Tanjung Jabung Barat dengan rata-rata luas tanam sebesar 9.938 Ha, rata-rata produksi sebesar 33.669 ton, dan produktivitas sebesar 3,38 Ton/Ha. (Lampiran 3). Sedangkan Desa Bukit Indah memiliki luas tanam kelapa sawit di atas rata-rata luas tanam di Kecamatan Muara Papalik yaitu sebesar 1.225 Ha, dengan produksi sebesar 3.350 ton dan produktivitasnya 2,73 ton/Ha, sedangkan jumlah dan produktivitasnya di bawah rata-rata di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. (Lampiran 4).

Menurut kantor Desa Bukit Indah, terdapat 1.139 orang petani kelapa sawit yang mana, 58 orang dari petani tersebut menjual hasil kelapa sawitnya melalui pedagang pengumpul desa (KUD) Desa Bukit Indah, sedangkan sisanya 1.081 orang petani menjual hasil kelapa sawitnya tidak melalui pedagang pengumpul desa (KUD) Desa Bukit Indah. Mayoritas petani di desa ini belum memperoleh pendapatan yang sesuai dengan yang di harapkan, karena harus melalui rantai tataniaga yang cukup panjang. Adanya rantai pemasaran yang panjang dan selisih harga di tingkat pelaku pemasaran menyebabkan para petani mendapatkan pendapatan yang tidak sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah Kecamatan Muara Papalik Kabupaten Tanjung Jabung Barat”.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka permasalahan yang akan di bahas dalam proposal penelitian ini adalah :

1. Bagaimana saluran pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat ?
2. Berapa besar biaya dan marjin pemasaran pada saluran pemasaran tataniaga kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat ?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
2. Menghitung Biaya dan Marjin pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
3. Menghitung efisiensi pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Untuk mengetahui saluran tataniaga pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat, serta solusi yang dapat di kembangkan agar efisiensi pemasaran kelapa sawit yang berada di daerah dapat di tingkatkan.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian agribisnis pertanian khususnya yang berkaitan dengan efisiensi tataniaga.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan pihak lain dalam upaya untuk membuat kebijakan dalam rangka meningkatkan efisiensi tataniaga pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

## II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

#### 2.1.1 Taksonomi Dan Morfologi Kelapa Sawit

Kelapa sawit termasuk golongan tumbuhan palma yang berasal dari Afrika. Di Indonesia penyebarannya mulai dari daerah Nagro Aceh Darussalam (NAD). Pantai timur Sumatra, Jawa dan Sulawesi. Sawit menjadi populer setelah revolusi industri pada akhir abad ke-19 yang menyebabkan permintaan minyak nabati untuk bahan pangan dan industri sabun menjadi tinggi. Kelapa sawit pertama kali ditanam secara masal pada tahun 1911 di daerah asalnya Afrika Barat. Namun kegagalan penanam membuat perkebunan dipindahkan ke Kongo. Kelapa sawit masuk ke Indonesia pada tahun 1848 sebagai tanaman hias di Kebun Raya Bogor. Dia baru diusahakan sebagai tanaman komersial pada tahun 1912 dan ekspor minyak sawit pertama dilakukan pada tahun 1919 (Sunarko, 2010).

Tanaman kelapa sawit (*Elaeis guineensis jacq*) termasuk tumbuhan kelas *Angiospermae*, ordo *parmales*, famili *Arecaceae* dan genus *Elaeis*. Tanaman ini berasal dari Afrika Barat. Meskipun demikian, ada yang mengatakan bahwa tanaman kelapa sawit berasal dari Amerika Selatan yaitu Brazil karena lebih banyak ditemukan *Spesies* kelapa sawit di hutan Brazil dibanding dengan Afrika (Fauzi, et, al. 2004). Pada kenyataannya, tanaman kelapa sawit justru hidup subur diluar daerah asalnya, seperti Indonesia, Malaysia, Thailand dan Papua Nugini, bahkan mampu memberikan hasil produksi per hektar yang lebih tinggi. Kelapa sawit dapat tumbuh subur baik di daerah tropika basah antara 12<sup>0</sup>LU-

12<sup>0</sup>LS pada suhu optimum sekitar 24<sup>0</sup>-28<sup>0</sup>C dengan curah hujan rata-rata sekitar 2000-2500 mm/tahun (Fauzi, et, al, 2004).

Tanaman kelapa sawit (*palm oil*) termasuk tanaman monokotil yang secara taksonomi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Kingdom	: Plantae
Subkingdom	: Tracheobionta
Ordo	: Palmales
Famili	: Palmae
Subfamili	: Cocoidae
Genus	: <i>Elaeis</i>
Spesies	: <i>Elaeis guineensis Jacq</i>

Berdasarkan ketebalan tempurung kelapa sawit dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu : Dura, Pisifera, dan Tenera. Perbedaan ketebalan daging buah ini menyebabkan perbedaan jumlah rendemen minyak sawit yang dikandungnya. Rendemen minyak yang paling tinggi adalah terdapat pada Tenera yaitu mencapai 28%, sedangkan pada varietas Dura hanya 16-18% (Fauzi, et, al, 2004). Lebih lanjut Fauzi, et, al, 2004 menyatakan bahwa tanaman kelapa sawit merupakan tanaman monokotil, yaitu batangnya tidak mempunyai kambium dan umumnya tidak bercabang. Batang kelapa sawit berbentuk silinder dengan diameter 45-60 cm. Tanaman yang masih muda batangnya tidak terlihat kerana terlindungi oleh pelepah daun, tinggi batang bertambah 35-37 cm/tahun, tetapi jika kondisi lingkungan yang sesuai maka pertambahan tinggi batang dapat mencapai 100 cm/tahun serta tinggi maksimum yang ditanam di perkebunan adalah 15-18 m, akar tanaman kelapa sawit berbentuk akar serabut, tidak berbuku, ujungnya runcing dan berwarna putih atau kekuningan. Perakaran kelapa sawit sangat kuat karena tumbuh kebawah dan ke samping berbentuk akar primer, sekunder, tersier, dan kuarter. Sistem perakaran paling banyak

ditemukan pada kedalaman 0 sampai 20 cm, yaitu pada lapisan olah tanah (*top soil*). Daun kelapa sawit membentuk susunan daun majemuk, bersirip genap dan bertulang sejajar serta membentuk satu pelepah yang panjangnya mencapai 7,5-9 meter. Jumlah daun anak daun pada setiap pelepah berkisar antara 250-400 helai.

Kelapa sawit merupakan tanaman berumah satu (*monocious*), artinya bunga jantan dan bunga betina terdapat dalam satu tanaman dan masing-masing terangkai dalam satu tandan. Rangkaian bunga jantan terpisah dengan bunga betina. Setiap rangkaian bunga muncul dari pangkal pelepah daun. Rangkaian bunga jantan dihasilkan dengan siklus yang berselang seling dengan rangkaian bunga betina, sehingga pembungaan secara bersamaan sangat jarang terjadi. Umumnya di alam hanya terjadi penyerbukan silang, sedangkan penyerbukan sendiri secara buatan dapat dilakukan dengan menggunakan serbuk sari yang diambil dari bunga jantan dan ditaburkan pada bunga betina. Waktu yang dibutuhkan mulai penyerbukan hingga buah matang dan siap panen adalah kurang lebih 5-6 bulan.

Buah kelapa sawit terdiri dari dua bagian utama yaitu bagian pertama adalah *perikarpium* yang terdiri dari *eksokarpium* (kulit buah) dan *mesokarpium* (daging buah berserabut) sedangkan bagian kedua adalah biji, terdiri dari *endokarpium* (tempurung), *endoserm* (karnel) dan embrio. Menurut Yahya, S. (1990), buah sawit yang masih mentah berwarna ungu atau hijau kerana mengandung *Antosianin*, sedangkan *mesokarpium* pada buah yang masak mengandung 45-65% minyak (*Edible*) yang berwarna merah-jingga karena mengandung *Karoten*. Tanaman kelapa sawit rata-rata menghasilkan 20-22

pertahun. Untuk tanaman yang semakin tua produktivitasnya akan menurun menjadi 12-14 tandan pertahun. Pada tahun pertama berat tandan buah sawit berkisar antara 4-8 kg pertandan, tetapi semakin tua berat tandan bertambah yaitu 25-35 kg pertandan. Banyaknya buah yang terdapat pada satu tandan bergantung pada genetis, umur, lingkungan dan teknik budidaya. Jumlah buah pertandan pada tanaman yang cukup tua mencapai 1600 buah, panjang buah antara 2-5 cm dan berat sekitar 20-30 mg perbuah (Fauzi, et, al. 2004).

Benih kelapa sawit akan kehilangan viabilitasnya jika mendapatkan perlakuan suhu 50<sup>0</sup>C dan mati apabila kadar air dibawah 12,5% (Chin dan Robert). Berdasarkan penelitian Ellis, et, al, dalam Bonner (1995) benih kelapa sawit termasuk intermediet (antara sifat rekarsitran dan ortodoks) artinya benih dapat dikeringkan sampai kadar air cukup rendah sehingga mempunyai kualitas seperti ortodoks, tetapi sensitif terhadap suhu rendah..

### **2.1.2 Fungsi Pemasaran**

Pengertian pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.(William J Stanto. 2001).

Menurut Phillip Kotler (2002), pengertian pemasaran ialah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Ada pun fungsi-fungsi pemasaran ialah:

### 1. Fungsi Pertukaran

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

### 2. Fungsi Fisik

Fungsi Fisik adalah tindakan yang langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, bentuk, dan waktu.

### 3. Fungsi Fasilitas

Fungsi Fasilitas adalah kegiatan-kegiatan yang dapat membantu sistem pemasaran agar mampu beroperasi lebih lancar.

Fungsi ini meliputi hal-hal berikut:

- a. Informasi pasar. Pembeli memerlukan informasi mengenai harga dan sumber-sumber penawaran. Informasi pasar ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, baik itu media massa, pemerintahan, perusahaan swasta, maupun lembaga pendidikan.
- b. Penanggungan resiko. Pemilik produk menghadapi resiko sepanjang saluran pemasaran.
- c. Standardisasi dan Grading. Standardisasi memudahkan produk untuk dijual dan dibeli, sedangkan Grading adalah klasifikasi hasil pertanian ke dalam beberapa golongan mutu yang berbeda-beda, masing-masing dengan label dan nama tertentu.

#### 2.1.3 Saluran Dan Marjin Pemasaran

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

Menurut Basu Swasta (1999) saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai kekonsumen atau pemakai industri. Selanjutnya menurut Waren Jkeegen (2003) saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang sampai ketangan konsumen atau pemakaian industri.

Menurut Kotler (2002) definisi saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjajakan produk atau jasa yang siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan suatu unsur yang penting dalam rencana pemasaran suatu perusahaan. Dengan merencanakan rancangan, manajemen, evaluasi dan modifikasi saluran pemasaran, para produsen dapat memastikan bahwa produk mereka tersedia kapan dan dimana pelanggan ingin membelinya. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkain organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran barang dari produsen kepada konsumen.

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

Adapun jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Saluran distribusi langsung. Saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung kerumah konsumen, saluran ini juga bisa diberi istilah saluran nol tingkat (zero stage chanel).
- b. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini bisa disebut dengan saluran satu tingkat (one stage chanel).
- c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjual dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (two stage chanel).
- d. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (three stage chanel).

Saluran pemasaran antara satu dengan bagian lain yang merupakan satu kesatuan yang saling bergantung sehingga membentuk system saluran pemasaran. Saluran pemasaran dalam menyampaikan barang kekonsumennya

itu sebagai agen, bagaimana perantara pemasaran bernegosiasi atas barang milik produsen dengan konsumen. Bagaimana perantara terlibat dalam proses untuk membuat produk atau jasa yang siap untuk dikonsumsi oleh konsumen (Soekartawi,2004).

Adapun lembaga yang terlibat dalam pemasaran adalah sebagai berikut:

a. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah rantai tataniaga atau lembaga akan melakukan penyortiran dan membeli produk dari pedagang pengumpul kelapa sawit yang akan dijual ke pabrik kelapa sawit.

b. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah lembaga atau orang yang menyelenggarakan kegiatan tataniaga hasil produksi.

c. Pabrik Pengolahan Kelapa Sawit

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

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

Margin tataniaga adalah selisih harga yang diterima petani produsen dengan yang dibayarkan oleh konsumen akhir, (Azzaimo. 1982), peningkatan pendapatan

petani tidak ditentukan oleh masalah produsen saja, namun masalah pemasaran juga merupakan bagian yang penting karena pada pemasaran akan menunjukkan Marjin Tataniaga.

Marjin tataniaga seperti yang didefinisikan oleh Wihahjoe (1882), adalah perbedaan harga yang diterima petani produsen untuk suatu produksi dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang dari tangan produsen ke tangan konsumen akhir.

Kohls and Uhls (2002) menyatakan bahwa marjin tataniaga sering dipergunakan sebagai perbedaan antara harga diberbagai tingkat lembaga pemasaran didalam sistem pemasaran.

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

Menurut Sudiyono (2001) marjin pemasaran dapat di artikan sebagai analisis perbedaan harga di tingkat produsen (harga beli) dengan harga di tingkat konsumen akhir (harga jual). Secara matematis marjin pemasaran di rumuskan sebagai berikut:

$$Mi = Psi - Pbi$$

Dimana :

Mi = Marjin pemasaran pasar di tingkat ke-i

Psi = Harga jual pasar di tingkat ke-i

Pbi = Harga beli pasar di tingkat ke-i

Adapun rumus untuk menghitung margin dari setiap lembaga pemasaran yaitu sebagai berikut:

$$Mp = Pr - Pf \text{ atau } Mp = Bp + Kp$$

Dimana :

Mp = Margin Pemasaran

Pr = Harga ditingkat konsumen

Pf = Harga ditingkat produsen

Bp = Biaya Pemasaran

Kp = Keuntungan Pemasaran

#### 2.1.4 Biaya Pemasaran

Nurmala (1995) menyatakan bahwa biaya pemasaran meliputi jumlah biaya yang dikeluarkan mulai dari sentra produksi (petani) sampai konsumen akhir, yang terdiri dari biaya pemasaran ke pasar (biaya pemasaran dan biaya pembelian, biaya angkutan, bongkar muatan, restrebusi, upah tenaga kerja). Biaya pemasaran yang dikeluarkan dan proses pengaliran atau pergerakan komoditi dari petani produsen sampai konsumen akhir, besarnya variasi sesuai dengan jenis komoditi dan saluran pemasaran yang dilalui.

Selanjutnya soekartawi (1987) menyatakan perbedaan besarnya biaya pemasaran pada setiap komoditi pertanian berbeda karena nilai ekonominya dari masing-masing komoditi tersebut juga berbeda. Seiring komoditi pertanian yang nilai ekonomisnya tinggi diikuti dengan biaya pemasaran yang tinggi pula. Makin efektif biaya pemasaran yang dilakukan, maka kecil biaya tenaga kerja yang dikeluarkan. Secara umum besarnya biaya pemasaran dipengaruhi oleh :

- a. Macam komoditi
- b. Lokasi pemasaran (jauh atau dekatnya komoditi tersebut di pasarkan)
- c. Macam lembaga dan tenaga yang terlibat

- d. Perlakuan tukang, komoditi yang dipasangkan (seperti : sortasi, granding dan lain-lain).

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

$$B = B1 + B2 + Bn$$

Dimana :

B : Biaya Total

B1, B2, Bn : Biaya

### 2.1.5 Efisiensi Pemasaran

Konsep efisiensi pemasaran pada dasarnya adalah suatu ukuran relatif. Efisiensi pemasaran adalah bentuk awal dari bekerjanya pasar persaingan sempurna, yang artinya sistem tersebut memberikan 'kepuasan' bagi lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat (Soekartawi, 2003). Efisiensi pemasaran dapat dibedakan atas efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis.

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

Efisiensi pemasaran operasional dapat didekati dengan biaya tataniaga dan margin pemasaran sedangkan efisiensi harga diukur melalui keterpaduan pasar. Dalam kajian ini, efisiensi pemasaran cenderung menggunakan batasan efisiensi operasional yang didekati dengan biaya pemasaran dan margin pemasaran.

Secara umum, margin pemasaran adalah perbedaan harga suatu barang yang diterima produsen dengan harga yang dibayar konsumen. Untuk melihat efisiensi pemasaran melalui analisis margin dapat digunakan sebaran rasio margin keuntungan atau rasio profit margin (RPM) pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran. Rasio margin keuntungan adalah perbandingan antar tingkat keuntungan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran yang bersangkutan.

Menurut Soekartawi (2003) adapun untuk menghitung efisiensi saluran pemasaran sebagai berikut:

$$Efisiensi = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Akhir Produk}} \times 100\%$$

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian Muhammad Romadon (2014) dengan judul “Analisis Efisiensi Tataniaga Kelapa Sawit Tandan Buah Segar Di Desa Prapat Janji Kecamatan Buntu Pane Kabupaten Asahan”, diketahui bahwa terdapat 2 saluran pemasaran kelapa sawit yaitu saluran 1 adalah petani kelapa sawit – pedagang kecil – pedagang besar – pabrik kelapa sawit (PKS). Sedangkan disaluran pemasaran yang ke 2 adalah petani kelapa sawit – pedagang besar – pabrik kelapa sawit (PKS), dari ke 2 saluran pemasaran tersebut bahwa saluran pemasaran yang efisien terdapat pada saluran ke 2 yaitu petani kelapa sawit – pedagang besar – pabrik kelapa sawit (PKS).

Berdasarkan hasil penelitian Ardiansyah Pratam (2015) dengan judul “Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya Di Desa Simpang kelayang Kecamatan Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu” diketahui bahwa pada penelitian tersebut terdapat 1 saluran

pemasaran kelapa sawit yaitu saluran 1 yaitu petani ke pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul ke pabrik kelapa sawit (PKS).

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

### **2.3 Kerangka Pemikiran Operasional**

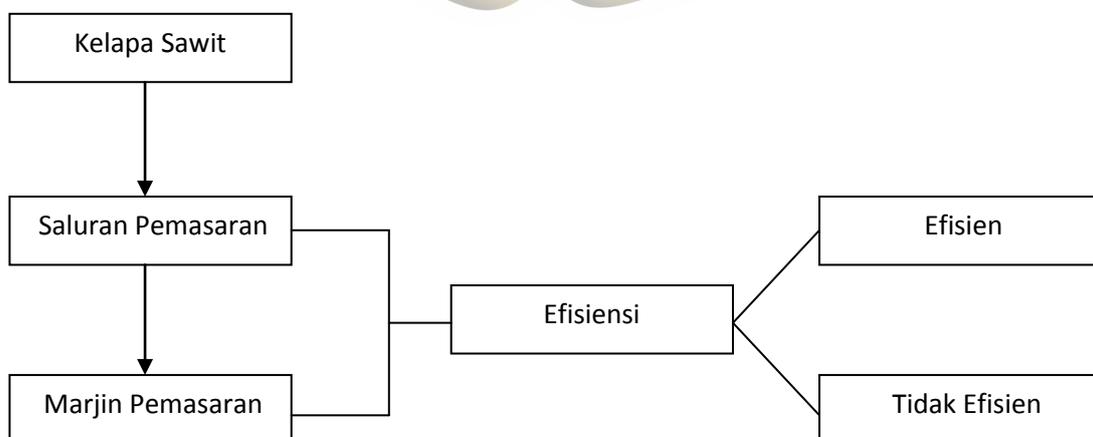
Pemasaran kelapa sawit adalah suatu kegiatan untuk memasarkan tandan buah segar (TBS) melalui alur pemasaran. Mubyarto (1995), menyatakan tataniaga sama pentingnya dengan produksi bagi petani. Tanpa bantuan sistem tataniaga, petani akan rugi karena barang-barang hasil produksinya tidak dapat

dijual. Untuk itu budidaya dan tataniaga harus ditangani secara bersama-sama karena peningkatan produksi tidak akan berarti tanpa dilengkapi tataniaga.

Banyaknya lembaga tataniaga yang terlibat dalam tataniaga petani kelapa sawit menyebabkan harga yang didapat oleh petani kelapa sawit menjadi kecil dan harga yang didapatkan oleh konsumen akhir menjadi besar. Hal ini disebabkan karena dalam memasarkan kelapa sawit ini setiap lembaga tataniaga mengeluarkan biaya-biaya tataniaga pada setiap tingkatan. Biaya-biaya tataniaga yang dikeluarkan oleh setiap lembaga tataniaga seperti biaya sortasi, transportasi (pengangkutan), penyusutan dan biaya tataniaga lainnya.

Panjang pendeknya saluran tataniaga akan mempengaruhi tinggi rendahnya marjin tataniaga. Semakin panjang saluran tataniaga akan semakin banyak lembaga tataniaga yang terlibat dan mengambil keuntungan dan fungsi tataniaga yang dilakukannya. Hal ini menyebabkan semakin besar marjin tataniaganya. Besar marjin ini akhirnya dapat menaikkan harga yang diterima konsumen. Dengan demikian saluran tataniaga semakin tidak efisien.

Berdasarkan hal tersebut maka bagan kerangka pemikiran dalam penelitian ini bisa dilihat secara lengkap pada Gambar 1



Gambar 1. Skema Alur Pemikiran Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit

### III METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Lokasi ini ditentukan secara *purposive* (sengaja). Dipilihnya lokasi Desa Bukit Indah ini sebagai lokasi penelitian karena daerah tersebut merupakan salah satu daerah penghasil untuk tanaman kelapa sawit, dimana daerah ini mempunyai luas lahan yang menempati urutan kedua pada Kecamatan Muara Papalik (Lampiran 4).

Batasan lingkup dari penelitian ini adalah efisiensi pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat yang dilihat dari aspek saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran. Adapun data yang diambil dalam penelitian ini antara lain identitas responden, saluran pemasaran, harga pada tingkat produsen dan lembaga pemasaran konsumen akhir. Penelitian ini di laksanakan pada bulan Mei 2019.

#### 3.2 Jenis, Sumber Dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data pada penelitian ini berdasarkan waktunya adalah menggunakan data *cross section* dengan skala ukur rasio. Data pada penelitian ini berupa data primer dan sekunder, dimana data primer merupakan data yang di peroleh berdasarkan pengisian kuisisioner (angket) terhadap orang-orang yang terlibat atau lembaga dalam penelitian ini, sedangkan data sekunder adalah data yang di peroleh dari instansi-instansi yang terkait: Dinas Perkebunan Jambi, Badan Pusat Statistik (BPS), Kantor

Kepala Desa Bukit Indah, dan penelitian terdahulu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang mengambil sampel dari beberapa populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat bantu pengumpul data yang pokok primer (Sugiono, 2011).

### 3.3 Metode Penarikan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2009). Jumlah populasi petani kelapa sawit sebanyak 1139 orang. Karena populasi bersifat homogen maka sampel tersebut sudah dapat mewakili populasinya.

Untuk mengetahui ukuran sampel dapat diketahui dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2003).

$$\text{Rumus Slovin } n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Kesalahan pengambilan sampel 15%

$$n = \frac{1139}{1 + 1139(0,15^2)}$$

$$n = \frac{1139}{26,6275} = 42,77 \approx 43$$

Dengan tingkat kesalahan 15%, maka hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin tersebut didapat sampel sebanyak 43 orang dari jumlah populasi 1139 orang.

Sedangkan untuk mendapatkan ukuran sampel dari pedagang digunakan metode *Snowball sampling* atau sampling bola salju. Pada teknik *sampling* ini, sampel yang semula berjumlah kecil kemudian anggota sampel (responden) mengajak para sahabatnya atau menunjukkan orang lain yang menurutnya memiliki informasi yang dibutuhkan untuk dijadikan sampel dan seterusnya sehingga jumlah sampel semakin banyak jumlahnya seperti bola salju yang sedang menggelinding semakin jauh semakin besar (Ali M, 2013). Berdasarkan uraian di atas maka sampel yang telah di dapat, diambil secara *sensus* atau keseluruhan untuk mendapatkan informasi yang valid karena diasumsikan jumlah sampel kecil.

### 3.4 Metode Analisis Data

Data dan informasi yang dikumpulkan dari penelitian di sederhanakan dengan melakukan tabulasi dan persentase, data dianalisis secara deskriptif, kuantitatif dan kualitatif untuk menjawab tujuan penelitian. Untuk menjawab tujuan penelitian tentang bentuk saluran pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah di analisis secara deskripsi. Untuk menghitung biaya pemasaran dan margin pemasaran kelapa sawit (Sudiono, 2001), digunakan rumus sebagai berikut :

$$B = B_1 + B_2 + B_n$$

Dimana :

B : Biaya Total (Rp/Kg)

B<sub>1</sub>,B<sub>2</sub>,B<sub>n</sub> : Biaya (Rp/Kg)

$$M_p = P_r - P_f \text{ atau } M_p = B_p + K_p$$

Dimana :

M<sub>p</sub> = Margin pemasaran (Rp/Kg)

P<sub>r</sub> = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

P<sub>f</sub> = Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

B<sub>p</sub> = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

K<sub>p</sub> = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

Menurut Soekartawi (2003) adapun untuk menghitung efisiensi saluran pemasaran di daerah penelitian sebai berikut:

$$Efisiensi = \frac{Biaya Pemasaran}{Nilai Akhir Produk} \times 100\%$$

Dari perhitungan dengan menggunakan analisis tabulasi sederhana tersebut dapat diketahui efisiensi pemasaran, maka dapat disimpulkan bahwa apabila efisiensi saluran pemasaran  $\leq 50\%$  maka saluran pemasaran efisien, jika efisiensi saluran pemasaran  $> 50\%$  maka saluran pemasaran tidak efisien.

### 3.5 Konsep Dan Pengukuran Variabel

1. Responden adalah petani kelapa sawit dan lembaga tataniaga yang terlibat dalam pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat (RTP).
2. Lembaga tataniaga adalah pedagang atau orang yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran hasil produksi tanaman kelapa sawit dari petani ke konsumen.
3. Saluran Pemasaran adalah saluran yang dilewati pada proses pemasaran kelapa sawit mulai dari petani kelapa sawit sampai ke konsumen akhir.
4. Efisiensi Pemasaran adalah kondisi pemasaran dimana pengusaha dapat berkerja atas dasar biaya input yang rendah tanpa mengurangi kepuasan konsumen di ukur dari perbandingan biaya pemasaran masing-masing saluran pemasaran dengan nilai akhir produk dikali 100% (%).

5. Harga jual adalah nilai penjualan kelapa sawit yang diukur dengan satuan Rp/Kg.
6. Harga beli adalah nilai pembelian kelapa sawit yang diukur dengan satuan Rp/Kg.
7. Marjin tataniaga adalah selisih antara harga tingkat konsumen dengan harga ditingkat produsen atau keuntungan ditambah biaya dalam tataniaga (RP/kg).
8. Biaya tataniaga adalah biaya total yang dikeluarkan untuk memasarkan produksi kelapa sawit dari produsen sampai ke konsumen (Rp/kg).



## IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1 Kondisi Geografis dan Batas Daerah Penelitian

Desa Bukit Indah terletak di Kecamatan Muara Papalik Provinsi Jambi berjarak 8 km dari Ibu Kota Kecamatan, 124 km dari Ibu Kota Kabupaten dan 100 km dari Ibu Kota Provinsi. Dengan luas wilayah 1.420 Ha, sebagaimana halnya dengan desa lainnya yang terdapat di wilayah Kecamatan Muara Papalik, Desa Bukit Indah merupakan daerah dataran tinggi dengan ketinggian 0 – 200 m di atas permukaan laut. Batas-batas Wilayah Desa Bukit Indah adalah sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Sungai Muluk
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Wirakarya Sakti
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Intan Jaya
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Kemang Manis

Dari luas wilayah Desa Bukit Indah 1.420 Ha, dimana seluas 1.225 Ha digunakan sebagai lahan perkebunan, 118 Ha digunakan sebagai lahan pertanian, 77 Ha digunakan sebagai permukiman dan lahan lainnya. Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa penggunaan tanah di wilayah Desa Bukit Indah lebih besar digunakan untuk lahan perkebunan dengan presentase 86,27%, untuk lahan pertanian 8,31%, untuk lahan permukiman dan lainnya 5,42%.

Untuk lebih jelasnya mengenai penggunaan tanah di Desa Bukit Indah Kecamatan Muara Papalik Kabupaten Tanjung Jabung Barat dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Jenis dan Luas Penggunaan Tanah di Desa Bukit Indah 2018

No	Jenis Penggunaan Tanah	Luas Penggunaan Tanah (Ha)	Persentase (%)
1	Pertanian	118	8,31
2	Perkebunan	1.225	86,27
3	Permukiman dan lainnya	77	5,42
	Jumlah	1.420	100

Sumber : Kantor Desa Bukit Indah, Tahun 2019

#### 4.2 Penduduk dan Lapangan Pekerjaan

Sebagaimana kita ketahui, penduduk merupakan potensi yang sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Hal ini dikarenakan penduduk sebagai sumber daya manusia yang diharapkan akan mampu mengelola sumber daya alam yang ada di daerah tersebut, khususnya sumber daya alam yang terdapat di Desa Bukit Indah. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur di Desa Bukit Indah Kecamatan Muara Papalik Kabupaten Tanjung Jabung Barat dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Bukit Indah Tahun 2018

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 – 19	855	36,98
2	20 – 60	1.239	53,59
3	≥61	218	9,43
		2.312	100

Sumber : Kantor Desa Bukit Indah, tahun 2019

Berdasarkan Tabel 2 tersebut, menunjukkan bahwa kelompok umur yang yang terbesar berada pada kelompok 20 – 60 tahun sebanyak 1.239 jiwa atau 53,59% persen, sementara kelompok umur terkecil berada pada kelompok umur  $\geq 61$  tahun yaitu sebanyak 218 jiwa atau 9,43% persen.

Desa Bukit Indah memiliki jumlah penduduk sebanyak 2.312 jiwa, rata-rata berlapangan pekerjaan utamanya sebagian besar adalah petani baik petani pemilik

ataupun petani penggarap, sementara itu sisanya berlapangan pekerjaan sebagai wiraswata, karyawan pengrajin, wirausaha dan lainnya. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penduduk di Desa Bukit Indah berdasarkan lapangan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

**Tabel 3.** Jumlah Penduduk Berdasarkan Lapangan Pekerjaan di Desa Bukit Indah, Tahun 2018

No	Lapangan Pekerjaan Utama	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pertanian, Kehutanan, Perkebunan, Perikanan dan Perteenakan	1.328	57,44
2	Perdagangan Besar, Eceran dan Rumah Makan	27	1,16
3	Listrik, Air dan Gas	38	1,64
4	Penggalian, Listrik & Gas, Bangunan, Angkutan, Pergudangan, Keuangan, Asuransi, Bengkel, Usaha Persewaan Bangunan & Tanah, dan Jasa Perusahaan	64	2,77
5	Dan Lain-lain	855	36,98
Jumlah / Total		2.312	100

Sumber : Kantor Desa Bukit Indah, Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 3 tersebut, menunjukkan bahwa lapangan pekerjaan penduduk yang terbesar di Desa Bukit Indah adalah pertanian, kehutanan, perkebunan, perikanan dan perternakan yaitu 1.328 jiwa atau 57,44%. Sementara itu untuk lapangan pekerjaan terkecil adalah perdagangan besar, eceran dan rumah makan yaitu sebanyak 27 jiwa atau 1,16%.

#### 4.3 Keadaan Sarana dan Prasarana

Desa Bukit Indah merupakan salah satu dari desa yang ada di Kecamatan Muara Papalik dimana Kantor Kecamatan berada di Desa Kelurahan Rantau Badak Lamo, adapun transportasi yang diperlukan untuk akses keluar masuk Desa tersebut cukup lancar. Untuk mencapai Desa Bukit Indah tersebut dapat menggunakan kendaraan bermotor roda dua dan roda empat, selain itu juga menggunakan jasa kendaraan umum yang ada sebagai alat transportasi. Sarana pendidikan yang ada di

Desa Bukit Indah terdiri dari 1 Paud, 1 Taman Kanak-kanak, 1 SD, 1 SMP, 1 Madrasah. Sarana peribadatan yang ada di Desa Bukit Indah terdiri dari 2 Masjid dan 3 Mushola. Fasilitas Kesehatan yang ada di Desa Bukit Indah terdiri dari 1 Puskesmas dan 3 Rumah Bidan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Jenis dan Jumlah Sarana Prasarana Di Desa Bukit Indah Tahun 2018

No	Uraian	Jumlah (unit)	Persentase (%)
1	Sekolah Paud	1	7,14
2	Taman Kanak-kanak	1	7,14
3	SD	1	7,14
4	SMP	1	7,14
5	Madrasah	1	7,14
6	Masjid	2	14,30
7	Mushola	3	21,43
8	Puskesmas	1	7,14
9	Rumah Bidan	3	21,43
	Jumlah	14	100

Sumber : Kantor Desa Bukit Indah, Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 4 tersebut menunjukkan bahwa sarana prasarana yang terbanyak di Desa Bukit Indah adalah Mushola dan Rumah Bidan yaitu masing-masing sebanyak 3 unit atau 21,43%. Sementara yang sedikit adalah Sekolah Paud, Taman Kanak-kanak, SD, SMP, Madrasah, dan Puskesmas yaitu masing-masing sebanyak 1 unit atau 7,14%.

## V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Identitas Petani

#### 5.1.1 Umur Petani

Umur petani merupakan faktor yang penting dalam proses usaha kelapa sawit. Produktivitas kerja sangat dipengaruhi oleh umur petani kelapa sawit. Pada usia produktif produktivitas kerjanya akan lebih cepat dibandingkan dengan usia non produktif (Suharjo dan Potong, 1973).

Di Desa Bukit Indah umur petani berkisar antara 29 sampai 67 tahun dengan rata-rata umur 46 Tahun (Lampiran 5). Untuk lebih jelasnya distribusi frekuensi petani berdasarkan umur dapat di lihat pada Tabel 5 berikut.

**Tabel 5.** Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Umur di Desa Bukit Indah Tahun 2019.

No	Distribusi Kelompok Umur (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	29 – 35	9	20,93
2	36 – 42	9	20,93
3	43 – 49	12	27,91
4	50 – 56	3	6,98
5	57 – 63	6	13,95
6	64 – 70	4	9,30
<b>Jumlah</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer di olah, Tahun 2019

Tabel 5 diatas memperlihatkan bahwa umur petani pada Desa Bukit Indah yang terbanyak berada pada distribusi kelompok umur 43 – 49 tahun dengan frekuensi sebanyak 12 orang atau sebesar (27,91%), sedangkan yang terkecil berada pada distribusi kelompok umur 50 – 56 dengan frekuensi sebanyak 3 orang atau sebesar (6,98%). Dapat disimpulkan bahwa masyarakat petani pada Desa Bukit Indah berada pada kelompok umur produktif, hal ini dinyatakan sesuai dengan pendapat Tohir (1983), bahwa kelompok umur produktif berada pada jenjang 15 – 55 tahun.

### 5.1.2 Tingkat Pendidikan Petani

Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengetahui kualitas sumber daya manusia adalah tingkat pendidikan penduduk, sesuai dengan pendapat Sumardi, et al (1997), kemajuan suatu wilayah ditentukan beberapa faktor penting yang mencakup kualitas sumber daya manusia.

Pada Desa Bukit Indah tingkat pendidikan petani dengan tingkat pendidikan yang paling rendah adalah SD dan paling tinggi SMA/SMK (lampiran 5). Untuk lebih jelasnya distribusi frekuensi petani berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

**Tabel 6.** Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Bukit Indah, Tahun 2019

No	Distribusi Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Peresentase (%)
1	SD	18	41,86
2	SMP	15	34,88
3	SMA/SMK	10	23,26
	<b>Jumlah</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer di olah, Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 6 diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar tingkat pendidikan petani di Desa Bukit Indah adalah berpendidikan SD dengan jumlah frekuensi sebanyak 18 orang atau sebesar (41,86%), sedangkan paling sedikit adalah berpendidikan SMA/SMK yaitu sebanyak 10 orang atau (23,26%) . Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani di Desa Bukit Indah masih relatif rendah.

Rendahnya tingkat pendidikan petani akan berpengaruh terhadap perencanaan dalam pengolahan usahataniya, hal ini akan mempengaruhi tingkat produksi yang dihasilkan petani tersebut. Soeharjo dan Patong (1993) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan petani maka kemampuan petani untuk meningkatkan pengelolaan usahataniya akan lebih baik terutama dari segi teknologi baru, pemahaman budidaya dan pemasaran. Untuk mengatasi

keadaan demikian, maka petani tersebut juga akan memperoleh pendidikan non formal seperti pelatihan atau penyuluhan.

### 5.1.3 Pengalaman Bertani Petani

Pengalaman petani kelapa sawit mempengaruhi terhadap tingkat pengelolaan lahan yang dilakukannya, petani mempunyai cara-cara tersendiri dalam melakukan usahanya. Pengalaman bertani petani di daerah penelitian berkisar antara 3 – 12 tahun dengan rata-rata pengalaman bertani 7 tahun (Lampiran 5). Untuk lebih jelasnya distribusi frekuensi petani berdasarkan pengalaman berusaha dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

**Tabel 7.** Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Pengalaman Bertani di Desa Bukit Indah Tahun 2019

No	Distribusi Pengalaman Bertani (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	3 – 4	9	20,93
2	5 – 6	8	18,60
3	7 – 8	10	23,26
4	9 – 10	13	30,23
5	11 – 12	3	6,98
6	13 – 14	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer di olah Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 7 diatas memperlihatkan bahwa pengalaman petani dalam melakukan kegiatan bertani kelapa sawit sudah cukup lama dan berpengalaman. Dimana pengalaman petani terbanyak pada kelompok distribusi bertani 9 – 10 tahun dengan frekuensi sebanyak 13 orang atau sebesar (30,23%), sedangkan yang sedikit berada pada kelompok distribusi 11 – 12 tahun dengan frekuensi sebanyak 3 orang atau (6,98%).

### 5.1.4 Jumlah Anggota Keluarga Petani

Jumlah tanggungan keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan bertani, semakin banyak jumlah tanggungan keluarga semakin banyak kebutuhan yang akan dipenuhi oleh petani. Tanggungan keluarga terdiri dari istri, anak serta anggota keluarga lain yang tinggal bersama dalam keluarga sekaligus menjadi tanggung jawab kepala

keluarga. Jumlah anggota keluarga berkisar antara 3 – 7 orang dengan rata-rata 4 orang (Lampiran 5). Untuk lebih jelasnya distribusi frekuensi petani berdasarkan jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada Tabel 8 berikut.

**Tabel 8.** Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga di Desa Bukit Indah Tahun 2019.

No	Distribusi Jumlah Anggota Keluarga (Orang)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	3	15	34,89
2	4	15	34,89
3	5	8	18,60
4	6	4	9,30
5	7	1	2,32
6	8	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer di olah Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 8 diatas memperlihatkan bahwa jumlah anggota keluarga petani terbanyak adalah pada kelompok distribusi jumlah anggota keluarga 3 dan 4 orang dengan frekuensi masing-masing 15 orang atau sebesar (34,89%), sedangkan yang sedikit berada pada kelompok distribusi 7 orang dengan jumlah frekuensi 1 orang atau sebesar (2,32%). Dengan banyaknya jumlah anggota keluarga petani dapat mengurangi tenaga kerja luar dalam melakukan bertani kelapa sawit, namun semakin banyak anggota keluarga petani maka semakin besar pula tanggungan dalam keluarga petani tersebut.

### 5.1.5 Luas Lahan Petani

Lahan merupakan media perkebunan yang diolah petani untuk kegiatan usaha tani kelapa sawit di daerah Desa Bukit Indah, luas lahan mempengaruhi banyaknya produksi kelapa sawit. Luas lahan yang dimiliki petani berkisar antara 2 – 18 Ha dengan rata-rata 6 Ha (Lampiran 5). Untuk lebih jelasnya distribusi frekuensi petani berdasarkan luas lahan yang dimiliki petani dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

**Tabel 9.** Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Banyak Lahan di Desa Bukit Indah Tahun 2019

No	Distribusi Luas Lahan (Ha)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	2 – 4	23	53,49
2	5 – 7	13	30,23
3	8 – 10	4	9,30
4	11 – 13	0	0
5	14 – 16	1	2,33
6	17 – 19	2	4,65
	Jumlah	43	100

Sumber : Data Primer di olah, Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 9 diatas memperlihatkan bahwa petani terbanyak dengan jumlah kepemilikan luas lahan terdapat pada kelompok distribusi luas lahan 2 – 4 Ha dengan frekuensi sebanyak 23 orang atau sebesar (53,49%), sedangkan yang sedikit pada kelompok 14 – 16 Ha dengan frekuensi sebanyak 1 orang atau (2,33%).

## 5.2 Identitas Pedagang

Hasil penelitian menyatakan bahwa pedagang perantara yang dijadikan responden di Desa Bukit Indah terdiri dari 1 Pedagang Pengumpul Unit Desa (KUD), 2 Pedagang Pengumpul Besar (PPB), dan 7 Pedagang Pengumpul Kecil (PPK), dimana umur pedagang berkisar antara 41 – 69 tahun dengan rata-rata 53 tahun, dimana dengan tingkat pendidikan terakhir pedagang paling sedikit adalah tingkat SMP dan SMA sedangkan tingkat pendidikan terakhir paling banyak adalah tingkat SD, dengan pengalaman berdagang di Desa Bukit Indah 3 – 11 tahun dengan rata-rata pengalaman berdagang 6 tahun, dan tanggungan jumlah keluarga berkisar 4 – 6 orang dengan rata-rata 5 orang (Lampiran 6). Untuk lebih jelasnya mengenai identitas pedagang dapat dilihat pada Tabel 10.

Berdasarkan Tabel 10 untuk Pedagang Pengumpul Desa (KUD) terlihat sebagian besar berada pada kelompok Umur 65 – 72 tahun yaitu sebanyak 1 orang atau (10%). Untuk Pedagang Pengumpul Besar terdapat 2 orang yaitu pada umur 65 – 72 tahun atau (20%) dengan. Pedagang Pengumpul Kecil berjumlah 7 orang terbagi pada umur 41 – 48 tahun terdapat 5 orang (50%),

dan kelompok umur 49 – 56 tahun terdapat 2 orang atau (20%) . Pada kelompok umur 41 – 48 tahun adalah persentase yang tertinggi dengan jumlah 5 orang atau (50%), dan terendah pada kelompok umur 65 – 72 terdapat 1 orang atau (10%).

Pendidikan terdapat SD, SMP, dan SMA. Pedagang Pengumpul Desa (KUD) pendidikan SD 1 orang. Pedagang Pengumpul Besar Pendidikan SMP 2 orang (20%). Pedagang Pengumpul Kecil Pendidikan SD 3 orang (30%), Pendidikan SMP 1 orang (10%), dan Pendidikan SMA 3 orang (30%) . Pada Pendidikan terbanyak yaitu berada pada SD yaitu 4 orang (40%), dan Pendidikan terkecil berada pada SMP dan SMA yaitu 3 orang (30%).

Pengalaman Pedagang Pengumpul Desa (KUD) pada kelompok pengalaman 9 – 11 tahun yaitu 1 orang (10%). Pada Pedagang Pengumpul Besar kelompok pengalaman 6 – 8 tahun yaitu 1 orang (10%), dan kelompok pengalaman 9 – 11 tahun yaitu 1 orang (10%). Pada Pedagang Kecil kelompok pengalaman 3 – 5 tahun yaitu 6 orang (60%), dan kelompok pengalaman 6 – 8 tahun yaitu 1 orang (10%). Pada jumlah tertinggi pada pengalaman 3 – 5 tahun yaitu 6 orang (60%), dan jumlah terendah pada pengalaman 6 – 8 tahun yaitu 2 orang (20%) dan pada pengalaman 9 – 11 tahun yaitu 2 orang (20%).

Anggota Rumah Tangga (ART) pada Pedagang Pengumpul Desa (KUD) pada kelompok Anggota Rumah Tangga 4 orang yaitu 1 orang (10%). Pada Pedagang Pengumpul Besar pada kelompok Anggota Rumah Tangga 4 orang yaitu 1 orang (10%), dan pada kelompok Anggota Rumah Tangga 5 orang yaitu 1 orang (10%). Pada Pedagang Pengumpul Kecil pada kelompok Anggota Rumah Tangga 4 orang yaitu 2 orang (20%), pada kelompok Anggota Rumah Tangga 5 orang yaitu 4 orang (40%), dan pada kelompok Anggota Rumah Tangga 6 orang yaitu 1 orang (10%). Pada kelompok Anggota Rumah Tangga tertinggi pada 5 orang yaitu sebanyak 5 orang

(50%), dan pada kelompok Anggota Rumah Tangga terendah pada 6 orang yaitu sebanyak 1 orang (10%).

**Tabel 10.** Distribusi Pedagang Berdasarkan Umur Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Pedagang Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah

Identitas Pedagang		Jenis Pedagang						Jumlah (orang)	Persentase (%)
No	Umur (tahun)	PPD (KUD)		PPB		PPK			
		Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)		
1	41 – 48	-	-	-	-	5	50	5	50
2	49 – 56	-	-	-	-	2	20	2	20
3	57 – 64	-	-	-	-	-	-	-	-
4	65 – 72	1	10	2	20	-	-	3	30
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)						
1	SD	1	10	-	-	3	30	4	40
2	SMP	-	-	2	20	1	10	3	30
3	SMA	-	-	-	-	3	30	3	30
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
No	Pengalaman (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)						
1	3 – 5	-	-	-	-	6	60	6	60
2	6 – 8	-	-	1	10	1	10	2	20
3	9 – 11	1	10	1	10	-	-	2	20
4	12 – 14	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
No	ART (orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)						
1	4	1	10	1	10	2	20	4	40
2	5	-	-	1	10	4	40	5	50
3	6	-	-	-	-	1	10	1	10
4	7	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

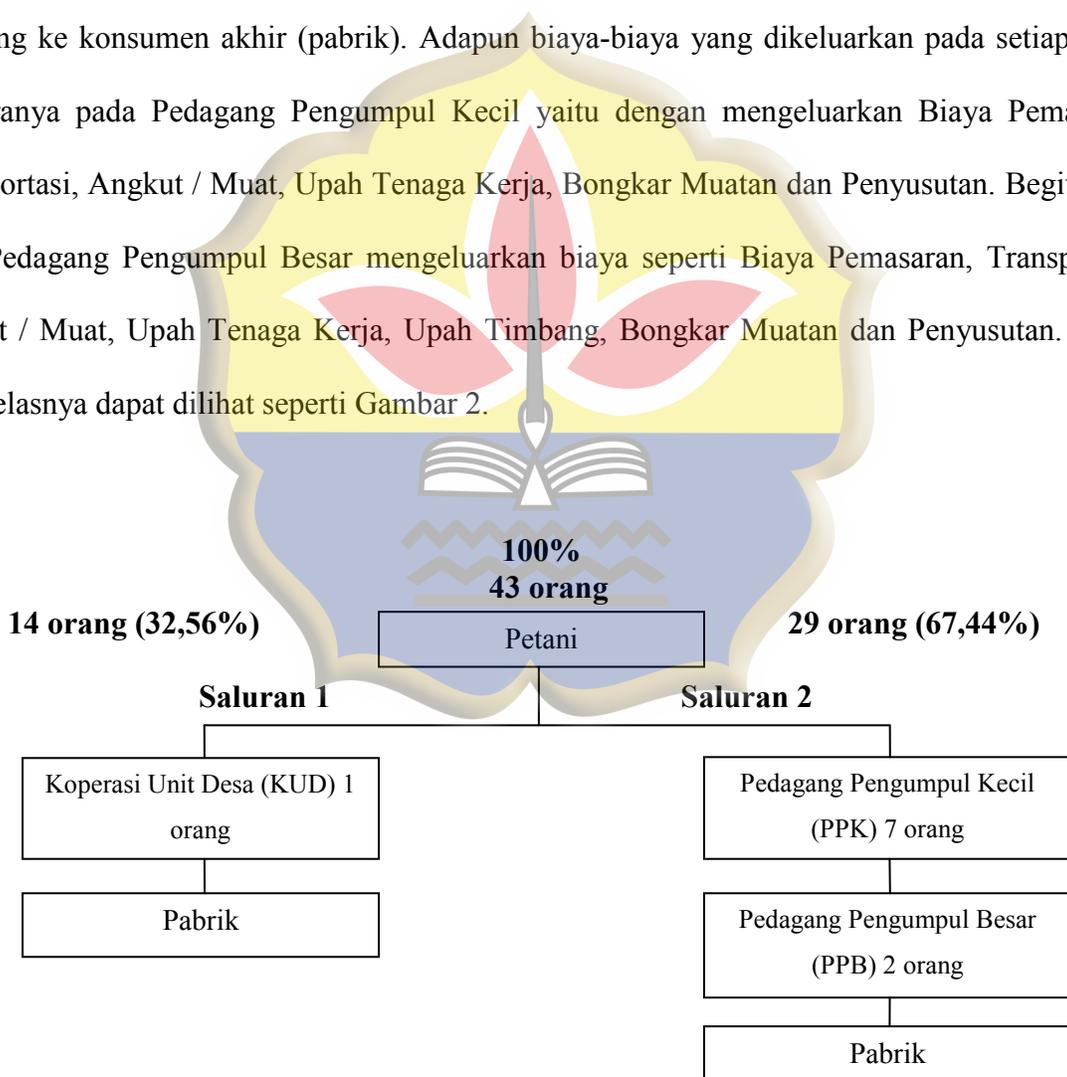
Sumber : Data Primer di olah Tahun 2019

Ket : KUD = Pedagang Pengumpul Desa  
 PPB = Pedagang Pengumpul Besar  
 PPK = Pedagang Pengumpul Kecil

### 5.3 Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah

Kelapa sawit merupakan salah satu komoditi perkebunan yang mempunyai prospek yang cukup cerah di kembangkan dan di budidayakan lebih luas lagi. Dalam pemasarannya mempunyai saluran yang cukup panjang. pada saluran 1 hanya terdapat 1 rantai perdagangan yaitu dimana dari petani rantai tersebut hanya melalui Pedagang Pengumpul Desa (KUD) dari

petani dan kemudian langsung dibawa ke konsumen akhir (pabrik), yang mana pada saluran ini terdapat biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang dimana biaya tersebut terdiri dari Biaya Pemasaran, Transportasi, KAS Desa, Upah Timbang, Perbaikan Jalan, Angkut / Muat, Bongkar Muatan, dan Penyusutan. Sedangkan pada saluran 2 terdapat rantai perdagangan yang panjang yaitu melalui dari Pedagang Pengumpul Kecil yaitu terdiri dari 7 orang Pedagang Kecil dan nantinya dari Pedagang Pengumpul Kecil tersebut kemudian menjual ke Pedagang Pengumpul Besar terdapat 2 orang Pedagang, dan Pedagang Pengumpul Besar akan dibawa langsung ke konsumen akhir (pabrik). Adapun biaya-biaya yang dikeluarkan pada setiap rantai diantaranya pada Pedagang Pengumpul Kecil yaitu dengan mengeluarkan Biaya Pemasaran, Transportasi, Angkut / Muat, Upah Tenaga Kerja, Bongkar Muatan dan Penyusutan. Begitu pula pada Pedagang Pengumpul Besar mengeluarkan biaya seperti Biaya Pemasaran, Transportasi, Angkut / Muat, Upah Tenaga Kerja, Upah Timbang, Bongkar Muatan dan Penyusutan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat seperti Gambar 2.



**Gambar 2.** Gambaran Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah Tahun 2019

Berdasarkan Gambar 2 terlihat bahwa dari 43 orang petani dimana 14 orang (32,56%) menggunakan saluran 1. Pada saluran 1 dalam menjual kelapa sawit yaitu petani menjual kepada Pedagang Pengumpul Desa (KUD) yang bertempat tinggal di Desa Bukit Indah dengan harga rata-rata Rp 1.164/kg, dan selanjutnya Koperasi Unit Desa menjual ke pabrik dengan harga rata-rata Rp 1.500/kg, dimana pabrik ini sebagai konsumen akhir. (Lampiran 7).

Selanjutnya terdapat sebanyak 29 orang (67,44%) petani menggunakan saluran 2. Dalam menjual kelapa sawit yaitu petani menjual kepada Pedagang Pengumpul Kecil dengan harga rata-rata Rp 1.050/kg, selanjutnya Pedagang Pengumpul Kecil menjual ke Pedagang Pengumpul Besar dengan harga rata-rata Rp 1.185/kg, dan Pedagang Pengumpul Besar menjual ke Pabrik dengan harga rata-rata Rp 1.475/kg, dimana pabrik sebagai konsumen akhir. (Lampiran 8).

Rata-rata harga di konsumen akhir pada saluran 1 lebih tinggi dibandingkan dengan saluran 2 yaitu dimana pada saluran 1 harganya sebesar Rp 1.500/kg, sedangkan pada saluran 2 harganya sebesar Rp 1.475/kg. Dalam setiap harga jual petani atau harga beli dari Pedagang Pengumpul Desa (KUD) maupun dari Pedagang Pengumpul Kecil dan Pedagang Pengumpul Besar memiliki variasi harga yang berbeda, dimana penyebab variasinya adalah dari kualitas kelapa sawit yang dihasilkan.

#### **5.4 Analisis Biaya dan Marjin Pemasaran Kelapa Sawit**

Biaya adalah pengorbanan yang perlu dikeluarkan dalam proses mengalirnya produk dari titik produksi (tangan produsen) ke titik konsumsi (tangan konsumen akhir). Marjin pemasaran sering digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Besarnya marjin tergantung pada panjang atau pendek rantai pemasaran dan aktifitas-aktifitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tersebut.

Marjin adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.

Untuk lebih jelasnya biaya, dan marjin pada pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah dapat dilihat pada Lampiran 8 sampai Lampiran 11. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Analisis Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran

Uraian	Saluran 1		Uraian	Saluran 2	
	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)		Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)
<b>Harga Jual Petani atau Harga Beli (KUD)</b>	<b>1.164</b>	<b>77,6</b>	<b>Harga Jual Petani atau Harga Beli PPK</b>	<b>1.050</b>	<b>77,18</b>
Biaya Pemasaran	80	5,33	Biaya Pemasaran	38,85	2,64
Transportasi	20	1,33	Transportasi	5,57	0,38
KAS Desa	3	0,2	Angkut / Muat	12	0,81
Upah Timbang	8	0,53	Upah Tenaga Kerja	4,86	0,32
Perbaikan Jalan	10	0,66	Bongkar Muatan	12	0,81
Angkut / Muat	12	0,8	-	-	-
Bongkar Muatan	12	0,8	-	-	-
Upah Tenaga Kerja	5	0,33	-	-	-
Penyusutan	10	0,66	Penyusutan	2,42	0,16
Keuntungan	256	17,07	Keuntungan	96,15	6,15
<b>Marjin</b>	<b>336</b>	<b>22,4</b>	<b>Marjin</b>	<b>135</b>	<b>9,15</b>
<b>Harga Jual (KUD) atau Harga Beli Pabrik</b>	<b>1.500</b>	<b>100</b>	<b>Harga Jual PPK atau Harga Beli PPB</b>	<b>1.185</b>	<b>80,34</b>
			Biaya Pemasaran	68,5	4,64
			Transportasi	19,5	1,32
			Angkut Muat	12	0,81
			Upah Tenaga Kerja	7	0,47
			Upah Timbang	8,5	0,57
			Bongkar Muatan	12	0,81
			Penyusutan	10	0,67
			Keuntungan	221,5	15,02
			<b>Marjin</b>	<b>290</b>	<b>19,66</b>
			<b>Harga Jual PPB atau Harga Beli Pabrik</b>	<b>1.475</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Tabel 11 diketahui harga beli kepada Pedagang Pengumpul Desa pada saluran 1 adalah sebesar Rp 1.164/Kg dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa (KUD) adalah Rp 80/Kg (5,33%), meliputi biaya transportasi, KAS desa, upah timbang, perbaikan jalan, angkut/muat, bongkar muatan, upah tenaga kerja, penyusutan, keuntungan, dan marjin pada pedagang pengumpul desa. Besarnya keuntungan yang diperoleh Pedagang Pengumpul Desa adalah Rp 256/Kg (17,07%) dan marjin pada Pedagang Pengumpul Desa adalah Rp 336/Kg (22,4%).

Selanjutnya pada saluran 2 diketahui harga beli Pedagang Pengumpul Kecil sebesar Rp 1.050/Kg dengan biaya pemasaran dikeluarkan oleh Pedagang Pengumpul Kecil adalah Rp 38,85/Kg (2,64%), meliputi biaya transportasi, angkut/muat, upah tenaga kerja, bongkar muatan, penyusutan, keuntungan dan margin pada Pedagang Pengumpul Kecil. Besarnya keuntungan yang diperoleh pada Pedagang Pengumpul Kecil adalah sebesar Rp 96,15/Kg (6,51%), dan margin pada Pedagang Pengumpul Kecil adalah sebesar Rp 135/Kg (9,15%).

Selanjutnya pada saluran diketahui harga beli Pedagang Pengumpul Besar adalah sebesar Rp 1.185/Kg dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Pedagang Pengumpul Besar adalah Rp 68,5/Kg (4,64%), meliputi transportasi, angkut/muat, upah tenaga kerja, upah timbang, bongkar muatan, penyusutan, keuntungan, dan margin pada Pedagang Pengumpul Besar. Besarnya keuntungan yang diperoleh pada Pedagang Pengumpul Besar adalah Rp 221,5/Kg (15,02%), dan margin pada Pedagang Pengumpul Besar adalah Rp 290/Kg (19,66%).

Selanjutnya juga diketahui harga beli pabrik dari Pedagang Pengumpul Desa pada saluran 1 yaitu sebesar Rp 1.500/Kg. Sedangkan pada saluran 2 harga beli pabrik dari Pedagang Pengumpul Besar adalah sebesar Rp 1.475/Kg. Dalam hal ini terlihat bahwa harga pada tingkat konsumen akhir pada saluran 1 lebih tinggi dibanding pada saluran 2.

## **5.5 Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi Pemasaran adalah kemampuan jasa-jasa pemasaran untuk menyampaikan suatu produk dari produsen ke konsumen secara adil dengan memberikan kepuasan kepada semua pihak yang terlibat untuk satu produk yang sama.

Berdasarkan hasil perhitungan pada Lampiran 13 diperoleh nilai efisiensi pemasaran saluran 1 dengan biaya total sebesar Rp 80/Kg dan nilai produk sebesar Rp 1.500/Kg adalah sebesar 5,33%. Sedangkan pada saluran 2 dengan biaya total sebesar Rp 107,35/Kg dan nilai

produk sebesar Rp 1.475/Kg diperoleh nilai efisiensi pemasaran sebesar 7,27%. Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah yang paling efisiensi adalah pada saluran 1 karena nilainya lebih kecil dari saluran 2.



## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan diantaranya :

1. Didaerah penelitian terdapat 2 saluran pemasaran kelapa sawit yang mana pada saluran satu (1) petani menjual hasil kelapa sawit ke Pedagang Pengumpul Desa (KUD), selanjutnya Pedagang Pengumpul Desa (KUD) langsung menjual ke Pabrik kelapa sawit (konsumen akhir). Pada saluran dua (2) petani menjual ke Pedagang Pengumpul Kecil (PPK), selanjutnya PPK menjual kepada Pedagang Pengumpul Besar (PPB), selanjutnya PPB menjual kelapa sawit ke Pabrik kelapa sawit (konsumen akhir).
2.
  - a. Total Biaya Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Bukit Indah pada saluran 1 adalah sebesar Rp 80/Kg dan saluran 2 adalah sebesar Rp 107,35/Kg.
  - b. Total Keuntungan pada pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah saluran 1 adalah sebesar Rp 256/Kg, dan keuntungan pada saluran 2 adalah sebesar Rp 317,65/Kg.
  - c. Marjin Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Bukit Indah pada saluran 1 melalui Koperasi Unit Desa adalah sebesar Rp 336/Kg, pada saluran 2 terdiri dari Pedagang Pengumpul Kecil yaitu sebesar Rp 135/Kg dan dari Pedagang Pengumpul Besar yaitu sebesar Rp 290/Kg.
3. Efisiensi pemasaran saluran 1 sebesar 5,33% lebih efisien dibanding saluran 2 yaitu sebesar 7,27%.

### 3.2 Saran

1. Diharapkan kedepannya para petani untuk menjual hasil perkebunan kelapa sawitnya ke Pedagang Pengumpul Desa (KUD), karena dalam pemasarannya tidak terdapat rantai pemasaran yang panjang yang membuat harga akan semakin rendah yang diterima oleh petani, sehingga perekonomian para petani di Desa Bukit Indah dapat terjamin dan masyarakat sejahtera.
2. Diharapkan kedepannya bagi para pedagang pengumpul kecil maupun pedagang pengumpul besar untuk membayar biaya perbaikan jalan yang mana nantinya biaya tersebut berguna untuk kelancaran transportasi berdagang dan untuk mensejahterakan masyarakat di desa tersebut.
3. Diharapkan untuk kedepannya Pedagang Pengumpul Desa (KUD) untuk langsung membayar atau memberikan uang secara tunai ke petani dalam melakukan pembelian kelapa sawit, sehingga para petani tidak lagi menjual hasil kelapa sawitnya ke Pedagang Pengumpul Kecil maupun Pedagang Pengumpul Besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, E. N. 2015. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kabupaten Kutai. Universitas Kutai Kartanegara. Kutai.
- Ali M, 2013. Perkembangan Peserta Didik. Jakarta
- Arikunto, S, 2013. Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik. Jakarta.
- Azzaimo. 1982. Tataniaga Hasil Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Basu Swasta, 1999. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2, Yogyakarta.
- BPS Provinsi Jambi, 2017. Data Provinsi Jambi Dalam Angka. BPS. Jambi.
- BPS Tanjung Jabung Barat, 2017. Data Tanjung Jabung Barat Dalam Angka. BPS. Tanjung Jabung Barat.
- BPS Tanjung Jabung Barat, 2017. Data Kecamatan Muara Papalik Dalam Angka. BPS. Tanjung Jabung Barat.
- Chin. Recalcitrant Seeds. A Status Report IBPGR
- Ellis, et, al, 1995. Terapi REB Agar Hidup Bebas Derita. Jakarta
- Fauzi, et, al. 2004. Kelapa Sawit Budidaya Pemanfaatan Hasil & Limbah Analisis Usaha & Pemasaran. Jakarta
- Kotler.P. 2002. Manajemen Pemasaran, Analisis Pemasaran Kontrol. Jilid 1. Penerbit PT.Prenhalindo. Jakarta.
- Kohls, R.I., J.N Uihls, 2002. Marketing Of Agricultural Product. Ninth Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Limbong, dan Sitorus 2010. Pengantar Tataniaga Pertanian. Bogor : Insitut Pertanian Bogor Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Falkutas Pertanian.
- Mubyarto, 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES Jakarta.
- Nurmala 1995, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Ubi Jalar (Skripsi), Bogor, Falkutas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

- Philip, Kotler, 1996. Manajemen Marketing. Cetakan Kelima. Bina Aksara. Jakarta.
- Pratam, Ardiansyah. 2010. Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Sawit Segar Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya Di Desa Simpang Selayang. UNRI. Riau.
- Robert. Predicting Storage Life Of Seed.
- Romadon, M. 2014. Analisis Efisiensi Tataniaga Kelapa Sawit Tandan Buah Segar. Universitas Medan Area. Medan.
- Saefuddin, AM. 2007. Tataniaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia Press. Jakarta
- Soekartawi, 2003. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasi. Rajawali Press. Jakarta.
- 2004. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Stanto, William J, 2011. Prinsip Pemasaran. Jakarta
- Sudiyono. A, 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah. Malang.
- Sunarko, 2010. Budidaya dan Pengolahan Kebun Kelapa Sawit Dengan Sistem Kemitraan. Jakarta.
- Sugiono, 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung : Afebta
- Umar, 2003. Metologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta. Jakarta.
- Yahya, S, 1990. Budidaya Kelapa sawit. Jurusan Budidaya Pertanian. Falkutas Pertanian Institut Pertanian Bogor.

**EFISIENSI PEMASARAN KELAPA SAWIT DI DESA BUKIT KECAMATAN MUARA  
PAPALIK KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT**

**Desman, Asmaida dan Siti Abir Wulandari**

**Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Batanghari  
Jl. Slamet Riyadi Broni, Jambi. 36122  
Email : d733558@gmail.com**

**Abstract**

In Jambi Province, the average planting area for oil palm in 2017 was 63,173 hectares, with a production of 104,322 tons, and a productivity of 1.65 tons / ha. Bukit Indah Village is one of the villages in Muara Papalik Sub-District, Tanjung Jabung Barat District, Jambi Province. The area of oil palm plantations is above the average planting area in Muara Papalik Subdistrict, which is 1,225 hectares, with production of 3,350 tons and productivity of 2.73 ton / Ha, while the amount and productivity are below average in Tanjung Jabung Barat Regency. The purpose of this study is to describe the marketing channel of oil palm and calculate the cost, margin and marketing efficiency in Bukit Indah Village, Muara Papalik District, Tanjung Jabung Barat Regency. This study uses the Slovin method carried out in Bukit Indah Village, where Bukit Indah Village is an Oil Palm Farmer. The number of samples taken in this study were 43 oil palm farmers and 1 village collector trader, 7 small collector traders and 2 large collector traders in Bukit Indah Village. The total cost of marketing Palm Oil in Bukit Indah Village on channel 1 is IDR 80 / Kg, Margin is IDR 336 / Kg. The total cost of channel 2 is IDR 107.35 / kg, Margin is IDR 425 / kg. The more efficient Palm Oil Marketing Efficiency in Bukit Indah Village is channel 1 because it is smaller than channel 2.

**Keywords:** Palm Oil, Marketing Channels, Efficiency, Margins and Marketing Costs.

**Abstract**

Di Provinsi Jambi, rata-rata luas tanam kelapa sawit pada tahun 2017 sebesar 63,173 Ha, dengan produksi sebesar 104.322 ton, dan produktivitas sebesar 1,65 Ton/Ha. Desa Bukit Indah merupakan salah satu Desa yang ada di Kecamatan Muara Papalik Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi memiliki luas tanam kelapa sawit di atas rata-rata luas tanam di Kecamatan Muara Papalik yaitu sebesar 1.225 Ha, dengan produksi sebesar 3.350 ton dan produktivitasnya 2,73 ton/Ha, sedangkan jumlah dan produktivitasnya di bawah rata-rata di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan saluran pemasaran kelapa sawit serta menghitung biaya, marjin dan efisiensi pemasaran di Desa Bukit Indah Kecamatan Muara Papalik Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Penelitian ini menggunakan metode slovin yang dilaksanakan di Desa Bukit Indah, dimana Desa Bukit Indah merupakan Petani Kelapa Sawit. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 43 orang petani kelapa sawit dan 1 pedagang pengumpul desa, 7 pedagang pengumpul kecil serta 2 pedagang pengumpul besar yang ada di Desa Bukit Indah. Total Biaya Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Bukit Indah pada saluran 1 adalah sebesar Rp 80/Kg, Marjin sebesar Rp 336/Kg. Pada total biaya saluran 2 adalah sebesar

Rp 107,35/Kg, Marjin sebesar Rp 425/Kg. Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Bukit Indah yang lebih efisien adalah pada saluran 1 karena lebih kecil dari pada saluran 2.

**Kata Kunci** : Kelapa Sawit, Saluran Pemasaran, Efisiensi, Marjin dan Biaya Pemasaran.

## PENDAHULUAN

Komoditas kelapa sawit di Indonesia dewasa ini telah menjadi tanaman unggulan dan menjadi komoditi andalan petani karena petani bergantung hidup dari produksi kelapa sawit. Hampir semua negara dewasa ini menggunakan minyak kelapa sawit untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya. Pada tahun 2014 Indonesia sudah mengembangkan 6,3 juta hektar lahan budidaya kelapa sawit dan pada tahun 2015 Indonesia sudah mengembangkan seluas 6,7 juta hektar, hal ini menunjukkan meningkatnya luas tanaman kelapa sawit. (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2017).

Di Provinsi Jambi, rata-rata luas tanam kelapa sawit pada tahun 2017 sebesar 63,173 Ha, dengan produksi sebesar 104.322 ton, dan produktivitas sebesar 1,65 Ton/Ha. Kabupaten Tanjung Jabung Barat merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Jambi yang mempunyai produktivitas tertinggi yaitu sebesar 2,29 Ton/Ha. Luas tanam, produksi dan produktivitas kelapa sawit di Kecamatan Muara Papalik menempati posisi tertinggi di Kabupaten Tanjung Jabung Barat dengan rata-rata luas tanam sebesar 9.938 Ha, rata-rata produksi sebesar 33.669 ton, dan produktivitas sebesar 3,38 Ton/Ha. Sedangkan Desa Bukit Indah memiliki luas tanam kelapa sawit di atas rata-rata luas tanam di Kecamatan Muara Papalik yaitu sebesar 1.225 Ha, dengan produksi sebesar 3.350 ton dan produktivitasnya 2,73 ton/Ha, sedangkan jumlah dan produktivitasnya di bawah rata-rata di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Menurut kantor Desa Bukit Indah, terdapat 1.139 orang petani kelapa sawit yang mana, 58 orang dari petani tersebut menjual hasil kelapa sawitnya melalui pedagang pengumpul desa (KUD) Desa Bukit Indah, sedangkan sisanya 1.081 orang petani menjual hasil kelapa sawitnya tidak melalui pedagang pengumpul desa (KUD) Desa Bukit Indah. Mayoritas petani di desa ini belum memperoleh pendapatan yang sesuai dengan yang di harapkan, karena harus melalui rantai tataniaga yang cukup panjang. Adanya rantai pemasaran yang panjang dan selisih harga di tingkat pelaku pemasaran menyebabkan para petani mendapatkan pendapatan yang tidak sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah Kecamatan Muara Papalik Kabupaten Tanjung Jabung Barat”.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Lokasi ini ditentukan secara purposive (sengaja). Dipilihnya lokasi Desa Bukit Indah ini sebagai lokasi penelitian karena daerah tersebut merupakan salah satu daerah penghasil untuk tanaman kelapa sawit, dimana daerah ini mempunyai luas lahan yang menempati urutan kedua pada Kecamatan Muara Papalik. Batasan lingkup dari penelitian ini adalah efisiensi pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah, Kecamatan Muara Papalik, Kabupaten Tanjung Jabung Barat yang dilihat dari aspek saluran pemasaran, marjin pemasaran, dan efisiensi pemasaran. Adapun data yang diambil dalam penelitian ini antara lain identitas

responden, saluran pemasaran, harga pada tingkat produsen dan lembaga pemasaran konsumen akhir

Jenis data pada penelitian ini berdasarkan waktunya adalah menggunakan data cross section dengan skala ukur rasio. Data pada penelitian ini berupa data primer dan sekunder, dimana data primer merupakan data yang di peroleh berdasarkan pengisian kuisisioner (angket) terhadap orang-orang yang terlibat atau lembaga dalam penelitian ini, sedangkan data sekunder adalah data yang di peroleh dari instansi-instansi yang terkait. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang mengambil sampel dari beberapa populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat bantu pengumpul data yang pokok primer (Sugiono, 2011).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2009). Jumlah populasi petani kelapa sawit sebanyak 1139 orang. Karena populasi bersifat homogen maka sampel tersebut sudah dapat mewakili populasinya. Jumlah populasi petani kelapa sawit sebanyak 1139 orang. Karena populasi bersifat homogen maka sampel tersebut sudah dapat mewakili populasinya. Untuk mengetahui ukuran sampel dapat diketahui dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2003).

$$\text{Rumus Slovin } n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Kesalahan pengambilan sampel 15%

$$n = \frac{1139}{1 + 1139(0,15^2)}$$

$$n = \frac{1139}{26,6275} = 42,77 \approx 43$$

Dengan tingkat kesalahan 15%, maka hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin tersebut didapat sampel sebanyak 43 orang dari jumlah populasi 1139 orang. Sedangkan untuk mendapatkan ukuran sampel dari pedagang digunakan metode Snowball sampling atau sampling bola salju. Pada teknik sampling ini, sampel yang semula berjumlah kecil kemudian anggota sampel (responden) mengajak para sahabatnya atau menunjukkan orang lain yang menurutnya memiliki informasi yang dibutuhkan untuk dijadikan sampel dan seterusnya sehingga jumlah sampel semakin banyak jumlahnya seperti bola salju yang sedang menggelinding semakin jauh semakin besar (Ali M, 2013). Berdasarkan uraian di atas maka sampel yang telah di dapat, diambil secara sensus atau keseluruhan untuk mendapatkan informasi yang valid karena diasumsikan jumlah sampel kecil.

Data dan informasi yang dikumpulkan dari penelitian di sederhanakan dengan melakukan tabulasi dan persentase, data dianalisis secara deskriptif, kuantitatif dan kualitatif untuk menjawab tujuan penelitian. Untuk menghitung biaya pemasaran dan margin pemasaran kelapa sawit (Sudiono, 2001), digunakan rumus sebagai berikut :

$$B = B1 + B2 + Bn$$

Dimna :

B : Biaya Total (Rp/Kg)

B1,B2,Bn : Biaya (Rp/Kg)

$Mp = Pr - Pf$  atau  $Mp = Bp + Kp$

Dimana :

$Mp$  = Marjin pemasaran (Rp/Kg)

$Pr$  = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

$Pf$  = Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

$Bp$  = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

$Kp$  = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

Menurut Soekartawi (2003) adapun untuk menghitung efisiensi saluran pemasaran di daerah penelitian sebai berikut:

$$Efisiensi = \frac{Biaya\ Pemasaran}{Nilai\ Akhir\ Produk} \times 100\%$$

Dari perhitungan dengan menggunakan analisis tabulasi sederhana tersebut dapat diketahui efisiensi pemasaran, maka dapat disimpulkan bahwa apabila efisiensi saluran pemasaran  $\leq 50\%$  maka saluran pemasaran efisien, jika efisiensi saluran pemasaran  $> 50\%$  maka saluran pemasaran tidak efisien.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Identitas Pedagang

Pedagang Pengumpul Desa (KUD) terlihat sebagian besar berada pada kelompok Umur 65 – 72 tahun yaitu sebanyak 1 orang atau (10%). Untuk Pedagang Pengumpul Besar terdapat 2 orang yaitu pada umur 65 – 72 tahun atau (20%) dengan. Pedagang Pengumpul Kecil berjumlah 7 orang terbagi pada umur 41 – 48 tahun terdapat 5 orang (50%), dan kelompok umur 49 – 56 tahun terdapat 2 orang atau (20%) . Pada kelompok umur 41 – 48 tahun adalah persentase yang tertinggi dengan jumlah 5 orang atau (50%), dan terendah pada kelompok umur 65 – 72 terdapat 1 orang atau (10%).

Pendidikan terdapat SD, SMP, dan SMA. Pedagang Pengumpul Desa (KUD) pendidikan SD 1 orang. Pedagang Pengumpul Besar Pendidikan SMP 2 orang (20%). Pedagang Pengumpul Kecil Pendidikan SD 3 orang (30%), Pendidikan SMP 1 orang (10%), dan Pendidikan SMA 3 orang (30%) . Pada Pendidikan terbanyak yaitu berada pada SD yaitu 4 orang (40%), dan Pendidikan terkecil berada pada SMP dan SMA yaitu 3 orang (30%).

Pengalaman Pedagang Pengumpul Desa (KUD) pada kelompok pengalaman 9 – 11 tahun yaitu 1 orang (10%). Pada Pedagang Pengumpul Besar kelompok pengalaman 6 – 8 tahun yaitu 1 orang (10%), dan kelompok pengalaman 9 – 11 tahun yaitu 1 orang (10%). Pada Pedagang Kecil kelompok pengalaman 3 – 5 tahun yaitu 6 orang (60%), dan kelompok pengalaman 6 – 8 tahun yaitu 1 orang (10%). Pada jumlah tertinggi pada pengalaman 3 – 5 tahun yaitu 6 orang (60%), dan jumlah terendah pada pengalaman 6 – 8 tahun yaitu 2 orang (20%) dan pada pengalaman 9 – 11 tahun yaitu 2 orang (20%).

Anggota Rumah Tangga (ART) pada Pedagang Pengumpul Desa (KUD) pada kelompok Anggota Rumah Tangga 4 orang yaitu 1 orang (10%). Pada Pedagang Pengumpul Besar pada kelompok Anggota Rumah Tangga 4 orang yaitu 1 orang (10%), dan pada kelompok Anggota

Rumah Tangga 5 orang yaitu 1 orang (10%). Pada Pedagang Pengumpul Kecil pada kelompok Anggota Rumah Tangga 4 orang yaitu 2 orang (20%), pada kelompok Anggota Rumah Tangga 5 orang yaitu 4 orang (40%), dan pada kelompok Anggota Rumah Tangga 6 orang yaitu 1 orang (10%). Pada kelompok Anggota Rumah Tangga tertinggi pada 5 orang yaitu sebanyak 5 orang (50%), dan pada kelompok Anggota Rumah Tangga terendah pada 6 orang yaitu sebanyak 1 orang (10%).

**Tabel 1.** Distribusi Pedagang Berdasarkan Umur Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Pedagang Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah

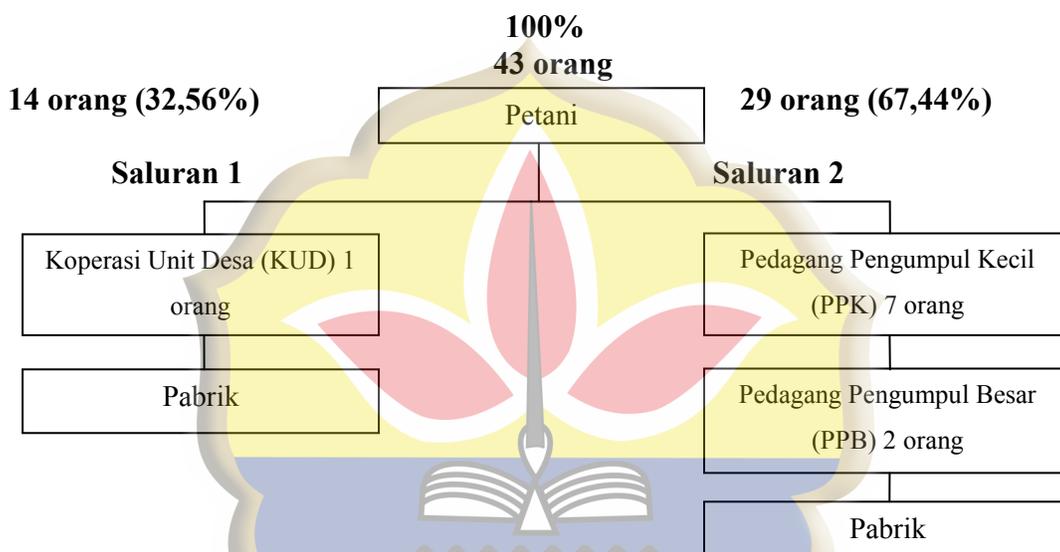
Identitas Pedagang		Jenis Pedagang						Jumlah (orang)	Persentase (%)
No	Umur (tahun)	PPD (KUD)		PPB		PPK			
		Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)		
1	41 – 48	-	-	-	-	5	50	5	50
2	49 – 56	-	-	-	-	2	20	2	20
3	57 – 64	-	-	-	-	-	-	-	-
4	65 – 72	1	10	2	20	-	-	3	30
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)						
1	SD	1	10	-	-	3	30	4	40
2	SMP	-	-	2	20	1	10	3	30
3	SMA	-	-	-	-	3	30	3	30
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
No	Pengalaman (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)						
1	3 – 5	-	-	-	-	6	60	6	60
2	6 – 8	-	-	1	10	1	10	2	20
3	9 – 11	1	10	1	10	-	-	2	20
4	12 – 14	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
No	ART (orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)						
1	4	1	10	1	10	2	20	4	40
2	5	-	-	1	10	4	40	5	50
3	6	-	-	-	-	1	10	1	10
4	7	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Ket : KUD = Pedagang Pengumpul Desa  
 PPB = Pedagang Pengumpul Besar  
 PPK = Pedagang Pengumpul Kecil

## 2. Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah

Kelapa sawit merupakan salah satu komoditi perkebunan yang mempunyai prospek yang cukup cerah di kembangkan dan di budidayakan lebih luas lagi. Dalam pemasarannya mempunyai saluran yang cukup panjang. pada saluran 1 hanya terdapat 1 rantai perdagangan yaitu dimana dari petani rantai tersebut hanya melalui Pedagang Pengumpul Desa (KUD) dari petani dan kemudian langsung dibawa ke konsumen akhir (pabrik), yang mana pada saluran ini terdapat biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang dimana biaya tersebut terdiri dari Biaya Pemasaran, Transportasi, KAS Desa, Upah Timbang, Perbaikan Jalan, Angkut / Muat,

Bongkar Muatan, dan Penyusutan. Sedangkan pada saluran 2 terdapat rantai perdagangan yang panjang yaitu melalui dari Pedagang Pengumpul Kecil yaitu terdiri dari 7 orang Pedagang Kecil dan nantinya dari Pedagang Pengumpul Kecil tersebut kemudian menjual ke Pedagang Pengumpul Besar terdapat 2 orang Pedagang, dan Pedagang Pengumpul Besar akan dibawa langsung ke konsumen akhir (pabrik). Adapun biaya-biaya yang dikeluarkan pada setiap rantai diantaranya pada Pedagang Pengumpul Kecil yaitu dengan mengeluarkan Biaya Pemasaran, Transportasi, Angkut / Muat, Upah Tenaga Kerja, Bongkar Muatan dan Penyusutan. Begitu pula pada Pedagang Pengumpul Besar mengeluarkan biaya seperti Biaya Pemasaran, Transportasi, Angkut / Muat, Upah Tenaga Kerja, Upah Timbang, Bongkar Muatan dan Penyusutan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat seperti Gambar 1.



**Gambar 1.** Gambaran Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah Tahun 2019

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa dari 43 orang petani dimana 14 orang (32,56%) menggunakan saluran 1. Pada saluran 1 dalam menjual kelapa sawit yaitu petani menjual kepada Pedagang Pengumpul Desa (KUD) yang bertempat tinggal di Desa Bukit Indah dengan harga rata-rata Rp 1.164/kg, dan selanjutnya Koperasi Unit Desa menjual ke pabrik dengan harga rata-rata Rp 1.500/kg, dimana pabrik ini sebagai konsumen akhir.

Selanjutnya terdapat sebanyak 29 orang (67,44%) petani menggunakan saluran 2. Dalam menjual kelapa sawit yaitu petani menjual kepada Pedagang Pengumpul Kecil dengan harga rata-rata Rp 1.050/kg, selanjutnya Pedagang Pengumpul Kecil menjual ke Pedagang Pengumpul Besar dengan harga rata-rata Rp 1.185/kg, dan Pedagang Pengumpul Besar menjual ke Pabrik dengan harga rata-rata Rp 1.475/kg, dimana pabrik sebagai konsumen akhir.

Rata-rata harga di konsumen akhir pada saluran 1 lebih tinggi dibandingkan dengan saluran 2 yaitu dimana pada saluran 1 harganya sebesar Rp 1.500/kg, sedangkan pada saluran 2 harganya sebesar Rp 1.475/kg. Dalam setiap harga jual petani atau harga beli dari Pedagang Pengumpul Desa (KUD) maupun dari Pedagang Pengumpul Kecil dan Pedagang Pengumpul

Besar memiliki variasi harga yang berbeda, dimana penyebab variasinya adalah dari kualitas kelapa sawit yang dihasilkan.

## 2. Analisis Biaya dan Marjin Pemasaran Kelapa Sawit

Nurmala (1995) menyatakan bahwa biaya pemasaran meliputi jumlah biaya yang dikeluarkan mulai dari sentra produksi (petani) sampai konsumen akhir, yang terdiri dari biaya pemasaran ke pasar (biaya pemasaran dan biaya pembelian, biaya angkutan, bongkar muatan, restrebusi, upah tenaga kerja). Biaya adalah pengorbanan yang perlu dikeluarkan dalam proses mengalirnya produk dari titik produksi (tangan produsen) ke titik konsumsi (tangan konsumen akhir). Marjin pemasaran sering digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Besarnya marjin tergantung pada panjang atau pendek rantai pemasaran dan aktifitas-aktifitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tersebut.

Marjin pemasaran adalah selisih harga yang di terima petani produsen dengan yang dibayarkan oleh konsumen akhir, (Azzaimo. 1982), peningkatan pendapatan petani tidak ditentukan oleh masalah produsen saja, namun masalah pemasaran juga merupakan bagian yang penting karena pada pemasaran akan menunjukkan Marjin adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.

Tabel 2. Analisis Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran

Uraian	Saluran 1		Uraian	Saluran 2	
	Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)		Nilai (Rp/Kg)	Persentase (%)
<b>Harga Jual Petani atau Harga Beli (KUD)</b>	<b>1.164</b>	<b>77,6</b>	<b>Harga Jual Petani atau Harga Beli PPK</b>	<b>1.050</b>	<b>77,18</b>
Biaya Pemasaran	80	5,33	Biaya Pemasaran	38,85	2,64
Transportasi	20	1,33	Transportasi	5,57	0,38
KAS Desa	3	0,2	Angkut / Muat	12	0,81
Upah Timbang	8	0,53	Upah Tenaga Kerja	4,86	0,32
Perbaikan Jalan	10	0,66	Bongkar Muatan	12	0,81
Angkut / Muat	12	0,8	-	-	-
Bongkar Muatan	12	0,8	-	-	-
Upah Tenaga Kerja	5	0,33	-	-	-
Penyusutan	10	0,66	Penyusutan	2,42	0,16
Keuntungan	256	17,07	Keuntungan	96,15	6,15
<b>Marjin</b>	<b>336</b>	<b>22,4</b>	<b>Marjin</b>	<b>135</b>	<b>9,15</b>
<b>Harga Jual (KUD) atau Harga Beli Pabrik</b>	<b>1.500</b>	<b>100</b>	<b>Harga Jual PPK atau Harga Beli PPB</b>	<b>1.185</b>	<b>80,34</b>
			Biaya Pemasaran	68,5	4,64
			Transportasi	19,5	1,32
			Angkut Muat	12	0,81
			Upah Tenaga Kerja	7	0,47
			Upah Timbang	8,5	0,57
			Bongkar Muatan	12	0,81
			Penyusutan	10	0,67
			Keuntungan	221,5	15,02
			<b>Marjin</b>	<b>290</b>	<b>19,66</b>
			<b>Harga Jual PPB atau Harga Beli Pabrik</b>	<b>1.475</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Tabel 2 diketahui harga beli kepada Pedagang Pengumpul Desa pada saluran 1 adalah sebesar Rp 1.164/Kg dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa (KUD) adalah Rp 80/Kg (5,33%), meliputi biaya transportasi, KAS desa, upah timbang, perbaikan jalan, angkut/muat, bongkar muatan, upah tenaga kerja, penyusutan, keuntungan, dan marjin pada pedagang pengumpul desa. Besarnya keuntungan yang diperoleh

Pedagang Pengumpul Desa adalah Rp 256/Kg (17,07%) dan margin pada Pedagang Pengumpul Desa adalah Rp 336/Kg (22,4%).

Selanjutnya pada saluran 2 diketahui harga beli Pedagang Pengumpul Kecil sebesar Rp 1.050/Kg dengan biaya pemasaran dikeluarkan oleh Pedagang Pengumpul Kecil adalah Rp 38,85/Kg (2,64%), meliputi biaya transportasi, angkut/muat, upah tenaga kerja, bongkar muatan, penyusutan, keuntungan dan margin pada Pedagang Pengumpul Kecil. Besarnya keuntungan yang diperoleh pada Pedagang Pengumpul Kecil adalah sebesar Rp 96,15/Kg (6,51%), dan margin pada Pedagang Pengumpul Kecil adalah sebesar Rp 135/Kg (9,15%).

Selanjutnya pada saluran diketahui harga beli Pedagang Pengumpul Besar adalah sebesar Rp 1.185/Kg dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Pedagang Pengumpul Besar adalah Rp 68,5/Kg (4,64%), meliputi transportasi, angkut/muat, upah tenaga kerja, upah timbang, bongkar muatan, penyusutan, keuntungan, dan margin pada Pedagang Pengumpul Besar. Besarnya keuntungan yang diperoleh pada Pedagang Pengumpul Besar adalah Rp 221,5/Kg (15,02%), dan margin pada Pedagang Pengumpul Besar adalah Rp 290/Kg (19,66%).

Selanjutnya juga diketahui harga beli pabrik dari Pedagang Pengumpul Desa pada saluran 1 yaitu sebesar Rp 1.500/Kg. Sedangkan pada saluran 2 harga beli pabrik dari Pedagang Pengumpul Besar adalah sebesar Rp 1.475/Kg. Dalam hal ini terlihat bahwa harga pada tingkat konsumen akhir pada saluran 1 lebih tinggi dibanding pada saluran 2.

#### 4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran adalah kemampuan jasa-jasa pemasaran untuk menyampaikan suatu produk dari produsen ke konsumen secara adil dengan memberikan kepuasan kepada semua pihak yang terlibat untuk satu produk yang sama.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai efisiensi pemasaran saluran 1 dengan biaya total sebesar Rp 80/Kg dan nilai produk sebesar Rp 1.500/Kg adalah sebesar 5,33%. Sedangkan pada saluran 2 dengan biaya total sebesar Rp 107,35/Kg dan nilai produk sebesar Rp 1.475/Kg diperoleh nilai efisiensi pemasaran sebesar 7,27%. Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah yang paling efisiensi adalah pada saluran 1 karena nilainya lebih kecil dari saluran 2.

### KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan diantaranya :

1. Didaerah penelitian terdapat 2 saluran pemasaran kelapa sawit yang mana pada saluran satu (1) petani menjual hasil kelapa sawit ke Pedagang Pengumpul Desa (KUD), selanjutnya Pedagang Pengumpul Desa (KUD) langsung menjual ke Pabrik kelapa sawit (konsumen akhir). Pada saluran dua (2) petani menjual ke Pedagang Pengumpul Kecil (PPK), selanjutnya PPK menjual kepada Pedagang Pengumpul Besar (PPB), selanjutnya PPB menjual kelapa sawit ke Pabrik kelapa sawit (konsumen akhir).
2. a. Total Biaya Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Bukit Indah pada saluran 1 adalah sebesar Rp 80/Kg dan saluran 2 adalah sebesar Rp 107,35/Kg.  
b. Total Keuntungan pada pemasaran kelapa sawit di Desa Bukit Indah saluran 1 adalah sebesar Rp 256/Kg, dan keuntungan pada saluran 2 adalah sebesar Rp 317,65/Kg.  
c. Margin Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Bukit Indah pada saluran 1 melalui Koperasi Unit Desa adalah sebesar Rp 336/Kg, pada saluran 2 terdiri dari Pedagang Pengumpul

Kecil yaitu sebesar Rp 135/Kg dan dari Pedagang Pengumpul Besar yaitu sebesar Rp 290/Kg.

3. Efisiensi pemasaran saluran 1 sebesar 5,33% lebih efisien dibanding saluran 2 yaitu sebesar 7,27%.

### DAFTAR PUSTAKA

Ali M, 2013. Perkembangan Peserta Didik. Jakarta

Azzaimo. 1982. Tataniaga Hasil Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

BPS Provinsi Jambi, 2017. Data Provinsi Jambi Dalam Angka. BPS. Jambi.

BPS Tanjung Jabung Barat, 2017. Data Tanjung Jabung Barat Dalam Angka. BPS. Tanjung Jabung Barat.

BPS Tanjung Jabung Barat, 2017. Data Kecamatan Muara Papalik Dalam Angka. BPS. Tanjung Jabung Barat.

Nurmala 1995, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Ubi Jalar (Skripsi), Bogor, Falkutas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Soekartawi, 2003. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasi. Rajawali Press. Jakarta.

Sudiyono. A, 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah. Malang.

Sugiono, 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung : Afebta

- 2011. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung : Afebta

Umar, 2003. Metologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta. Jakarta.

**Lampiran 1.**

**DAFTAR KUISIONER**

(Kuisisioner Untuk Petani)

**A. IDENTITAS PETANI**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Tingkat Pendidikan :
  - a. Tamat SD/ sederajat
  - b. SD
  - c. SMP/ sederajat
  - d. SMA/ sederajat
  - e. D III/ S1
5. Jumlah Tanggungan Anggota Keluarga ? .....orang
6. Berapa lama pengalaman saudara dalam bertani kelapa sawit ? .....Tahun
7. Kepada siapa anda menjual hasil panen Tandan Buah Segar Kelapa Sawit ? ..... dan statusnya sebagai pedagang apa ? .....
8. Dimana alamat tempat anda menjual ? .....
9. Berapa harga jual anda ? ..... (Rp/Kg)

## DAFTAR KUISIONER

(Kuisisioner Untuk Pedagang)

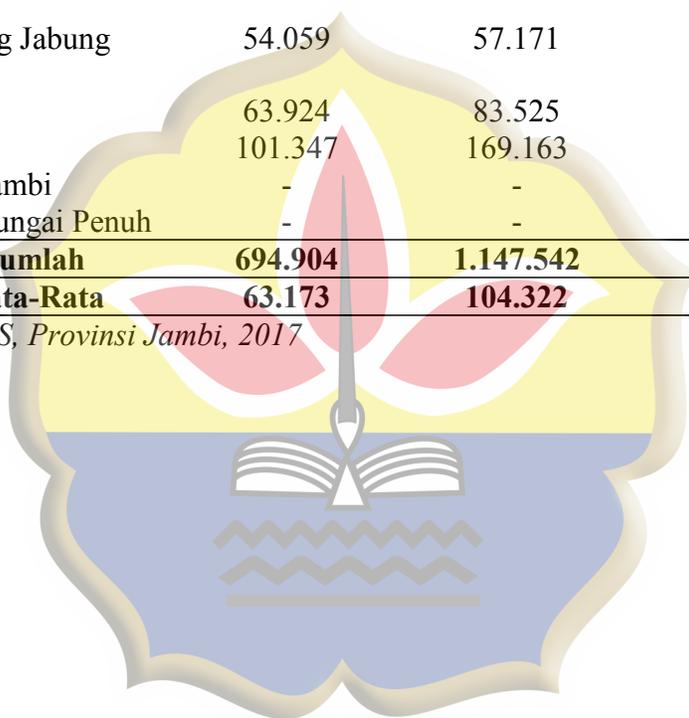
### B. IDENTITAS PEDAGANG

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pendidikan :
  - a. Tamat SD/ sederajat
  - b. SD
  - c. SMP/ sederajat
  - d. SMA/ sederajat
  - e. D III/ S 1
5. Jumlah Tanggungan Anggota Keluarga ?.....orang
6. Status anda sebagai apa dalam pemasaran kelapa sawit ?
7. Berapa lama pengalaman saudara berdagang kelapa sawit ?.....tahun
8. Biaya apa saja yang saudara keluarkan dalam berdagang kelapa sawit ?
9. Dengan harga berapa anda membeli kelapa sawit ? ..... (Rp/Kg)
10. Dengan harga jual berapa yang anda terima dari pabrik ? ..... (Rp/Kg)

**Lampiran 2. Luas Tanam, Produksi dan Produktivitas Tanaman Kelapa Sawit di Provinsi Jambi Tahun 2017**

No	Kabupaten	Luas Tanam (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
1	Kerinci	94	10	0,10
2	Merangin	62.132	97.938	1,57
3	Sarolangun	67.181	85.825	1,27
4	Batanghari	97.039	216.200	2,22
5	Muaro Jambi	181.832	283.652	1,55
<b>6</b>	<b>Tanjung Jabung Barat</b>	<b>67.296</b>	<b>154.058</b>	<b>2,29</b>
7	Tanjung Jabung Timur	54.059	57.171	1,05
8	Tebo	63.924	83.525	1,30
9	Bungo	101.347	169.163	1,66
10	Kota Jambi	-	-	-
11	Kota Sungai Penuh	-	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>694.904</b>	<b>1.147.542</b>	
<b>Rata-Rata</b>		<b>63.173</b>	<b>104.322</b>	<b>1,65</b>

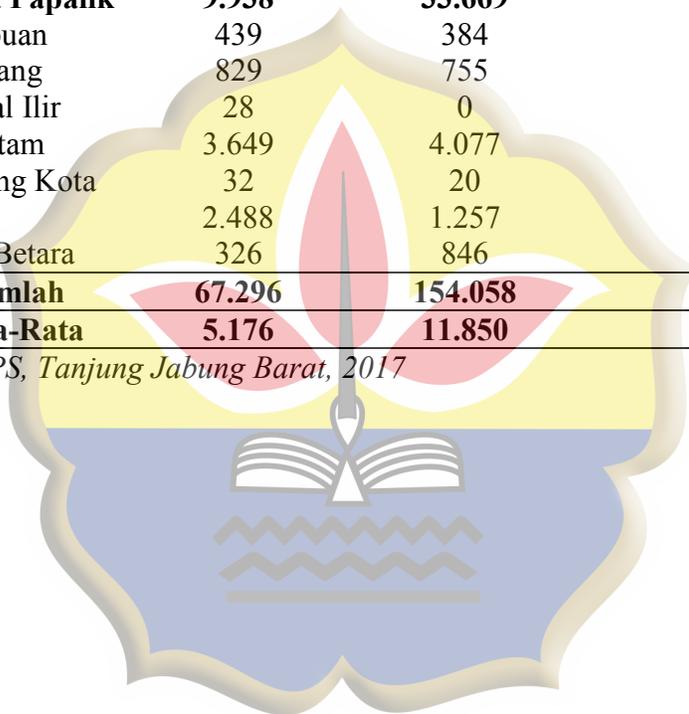
*Sumber : BPS, Provinsi Jambi, 2017*



**Lampiran 3. Luas Tanam, Produksi dan Produktivitas Tanaman Kelapa Sawit Menurut Kecamatan di Kabupaten Tanjung Jabung Barat Tahun 2017**

No	Luas Lahan (ha)	Luas Lahan (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
1	Tungkal Ulu	5.844	10.675	1,82
2	Merlung	11.110	34.019	3,06
3	Batang Asam	13.306	26.544	1,99
4	Tebing Tinggi	11.267	28.374	2,51
5	Renah Mendaluh	8.040	13.438	1,67
<b>6</b>	<b>Muara Papalik</b>	<b>9.938</b>	<b>33.669</b>	<b>3,38</b>
7	Pengabuan	439	384	0,87
8	Senyerang	829	755	0,91
9	Tungkal Ilir	28	0	0
10	Bram Itam	3.649	4.077	1,11
11	Seberang Kota	32	20	0,62
12	Betara	2.488	1.257	0,50
13	Kuala Betara	326	846	2,59
<b>Jumlah</b>		<b>67.296</b>	<b>154.058</b>	
<b>Rata-Rata</b>		<b>5.176</b>	<b>11.850</b>	<b>2,29</b>

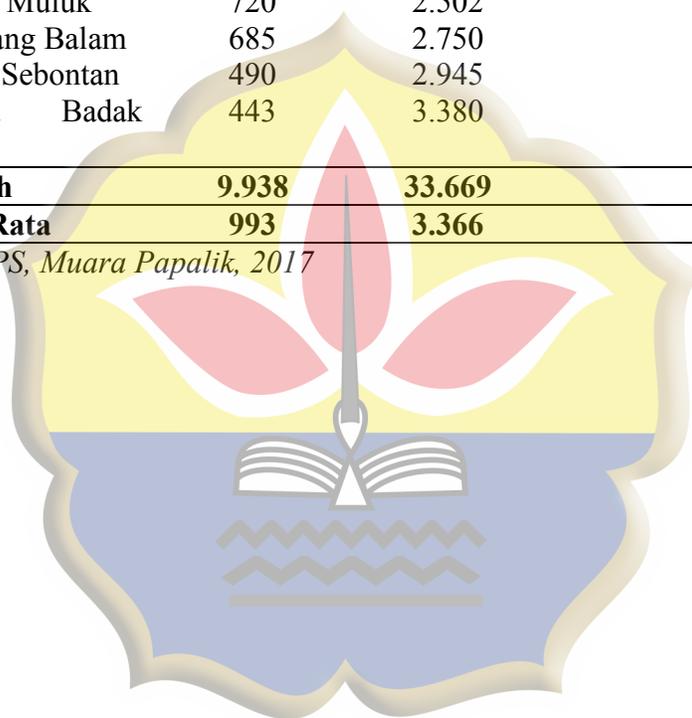
Sumber : BPS, Tanjung Jabung Barat, 2017



**Lampiran 4. Luas Tanam, Produksi dan Produktivitas Tanaman Kelapa Sawit Menurut Desa di Kecamatan Muara Papalik Tahun 2017**

No	Desa	Luas Lahan (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
1	Intan Jaya	2.550	4.050	1,58
2	<b>Bukit Indah</b>	<b>1.225</b>	<b>3.350</b>	<b>2,73</b>
3	Kemang Manis	1.150	3.746	3,25
4	Dusun Mudo	985	4.746	4,81
5	Rantau Badak	850	2.760	3,24
6	Sungai Papauh	840	3.440	4,09
7	Sungai Muluk	720	2.502	3,47
8	Pematang Balam	685	2.750	4,01
9	Lubuk Sebontan	490	2.945	6,01
10	Rantau Badak Lamo	443	3.380	7,62
<b>Jumlah</b>		<b>9.938</b>	<b>33.669</b>	
<b>Rata-Rata</b>		<b>993</b>	<b>3.366</b>	<b>3,38</b>

*Sumber : BPS, Muara Papalik, 2017*



**Lampiran 5. Identitas Petani Sampel Usaha Kelapa Sawit Di Daerah Penelitian**

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan Formal	Jumlah ART (Orang)	Pengalaman berusaha (Tahun)	Luas Lahan (Ha/Lahan)
1	Mulyono	L	34	SMP	5	7	6
2	Sucipto	L	38	SMP	4	6	4
3	Joko	L	42	SMA	4	6	6
4	Wahidin	L	29	SD	3	4	2
5	Umar	L	31	SMA	4	5	5
6	Irwan	L	47	SMP	5	7	6
7	Hadi	L	55	SMK	3	12	2
8	Aprisma	L	53	SMP	3	9	18
9	Sutarso	L	60	SMP	4	10	9
10	Sunarjo	L	67	SD	5	12	8
11	Misrun	L	45	SD	4	8	3
12	Supandi	L	62	SD	3	10	6
13	Sukadi	L	43	SD	4	7	4
14	Prihakim	L	37	SMA	4	6	2
15	Supriyanto	L	49	SMP	6	9	16
16	Sukiman	L	50	SMP	6	9	6
17	Santoso	L	62	SMP	4	10	6
18	Agus	L	31	SMK	3	4	2
19	Suroto	L	36	SMA	3	4	18
20	Sumadi	L	47	SD	3	9	4
21	Miswanto	L	49	SD	5	8	4
22	Boimen	L	58	SMA	6	10	6
23	Siswanto	L	60	SMP	7	10	4
24	Budi yono	L	30	SMP	4	4	3
25	Parmin	L	41	SMA	5	6	4
26	Rahmin	L	40	SMA	4	7	4
27	Parjab	L	37	SD	3	4	2
28	Nur Haidi	L	58	SD	3	9	6
29	Solikun	L	47	SD	3	7	3
30	Sukiyo	L	45	SD	4	6	4
31	Muhtori	L	35	SD	3	4	2
32	Prayitno	L	38	SD	4	5	8
33	Tilar	L	29	SD	3	3	2
34	Asnan	L	47	SMP	4	9	6
35	Sawal	L	57	SD	3	9	6
36	Bigis	L	65	SMP	4	11	6
37	Warto	L	45	SMP	5	7	4
38	Martoyo	L	48	SD	5	7	4
39	Amrun	L	62	SD	5	10	4
40	Makmur	L	45	SMP	6	6	10
41	Pardi	L	35	SMA	3	4	6
42	Mariyono	L	42	SMP	3	7	4
43	Parimen	L	35	SD	4	4	2
	<b>Jumlah</b>	-	<b>1.966</b>	-	<b>176</b>	<b>311</b>	<b>237</b>
	<b>Rata-rata</b>	-	45,72 □ 46	-	4,09 □ 4	7,23 □ 7	5,51 □ 6

**Lampiran 6. Identitas Pedagang Kelapa Sawit Di Daerah Desa Bukit Indah**

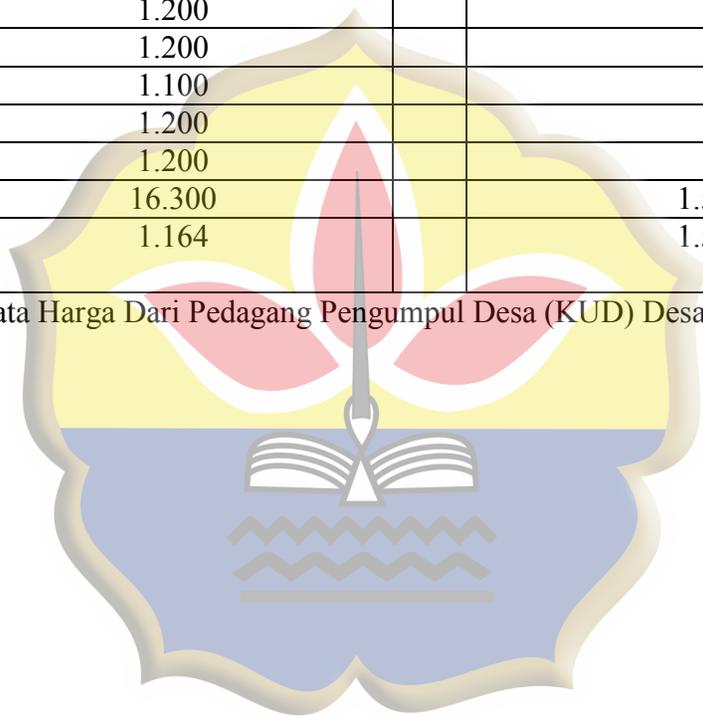
No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Umur (tahun)	Pendidikan Formal	Jumlah ART (orang)	Pengalaman Berdagang (tahun)	Golongan Berdagang
1	Sarmo	L	47	SMA	5	6	PPK
2	Jumadi	L	67	SMP	4	9	PPB
3	Misno	L	41	SD	5	3	PPK
4	Lardy	L	48	SD	4	5	PPK
5	Jalianto	L	44	SMA	5	4	PPK
6	Jumri	L	69	SD	4	11	KUD
7	Nur Hidayat	L	49	SMA	6	4	PPK
8	Kusnen	L	65	SMP	5	8	PPB
9	Sutijo	L	48	SMP	4	4	PPK
10	Hariyono	L	53	SD	5	4	PPK
	<b>Jumlah</b>	-	<b>531</b>	-	<b>47</b>	<b>58</b>	-
	<b>Rata-rata</b>	-	53,1 □ <b>53</b>	-	4,7 □ <b>5</b>	5,8 □ <b>6</b>	-

Ket : KUD : Koperasi Unit Desa  
 PPB : Pedagang Pengumpul Besar  
 PPK : Pedagang Pengumpul Kecil

**Lampiran 7. Harga Jual Petani dan Pedagang Pada Saluran 1 Di Desa Bukit Indah**

No	Harga jual petani atau harga beli KUD (Rp/Kg)	No	Harga jual KUD atau harga beli Pabrik (Rp/Kg)
1	1.150	1	1.500
2	1.200		
3	1.100		
4	1.000		
5	1.200		
6	1.200		
7	1.150		
8	1.200		
9	1.200		
10	1.200		
11	1.200		
12	1.100		
13	1.200		
14	1.200		
Jumlah	16.300		1.500
Rata-rata	1.164		1.500

Catatan : Data Harga Dari Pedagang Pengumpul Desa (KUD) Desa Bukit Indah



**Lampiran 8. Harga Jual Petani dan Pedagang Pada Saluran 2 Di Desa Bukit Indah**

No	Harga jual petani atau harga beli PPK (Rp/Kg)	No	Harga jual PPK atau harga beli PPB (Rp/Kg)	No	Harga jual PPB atau harga beli pabrik (Rp/Kg)
1	1.100	1	1.200	1	1.500
2	1.050	2	1.200	2	1.450
3	1.000	3	1.150		
4	1.150	4	1.200		
5	1.100	5	1.200		
6	1.100	6	1.200		
7	1.000	7	1.150		
8	1.050				
9	1.100				
10	1.000				
11	1.000				
12	1.000				
13	1.000				
14	1.100				
15	1.000				
16	1.050				
17	1.000				
18	1.100				
19	1.100				
20	1.100				
21	1.000				
22	1.000				
23	1.050				
24	1.000				
25	1.100				
26	1.100				
27	1.100				
28	1.000				
29	1.000				
Jumlah	30.450		8.300		2.950
Rata-rata	1.050		1.185		1.475

Catatan : Data harga dari Pedagang Pengumpul Kecil dan Pedagang Pengumpul Besar Desa Bukit Indah

**Lampiran 9. Biaya Pemasaran saluran 1 Desa Bukit Indah**

No	Biaya yang Dikeluarkan (Rp/Kg)								
	Transportasi	KAS Desa	Upah Timbang	Perbaikan Jalan	Angkut / muat	Upah Tenaga Kerja	Bongkar Muatan	Penyusutan	Total
1	20	3	8	10	12	5	12	10	80
Jumlah	20	3	8	10	12	5	12	10	80
Rata-rata	20	3	8	10	12	5	12	10	80

Catatan : Data Biaya Pemasaran Dari Pedagang Pengumpul Desa (KUD) Desa Bukit Indah



**Lampiran 10. A. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Kecil Di Desa Bukit Indah Pada Saluran 2**

No	Biaya yang Dikeluarkan (Rp/Kg)					Total
	Transportasi	Angkut / Muat	Upah Tenaga Kerja	Bongkar Muatan	Penyusutan	
1	5	12	5	12	2	36
2	5	12	4	12	3	36
3	6	12	4	12	2	36
4	5	12	5	12	2	36
5	7	12	6	12	3	40
6	6	12	5	12	2	37
7	5	12	5	12	3	37
Jumlah	39	84	34	84	17	258
Rata-rata	5,57	12	4,86	12	2,42	38,85

Catatan : Data Biaya Pemasaran Dari Pedagang Pengumpul Kecil Desa Bukit Indah



**Lampiran 10. B. Biaya Pemasaran Pedagang Besar Di Desa Bukit Indah**

No	Biaya yang di keluarkan (Rp/Kg)						Total
	Transportasi	Angkut / Muat	Bongkar Muatan	Upah Timbang	Upah Tenaga Kerja	Penyusutan	
1	20	12	12	9	8	10	71
2	19	12	12	8	6	9	66
jumlah	39	24	24	17	14	19	137
Rata-rata	19,5	12	12	8,5	7	9,5	68,5

Catatan : Data Biaya Pemasaran Dari Pedagang Pengumpul Besar Desa Bukit Indah



**Lampiran 11.** Perhitungan Marjin Pemasaran Kelapa Sawit Dan Bagian Harga Yang Di Terima Petani Dan Pedagang Pada Saluran 1 Desa Bukit Indah

Marjin Pemasaran ( Konsumen Akhir - Produsen )

Diketahui : Rata-rata harga produsen (HP) = Rp. 1.164/Kg  
Rata-rata harga konsumen (He) = Rp. 1.500/Kg

$$\begin{aligned} M &= He - Hp \\ &= \text{Rp. } 1.500/\text{Kg} - \text{Rp. } 1.164/\text{Kg} \\ &= \text{Rp. } 336/\text{Kg} \end{aligned}$$

Biaya Total Pemasaran

$$\begin{aligned} B &= B1 + B2 \\ &= \text{Rp } 80/\text{Kg} + \text{Rp } 0/\text{Kg} \\ &= \text{Rp } 80/\text{Kg} \end{aligned}$$

**Lampiran 12.** Perhitungan Marjin Pemasaran Kelapa Sawit Dan Bagian Harga Yang Di Terima Petani Dan Pedagang Pada Saluran 2 Desa Bukit Indah

A. Marjin Pemasaran ( Produsen – Konsumen akhir )

Diketahui : Rata-rata harga produsen (HP) = Rp. 1.050/Kg  
Rata-rata harga konsumen (He) = Rp. 1.475/Kg

$$\begin{aligned} M &= He - Hp \\ &= \text{Rp. } 1.475/\text{Kg} - \text{Rp. } 1.050/\text{Kg} \\ &= \text{Rp. } 425/\text{Kg} \end{aligned}$$

B. Marjin Antar Pedagang

1. Marjin Di Tingkat Pedagang Pengumpul Kecil

Diketahui : Rata-rata harga produsen (Hp) = Rp. 1.050/Kg  
Rata-rata harga konsumen (He) = Rp. 1.185/Kg

$$\begin{aligned} M &= He - Hp \\ &= \text{Rp. } 1.185/\text{Kg} - \text{Rp. } 1.050/\text{Kg} \\ &= \text{Rp. } 135/\text{Kg} \end{aligned}$$

2. Marjin Di Tingkat Pedagang Besar

Diketahui : Rata-rata produsen (Hp) = Rp. 1.185/Kg  
Rata-rata konsumen (He) = Rp. 1.475/Kg

$$\begin{aligned} M &= He - Hp \\ &= \text{Rp. } 1.475/\text{Kg} - \text{Rp. } 1.185/\text{Kg} \\ &= \text{Rp. } 290/\text{Kg} \end{aligned}$$

Biaya Total Pemasaran

$$\begin{aligned} B &= B1 + B2 \\ &= \text{Rp } 38,85/\text{Kg} + \text{Rp } 68,5/\text{Kg} \\ &= \text{Rp } 107,35/\text{Kg} \end{aligned}$$

**Lampiran 13.** Perhitungan Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah

Saluran 1 Dik : Biaya Total = Rp 80/Kg  
Nilai Produk = Rp 1.500/Kg

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{\text{Rp } 80/\text{Kg}}{\text{Rp } 1.500/\text{Kg}} \times 100\% \\ &= 5,33\% \end{aligned}$$

Saluran 2 Dik : Biaya Total = Rp 107,35/Kg  
Nilai Produk = Rp 1.475/Kg

$$\begin{aligned} Ep &= \frac{\text{Rp } 107,35/\text{Kg}}{\text{Rp } 1.475/\text{Kg}} \times 100\% \\ &= 7,27\% \end{aligned}$$



## RIWAYAT HIDUP



Penulis Desaman dilahirkan di Merlung, tanggal 20 Desember 1995. Penulis adalah anak ke Dua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Hadi dan Ibu Jumarti. Penulis memulai jenjang pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Negeri 170/V Bukit Indah dan tamat pada tahun 2008. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 3 Merlung tamat pada tahun 2011, penulis lalu meneruskan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 4 Merlung mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Alam tamat pada tahun 2014.

Pada tahun 2015 penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Batanghari sampai tahun 2019. Pada tahun yang sama mengikuti Kuliah Kerja Nyata di Desa Bakung Kecamatan Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi. Pada tanggal 21 Agustus 2019 penulis berhasil mempertahankan Skripsinya yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Bukit Indah Kecamatan Muara Papalik Kabupaten Tanjung Jabung Barat”. Dibawah bimbingan Ibu Asmaida, S.Pi.,M.Si dan Ibu Siti Abir Wulandari, S.TP.,M.Si dalam sidang dihadapan tim penguji dan dinyatakan lulus serta memperoleh gelar Sarjana Pertanian.