

Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Desa Kartika Bhakti

Hermansyah¹, Tirsa Neyatri Bandrang², Selvi Andriani³

¹Politeknik Seruyan, kuala pembuang, 74215, Indonesia, ²Politeknik Seruyan, kuala pembuang, 74215, Indonesia, ³Politeknik Seruyan, kuala pembuang, 74215, Indonesia

Email: herman.poltes@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
<i>Sejarah Artikel:</i> Diterima 25 Maret 2025 Disetujui 04 April 2025 Di Publikasi April 2025	Saluran pemasaran kelapa sawit Tandan Buah Segar (TBS) di Desa Kartika Bhakti terdapat saluran pemasaran yaitu (Petani – Pedagang pengumpul – Perusahaan PKS), yang mempengaruhi petani saat menjual Tandan Buah Segar (TBS) kepada pedagang pengepul karena jarak lokasi penjualan antara kebun kelapa sawit tidak jauh dari tempat penjualan, pembelian TBS kelapa sawit yang tidak disortir, adanya ikatan pinjaman dan sudah berlangganan. Jadi pedagang pengepul memainkan peran kunci sebagai penghubung antara petani dan PKS, namun juga dapat menjadi sumber ketergantungan ekonomi bagi petani kecil. Marjin pemasaran Rp.964/kg menunjukkan adanya biaya dan keuntungan yang diambil oleh pelaku pemasaran dalam rantai distribusi kelapa sawit. Sementara itu, farmer share 67% mengindikasikan bahwa petani menerima sebagian besar dari harga jual akhir.
<i>Kata kunci:</i> Kelapa Sawit Saluran Pemasaran TBS, Margin, Farmer's Share	

Title Marketing Channel for Oil Palm Fresh Fruit Bunches in Kartika Bhakti Village

Keywords:	Abstract
<i>Palm Oil TBS Marketing Channel, Margin, Farmer's Share</i>	<i>The marketing channel of Fresh Fruit Bunches (FFB) oil palm in Kartika Bhakti Village has a marketing channel, namely (Farmers – Collectors – PKS companies), which affects farmers when selling Fresh Fruit Bunches (FFB) to collectors because the distance of the sales location between oil palm plantations is not far from the place of sale, purchase of unsorted palm oil FFB, loan bonds and subscriptions. So collector traders play a key role as a link between farmers and SMEs, but can also be a source of economic dependence for small farmers. The marketing margin of Rp.964/kg shows the costs and profits taken by marketers in the palm oil distribution chain. Meanwhile, the farmer share of 67% indicates that farmers receive most of the final selling price.</i>

© Politeknik Negeri Ketapang

Lipida: Jurnal Teknologi Pangan dan Industri Pertanian

<http://www.jurnal.politap.ac.id/lipida>

ISSN 2776-4044 (Online)

Email: lipida.jurnal@politap.ac.id

PENDAHULUAN

Kelapa sawit adalah tanaman penghasil minyak nabati yang dapat diandalkan, karena minyak yang dihasilkan memiliki berbagai keunggulan dibandingkan dengan minyak yang dihasilkan oleh tanaman lain, keunggulan tersebut diantaranya memiliki kadar kolesterol rendah, bahkan tanpa kolesterol. (Sastrosayono, 2004) Luas tanaman perkebunan kelapa sawit sampai tahun 2023 seluas 1.778.702 ha ini menjadikan wilayah Kalimantan Tengah masuk dalam daftar provinsi perkebunan kelapa sawit terbesar di Indonesia. Perkebunan kelapa sawit di Kalimantan Tengah umumnya berada di wilayah Kabupaten Kotawaringin Timur dan Kotawaringin Barat. Perkembangan luas perkebunan sawit secara khusus di Kalimantan Tengah sangat besar.

Luas areal tanaman kelapa sawit Kecamatan Seruyan Hilir pada tahun 2022 yaitu 1.076,00 (Ha) meningkat menjadi 1.210,00 pada tahun 2023 yang juga diimbangi dengan meningkatnya produksi kelapa sawit dari 845,00 (Ton) pada tahun 2022 menjadi 890,00 (Ton) pada tahun 2023. Adanya peningkatan luas lahan menunjukkan bahwa jika dilihat dari luas perkebunan kelapa sawit semakin meningkat dan produksi kelapa sawit membawa manfaat ekonomi setiap tahunnya, yang tentunya akan meningkatkan pendapatan petani kelapa sawit di Kecamatan Seruyan Hilir Timur. (Statistik, 2024)

Berdasarkan data Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Tahun 2024 data rekap kelompok tani kelapa sawit di Desa Kartika Bhakti berjumlah 147 orang dengan total luas lahan yang dimiliki yaitu 141 Hektar lahan perkebunan kelapa sawit rakyat pada tahun 2024 dengan tahun berdiri pada tahun 2009, 2010 dan 2019 dan telah memasuki masa Tanaman Menghasilkan (TM). Menurut Profil Desa Kartika Bhakti Tahun 2023, Pertanian merupakan mata pencaharian mayoritas masyarakat, dengan jumlah petani laki-laki sebanyak 271 orang dan petani perempuan sebanyak 70 orang. Luas lahan kelapa sawit rakyat pada tahun 2023 menurut data profil desa yaitu 30,00 Hektar dan untuk produksi sekitar 1,50 (kw/ha). Oleh karena itu, luas lahan dan produksi kelapa sawit mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap pendapatan petani kelapa sawit.

Memperhatikan harga sangatlah penting karena menentukan apakah produk anda laku atau tidak. Jika anda salah menentukan harga maka akan berdampak buruk pada produk yang ditawarkan selanjutnya. Harga adalah total uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli suatu jasa atau barang yang memenuhi keinginan dan kebutuhannya. (Abubakar, 2018)

Saluran distribusi dapat didefinisikan sebagai kelompok dealer dan perwakilan bisnis yang menggabungkan transfer fisik produk dan nama untuk menciptakan nilai bagi pasar tertentu. (Sunyoto, 2015). Penjualan tandan buah segar (TBS) kelapa sawit dari petani ke konsumen akhir, yaitu Pabrik Kelapa Sawit (PKS), biasanya memerlukan lembaga pemasaran berupa perantara (pengumpul). Peran lembaga pemasaran diperlukan untuk memfasilitasi pekebun mandiri dalam menjual dan mengangkut TBS sawit ke PKS. Keberadaan lembaga pemasaran dapat menimbulkan perbedaan harga bagi petani dan menurunkan pendapatan petani. Keuntungan menjual TBS ke pengepul adalah pengepul mengumpulkan hasil TBS petani langsung dari kebun petani.

Peran pemerintah terhadap harga TBS kelapa sawit juga mencakup penetapan harga TBS, namun tidak ada tindakan lebih lanjut berupa pemantauan terhadap harga yang diterima petani. Hal ini menyebabkan ketimpangan harga baik pada harga korporasi maupun harga agregator, dan petani tidak dapat didevaluasi ketika menetapkan harga TBS. Jika negara tidak ikut memantau harga yang ditawarkan pengepul, maka pengepul mempunyai kewenangan menentukan harga untuk mendapatkan keuntungan. (TBS) Kelapa Sawit di Desa Kartika Bhakti.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen. (Hardani, 2020). Penelitian dilakukan di Desa Kartika Bhakti Kecamatan Seruyan Hilir Timur pada bulan Mei 2024 sampai Juli 2024. Desa Kartika Bhakti dijadikan sebagai daerah karena mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani kelapa sawit rakyat dengan luas lahan sekitar 141 Ha dari 5 Poktan dengan tahun berdiri 2009, 2010, dan 2019. Wilayah yang digunakan dalam pemilihan sampel dipilih secara sengaja (purposive sampling) yaitu di Desa Kartika Bhakti.

Tugas dan fungsi lembaga-lembaga pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit dengan metode menelusuri lembaga atau pedagang pengepul yang memasarkan tandan buah segar (TBS) kelapa sawit di Desa Kartika Bhakti mulai dari petani sampai konsumen akhir yang berupa informasi dari produsen dan pedagang pengepul.

Metode Analisis Data

Menurut sugiyono, analisis data kualitatif melibatkan aktivitas interaktif yang dilakukan secara terus-menerus hingga data mencapai kejenuhan dan menghasilkan hasil yang akurat. (Sugiyono, 2018)

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Analisis Deskriptif

Saluran pemasaran dan fungsi lembaga pemasaran tandan buah segar (TBS) dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif yaitu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya. (Sugiyono, 2013)

2) Analisis Margin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. (Sudiyono, 2002) Untuk menganalisis marjin pemasaran dalam penelitian ini, data harga yang digunakan adalah harga di tingkat petani dan harga di tingkat lembaga pemasaran, sehingga dalam perhitungan marjin pemasaran digunakan rumus :

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan:

Mp = Margin pemasaran (Rp/kg)

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

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

3) Analisis *Farmer's Share* Pemasaran

Salah satu indikator yang berperan dalam menilai efisiensi kegiatan perdagangan adalah perbandingan antara bagian yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir. Bagian yang diterima distributor seringkali dinyatakan dalam persentase. (Kohls, 2002)

Rumus untuk menghitung farmer share adalah sebagai berikut.

$$F's = \left(\frac{Pf}{Pr} \right) \times 100\%$$

Keterangan:

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

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

Pr = Harga beli tingkat konsumen (Rp/Kg)

4) Analisis Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk menyelesaikan proses pemasaran (Ratya, Anindita, 2016).

Berikut ada beberapa fungsi pemasaran : (Khotler, 2012)

- 1) Mengumpulkan informasi mengenai pelanggan, pesaing, serta pelaku dan kekuatan lain yang ada saat ini maupun yang potensial dalam lingkungan pemasaran\
- 2) Mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasive untuk merangsang pembelian.
- 3) Mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan.
- 4) Menanggung resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi seluruh pemasaran.
- 5) Mengatur kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk sampai ke pelanggan akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran pemasaran adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlihat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi. (Khotler, 2009)

Saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit di daerah penelitian terdiri dari sub sistem yang saling berkaitan, yaitu :

1. Produsen/petani tandan buah segar (TBS)
2. Pedagang perantara meliputi agen kecil.
3. PKS yaitu tempat pengolahan tandan buah segar (TBS) kelapa sawit

Bahan baku utama di dalam bidang pengolahan kelapa tandan buah segar (TBS) kelapa sawit menjadi minyak mentah CPO adalah berupa tandan buah segar (TBS). TBS yang telah dipanen harus cepat diolah sampai di pabrik pengolahan kelapa sawit (PKS).

Keseluruhan sistem ini bertujuan untuk mengolah tandan buah segar (TBS) kelapa sawit menjadi produk turunan untuk memenuhi keperluan masyarakat. Produsen melakukan budidaya tandan buah segar (TBS) kelapa sawit mulai dari membeli input produksi, penanaman, perawatan atau pemeliharaan tandan buah segar (TBS) hingga pemanenan kelapa sawit. Harga tandan buah segar (TBS) di daerah penelitian sangat bervariasi, mulai dari Rp. 1.800/kg sampai dengan Rp. 1.900/kg

Saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit yang terdapat di daerah penelitian dapat dilihat dari gambar berikut ini.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit di Desa Kartika Bhakti.

Pada saluran pemasaran proses penjualan TBS kelapa sawit dari petani ke pedagang pengepul, petani memanen TBS yang sudah matang dari kebun kemudian di panen, biasanya dilakukan setiap 14 hari sesuai dengan frekuensi panen. Setelah dipanen petani akan menjual hasil TBS kelapa sawit ke pedagang pengepul, TBS ditimbang untuk menentukan berat total yang akan dijual.

Pedagang pengepul akan memberikan harga yang telah disepakati dengan ketentuan harga dari perusahaan yang bekerjasama dengan perusahaan PKS, setelah itu pedagang pengepul akan mengumpulkan hasil TBS kelapa sawit dari petani dan setelah itu pedagang petani akan melakukan proses penjualan TBS kelapa sawit ke perusahaan PKS dengan menggunakan truk kendaraan sebagai alat transportasi dimana pedagang pengepul biasanya memiliki jaringan pengangkutan sendiri atau menyewa jasa pengangkutan. Perusahaan PKS, akan melakukan sortisasi kualitas TBS yang dijual oleh pedagang pengepul dengan standar kualitas TBS dari perusahaan PKS, di perusahaan PKS, TBS diolah menjadi CPO dan produk lainnya.

Pedagang pengepul memberikan harga TBS kelapa sawit yang dipengaruhi oleh perusahaan PKS. Pedagang pengepul berperan penting sebagai perantara antara petani dan perusahaan PKS. pedagang pengepul berperan penting dalam menentukan harga akhir yang diterima oleh petani.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih harga jual produsen yang diterima oleh petani kelapa sawit dengan harga beli yang dibayarkan oleh konsumen di berbagai tingkat saluran pemasaran. Margin pemasaran dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan:

Mp = Margin pemasaran (Rp/kg)

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

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

- Harga TBS pada petani kelapa sawit di Desa Kartika Bhakti yaitu Rp. 1.936/kg.
- Harga pedagang pengepul menjual tbs ke PKS Rp. 2.900/kg

Jadi margin pemasaran pada saluran pemasaran petani di Desa Kartika Bhakti yaitu :

Margin Pemasaran 1 :

MP = Harga TBS dari pedagang pengepul – Harga ditingkat Petani
 MP = Rp. 2.900 – Rp. 1.936
 = Rp. 968

Farmer's Share

Farmer's Share digunakan untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani kelapa sawit dari harga tingkat konsumen yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Harga yang diterima oleh petani kelapa sawit dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$F's = \left(\frac{Pf}{Pr} \right) \times 100\%$$

Keterangan:

$F's$ = Farmer Share

Pf = Harga ditingkat petani

Pr = Harga ditingkat konsumen

Farmer Share Pemasaran :

$$Fs = \frac{1.936}{2.900} \times 100\% \\ = 67 \%$$

Jadi bagian harga yang diterima oleh petani dari harga di tingkat konsumen yaitu sebesar 66%.

Fungsi-Fungsi Pemasaran

Tabel 1. Fungsi-Fungsi Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Kartika Bhakti

No	Petani	Pedagang Pengepul	Perusahaan PKS
Pembelian	×	√	√
Penjualan	√	√	√
Pengangkutan	√	×	√
Standarisasi	×	×	√
Pembiayaan	×	×	×
Penanggung Resiko	×	√	√
Informasi Pasar	√	√	√

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2024

Keterangan :

√ = Melakukan

×

Berdasarkan Tabel 1. Fungsi pemasaran kelapa sawit melibatkan berbagai fungsi yang dilakukan oleh petani, pedagang pengepul, dan perusahaan pengolahan kelapa sawit (PKS). Setiap pihak memiliki peran dan tanggung jawab yang spesifik dalam rantai pasokan. Petani, sebagai penghasil utama, terlibat terutama dalam penjualan dan pengumpulan informasi pasar, namun mereka tidak terlibat dalam proses pembelian, standarisasi, pengangkutan, pembiayaan, maupun penanggung risiko. Pedagang pengepul memainkan peran penting dalam pembelian, penjualan, pengangkutan, dan penanggung risiko, namun mereka tidak terlibat dalam standarisasi dan pembiayaan. Sebaliknya, perusahaan PKS menangani pembelian, penjualan, pengangkutan, dan standarisasi produk kelapa sawit, serta memiliki tanggung jawab dalam penanggung risiko. Meski demikian, perusahaan PKS tidak terlibat dalam pembiayaan. Fungsi-fungsi ini menunjukkan kerjasama yang saling melengkapi antara petani, pedagang pengepul, dan perusahaan PKS untuk memastikan kelancaran distribusi dan pemasaran kelapa sawit di desa tersebut.

Mempengaruhi Pemilihan Saluran Pemasaran

Mempengaruhi petani melakukan penjualan hasil TBS kelapa sawit ke pedagang pengepul karena pada saluran pemasaran ini petani sebagai produsen bisa menjual kepada pedagang pengepul, selanjutnya pedagang pengepul menjual kepada Pabrik sebagai konsumen akhir pemasaran kelapa sawit.

1) Jarak lokasi penjualan

Jarak lokasi penjualan juga menjadi alasan sebagian petani untuk memilih menjual hasil kelapa sawit secara tetap kepada pedagang pengepul tersebut, dimana petani akan mudah menjual TBS kelapa sawit tanpa menunggu waktu yang lama dan jarak yang jauh dengan ini alasan penuh pada petani dalam memilih saluran pemasaran.

2) Pembelian TBS kelapa sawit yang tidak di sortir

Pembelian Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit yang tidak disortir sering kali membuat petani lebih memilih untuk menjual TBS mereka kepada pedagang pengepul. Ketika TBS tidak disortir, kualitasnya dapat bervariasi, dan petani mungkin merasa sulit untuk mendapatkan harga yang baik jika menjual langsung ke perusahaan PKS. Pedagang pengepul biasanya membeli TBS dalam jumlah besar tanpa memilah kualitas, sehingga memudahkan petani untuk menjual seluruh hasil panennya sekaligus.

3) Adanya keterikatan pinjaman dengan pedagang Pengepul

Pembelian Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit yang tidak disortir sering kali membuat petani lebih memilih untuk menjual TBS mereka kepada pedagang pengepul. Ketika TBS tidak disortir, kualitasnya dapat bervariasi, dan petani mungkin merasa sulit untuk mendapatkan harga yang baik jika menjual langsung ke perusahaan PKS. Pedagang pengepul biasanya membeli TBS dalam jumlah besar tanpa memilah kualitas, sehingga memudahkan petani untuk menjual seluruh hasil panennya sekaligus.

KESIMPULAN

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

- 1) Saluran pemasaran kelapa sawit Tandan Buah Segar (TBS) di Desa Kartika Bhakti terdapat saluran pemasaran yaitu (Petani – Pedagang pengumpul – Perusahaan PKS), yang mempengaruhi petani saat menjual Tandan Buah Segar (TBS) ke pedagang pengepul karena jarak lokasi penjualan antara kebun kelapa sawit tidaklah jauh dari tempat penjualan, pembelian TBS kelapa sawit yang tidak disortir, adanya ikatan pinjaman dan sudah langganan. Jadi pedagang pengepul memainkan peran kunci sebagai penghubung antara petani dan PKS, namun juga dapat menjadi sumber ketergantungan ekonomi bagi petani kecil.
- 2) Marjin pemasaran Rp.964/kg menunjukkan adanya biaya dan keuntungan yang diambil oleh pelaku pemasaran dalam rantai distribusi kelapa sawit. Sementara itu, farmer share 67% mengindikasikan bahwa petani menerima sebagian besar dari harga jual akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar (2018) *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Hardani (2020) *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Khotler, K. (2009) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Khotler, P. dkk (2012) *Marketing Manajement 14E*. Ney Jersy: Pearson Education Inc.
- Kohls, R.. dkk (2002) *Marketing of Agricultural Products*. New York: MacMillan Publishing Company.
- Ratya, Anindita, dkk (2016) *Pemasaran Produk Pertanian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sastrosayono (2004) *Budidaya Kelapa Sawit*. Depok: Agro Media Pustaka.
- Statistik, B. (2024) *Kabupaten Seruyan Dalam Angka 2024*, BPS. Kabupaten Seruyan Kalimantan Tengah.
- Sudiyono (2002) *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan KUantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto (2015) *Penelitian Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Buku Seru.