

EFISIENSI PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS) DI DESA BANDAR TENGGULANG KECAMATAN BABAT SUPAT KABUPATEN MUSI BANYUASIN

Kusworo dan Harniatun Iswarini*

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Palembang

*email korespondensi: harniatuniswarini@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to analyze marketing efficiency of fresh fruit bunches. This research was conducted in Bandar Tenggara Village, Babt Supat District, Musi Banyuasin Regency from October to December 2020. The research method used was a survey. The sampling method used was Simple Random sampling and Snowball Sampling. Data collection methods used in this study were direct observation and interviews with respondents using a list of questions that had been prepared in advance. To answer the formulation the problem, namely calculating the margin and Farmer's Share obtained from the field, it is processed in tabulation and used quantitative descriptive analysis. The results of the research show that the marketing margin of the efficient marketing channel occurs in the fourth marketing channel with a price of Rp. 1830.00 / Kg. Judging from the farmer's share occurs in the fourth marketing channel, which is 98.36%. It shows that the marketing channel for fresh bunches (FFB) in Bandar Tenggara Village, Babat Supat District, Musi Banyuasin Regency is efficient.

Keywords: *efficiency, farmer's share, margin, marketing, FFB*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efisiensi pemasaran tandan buah segar. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bandar Tenggara Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi Banyuasin pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember 2020. Metode Penelitian yang di gunakan adalah survey. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah *Simple Random sampling dan Snowball Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu menghitung *margin dan Farmer's Share* yang di peroleh dari lapangan diolah secara tabulasi dan digunakan analisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin pemasaran saluran pemasaran yang efisien terjadi pada saluran pemasaran ke empat dengan harga sebesar Rp. 1830,00/ Kg. Dilihat dari *farmer's Share* terjadi pada saluran pemasaran ke empat yaitu sebesar 98,36%. Menunjukkan bahwa saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) Desa Bandar Tenggara Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi Banyuasin efisien.

Kata kunci: efisiensi, farmer's share, margin, pemasaran, TBS

PENDAHULUAN

Kelapa sawit merupakan salah satu komoditi perkebunan yang berperan cukup penting dalam membangun kegiatan perekonomian di Indonesia. Dewasa ini, kelapa sawit menjadi komoditas primadona bagi sebagian besar petani di Indonesia. Hal ini dikarenakan komoditas kelapa sawit memiliki prospek yang cukup besar dan masa depan yang cerah dalam meningkatkan taraf hidup petani di Indonesia. Hampir semua negara menggunakan minyak kelapa sawit untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya sehingga kelapa sawit menjadi komoditas unggulan yang dapat bersaing di kancah internasional. Berbicara tentang komoditas unggulan, Provinsi Sumatera Selatan, menjadi

produsen di urutan keenam terbesar kelapa sawit di Indonesia setelah Provinsi Riau, Kalimantan Tengah, Sumatera Utara, Kalimantan Barat, dan Jambi. Pada tahun 2018, produksi komoditas kelapa sawit di Sumatera Selatan mencapai 3,41 juta ton dengan luas areal sebesar 1,18 juta hektar (Direktorat Jenderal Perkebunan Sumatera Selatan, 2018).

Menurut Tamba (2016), luas areal perkebunan kelapa sawit yang ada di Sumatera Selatan akan terus meningkat yang disebabkan oleh hasrat keinginan masyarakat yang cukup besar terhadap perkebunan kelapa sawit yang terbar di setiap kabupaten yang ada di Sumatera Selatan. Perkebunan kelapa sawit merupakan bagian penting dari sistem

pendapatan keuangan masyarakat guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu masyarakat. Perkebunan kelapa swit merupakan alternatif bagi masyarakat dalam memilih pekerjaan yang sesuai dengan dasar kemampuan masyarakat. Perkebunan kelapa sawit juga terbukti dapat bertahan dalam kondisi krisis ekonomi Indonesia dalam akhir dekade lalu, dan sebagai alternatif terhadap sistem kapitalis dan sistem sosialis (Alma, 2004).

Terjadi peningkatan luas areal perkebunan kelapa sawit di Sumatera Selatan setiap tahunnya. Pada tahun 2016, total luas areal perkebunan kelapa sawit adalah 901.682 hektar. Luas areal perkebunan kelapa sawit mengalami peningkatan yang cukup drastis pada tahun 2017 yaitu 1.164.667 hektar. Realisasi program peremajaan kelapa sawit pada tahun 2017 menjadi salah satu faktor peningkatan luas areal perkebunan kelapa sawit dimana tanaman yang sudah tua dilakukan replanting atau penanaman kembali. Kemudian, pada tahun 2018 juga mengalami peningkatan dengan total luas areal perkebunan sebesar 1.187.905 hektar.

Dapat disimpulkan bahwa luas areal perkebunan kelapa sawit akan terus mengalami peningkatan pada tahun yang akan datang. Bertambahnya luas areal perkebunan juga diikuti dengan peningkatan produksi kelapa sawit yang dihasilkan perkebunan-perkebunan yang ada di Sumatera Selatan.

Kabupaten Musi Banyuasin yang merupakan satu dari sekian banyak daerah dengan pemerintahan otonom memiliki kekayaan alam yang melimpah, khususnya di sektor pertambangan dan energi, perkebunan, pertanian, pariwisata, dan potensi hasil hutan. Sampai sekarang ini Kabupaten Musi Banyuasin adalah salah satu daerah dengan produksi yang tinggi diantara kabupaten lainnya di provinsi Sumatera Selatan pada komoditas kelapa sawit. Kabupaten Musi Banyuasin memproduksi kelapa sawit sebanyak 431.790 ton dengan total luas areal perkebunan sebesar 43.006 hektar (BPS Musi Banyuasin, 2018). Selengkapnya luas areal dan produksi dapat diketahui lebih rinci di Tabel 1.

Tabel 1. Luas areal dan produksi perkebunan kelapa sawit menurut Kecamatan di Kabupaten Musi Banyuasin Tahun 2018

No	Kecamatan	Luas Areal (Ha)			Produksi TBS (Ton/Tahun)	Rata-Rata Produksi CPO Ton/Ha/Tahun
		TBM	TM	Jumlah		
1	Sekayu	78	156	250	2.076	12,07
2	Sungai Lilin	1.508	1.45	2.958	17.516	12,08
3	Sanga Desa	785	305	1.253	5.653	12,08
4	Lais	309	455	764	5.496	12,08
5	Babat Toman	1.665	2.224	3.889	26.886	12,08
6	Keluang	603	1.556	2.159	18.796	12,08
7	Lalan	599	3.985	4.584	48.139	12,08
8	Batang Hari Leko	157	462	619	6.467	14,00
9	Bayung Lencir	1.629	15.137	16.778	22.024	14,54
10	Lawang Wetan	97	215	451	4.276	12,08
11	Plakat Tinggi	263	348	611	3.987	11,46
12	Babat Supat	1.679	1.884	3.563	22.759	12,08
13	Sungai Keruh	168	203	371	1.815	8,94
14	Tungkal Jaya	807	3.197	4.756	47.704	12,08
Jumlah		10.347	31.577	41.924	431.790	13,22

Sumber: Dinas Perkebunan Musi Banyuasin, 2019
Keterangan: TBM = Tanaman Belum Menghasilkan
TM = Tanaman Menghasilkan

Kecamatan Babat Supat adalah salah satu wilayah di Kabupaten Musi Banyuasin. Kecamatan Babat Supat merupakan salah satu daerah yang maju di Sumatera Selatan, bahkan yang paling maju dibandingkan dengan Kecamatan lain yang berada di Musi Banyuasin. Salah satu faktor yang mempengaruhi daerah Babat Supat adalah letak lokasi yang strategis dimana lokasi daerah tersebut berada di jalan lintas Sumatera. Banyak kendaraan yang melewati daerah tersebut. Selain itu kekayaan alam yang dimiliki oleh Babat Supat merupakan faktor kemajuan daerah tersebut. Banyak perusahaan-Perusahaan migas dan perkebunan yang berada di Babat Supat. Kebanyakan Masyarakat Babat Supat berusaha komoditi kelapa sawit, harga kelapa sawit yang sangat tinggi membuat masyarakat Babat Supat berbondong – bondong membuka lahan sawit dengan cara swadaya. Dalam pengelolaan hasil panennya Petani mandiri atau swadaya membutuhkan bantuan dari pabrik pengolahan kelapa sawit (PPKS) untuk dapat diolah menjadi TBS.

Bandar Tenggulang merupakan salah satu penghasil TBS yang tinggi di bandingkan daerah lain dengan 2.682 Ton/Tahun. Masyarakat di Desa Bandar Tenggulang sebagian besar petani kelapa sawit. Harga kelapa sawit yang tinggi membuat masyarakat Desa Bandar Tenggulang berbondong-bondong membuka lahan sawit, dengan cara membuka secara swadaya yang menjadi persoalan adalah petani swadaya dalam pengolahan hasil panennya, petani mandiri atau swadaya membutuhkan bantuan dari Pabrik Pengolahan Kelapa Sawit (PKS) untuk dapat diolah menjadi tandan buah segar (TBS).

Menurut Ramadhansyah (2017), petani mandiri atau petani swadaya adalah petani yang sejak awal mengusahakan sendiri dan mengelola kebunnya secara mandiri. Dana yang dikeluarkan adalah milik sendiri untuk keperluan sarana dan prasarana produksi hingga sampai ke tahap pemasaran hasil panen. Hasil panen kelapa sawit adalah tandan buah segar (TBS). Petani swadaya dapat menjual hasilnya langsung ke pabrik atau melalui lembaga pemasaran yang ada di daerah setempat, biasanya ke pedagang pengumpul atau pedagang besar. Hal ini akan mempengaruhi harga yang diterima petani.

Petani pola swadaya melakukan usaha atau pengelolaan kebun yang dilakukan oleh

masyarakat secara swadaya dengan dana sendiri dan usaha mandiri mulai dari pengadaan sarana dan prasarana produksi sampai dengan pemasaran hasil panen kelapa sawit berupa tandan buah segar (TBS), sedangkan pemasaran kelapa sawit dalam bentuk TBS ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS) dilakukan petani kelapa sawit swadaya melalui lembaga pemasaran yang ada. Pada umumnya, pemasaran kelapa sawit dalam bentuk TBS merupakan permasalahan yang sering dihadapi oleh petani swadaya. Pemasaran TBS ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS) yang dilakukan oleh petani swadaya banyak dilakukan melalui lembaga pemasaran yang ada.

Pada daerah Desa Bandar Tenggulang Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi Banyuasin TBS kelapa sawit dijual ke PT. Hamita Utama Karsa oleh petani dan pedagang pengumpul. PT. Hamita Utama Karsa merupakan salah satu perusahaan pengelola kelapa sawit menjadi Crude Palm Oil (CPO). Kegiatan produksi untuk menghasilkan CPO, sangat bergantung pada TBS kelapa sawit sebagai bahan bakunya. Pasokan TBS diperoleh dari petani non perkebunan inti rakyat (PIR). Tandan buah segar (TBS) kelapa sawit dari petani dijual ke pedagang pengumpul, lalu TBS dibeli oleh PT. Hamita Utama Karsa sebagai perusahaan inti. Tandan buah segar (TBS) dari petani tersebut bersama tandan buah segar (TBS) dari kebun sendiri diolah menjadi Crude Palm Oil (CPO) di pabrik pengolahan kelapa sawit (PKS) milik PT. Hamita Utama Karsa. Harga TBS yang semakin menurun membuat masyarakat Desa Bandar Tenggulang semakin resah. Ini menjadi titik permasalahan yang cukup penting di Desa Bandar Tenggulang. Banyak faktor yang menjadi penentu harga TBS itu sendiri, salah satunya adalah panjangnya rantai pemasaran menyebabkan keuntungan yang diterima petani semakin kecil. Diperlukan adanya penanganan yang lebih baik dari sistem pemasaran komoditi ini. Sistem pemasaran yang baik akan memberikan keuntungan yang lebih besar kepada petani khususnya petani swadaya sehingga akan merangsang petani untuk meningkatkan produksinya baik segi kualitas maupun kuantitas.

Panjang pendeknya rantai pemasaran akan menentukan efisiensi pemasaran. Menurut Mubyarto (1998), suatu system pemasaran dianggap efisien kalau mampu

menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen akhir dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir pada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut. Indikator lain untuk mengetahui efisiensi pemasaran yaitu dengan melihat margin pemasaran dan *farmer's share* yang diperoleh dari setiap saluran pemasaran. Permasalahannya adalah para petani belum mengetahui berapa besar *farmer's share* yang mereka peroleh dan bagaimana bentuk saluran pemasarannya hingga ke tangan konsumen sehingga mengindikasikan bahwa keuntungan usahatani belum mencapai maksimal.

Berdasarkan dari uraian di atas maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui saluran dan efisiensi pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) di Desa Bandar Tenggara Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi Banyuasin.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bandar Tenggara Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi Banyuasin dengan mempertimbangkan bahwa produksi kelapa sawit cukup tinggi dan kelapa sawit merupakan penghasilan utama masyarakat. Penelitian ini di dilakukan selama tiga bulan yaitu pada bulan September – Desember tahun 2020.

Populasi dalam penelitian ini adalah petani kelapa sawit, pedagang pengumpul kecil (pedagang yang membeli TBS langsung ke petani kelapa sawit secara kontan) dan pedagang pengumpul besar yaitu pedagang pengumpul yang membeli TBS kepada petani kelapa sawit dengan sistem langganan. Pengambilan sampel pada petani menggunakan metode acak sederhana (*simple random sampling*). Hal ini karena mempermudah peneliti dengan menghemat biaya dan waktu. Untuk menentukan sampel pada penelitian ini maka digunakan rumus *slovin*. Jumlah populasi Petani Kelapa sawit dalam penelitian ini sebanyak 220 petani maka dari perumusan di atas diperoleh sampel sebanyak 37 petani di Desa Bandar Tenggara Kecamatan Babat Supat.

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

$$n = \frac{220}{1 + (220 \times (0,15)^2)} = 37$$

Keterangan:

N = Jumlah Populasi Petani Swadaya

n = Jumlah sampel yang diambil untuk diteliti

e = Tingkat presisi (15%)

Sedangkan responden alur tataniaga TBS di lokasi penelitian di ambil berdasarkan informasi petani. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *snowball*, yakni dengan menelusuri alur pemasaran dari petani TBS hingga konsumen akhir (PKS) di daerah Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi Banyuasin.

Data yang telah diperoleh selanjutnya dilakukan pengolahan data. Data-data dan informasi yang telah terkumpul diolah dengan bantuan program *Microsoft Excel*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Penelitian ini ditujukan untuk mencari efisiensi tataniaga dari kelapa sawit di Bandar Tenggara Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi banyuasin. Efisiensi tataniaga kelapa sawit dapat diperoleh melalui analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Penelitian analisis kualitatif efisiensi tataniaga kelapa sawit meliputi lembaga dan saluran pemasaran tataniaga.

Untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini dengan analisis kuantitatif dilakukan dengan rumus margin tataniaga, dan *farmer's share*, terhadap biaya. Efisiensi tataniaga sendiri dapat dilihat dari margin pemasaran dan *farmer's share*.

a. Analisa Margin Tataniaga

Menurut Soekartawi (2002), margin pemasaran adalah selisih atau perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen dari harga yang dibayarkan, terdiri dari biaya untuk menyalurkan atau memasarkan hasil produksi dan keuntungan lembaga pemasaran. Margin pemasaran dapat pula didefinisikan selisih harga penjualan dengan harga pembelian. Margin pemasaran biasanya dinyatakan dalam harga mutlak atau persentase dengan rumus:

$$\text{Margin Pemasaran} = \text{Harga Jual} - \text{Harga Beli}$$

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Marjiin pemasaran dikatakan efisien apabila angkanya mendekati 0

2. Semakin kecil nilai marjiin pemasaran maka semakin efisien suatu pemasaran. Selain itu pemasaran dapat dikatakan efisien apabila nilai harga yang diterima petani lebih besar daripada marjiin pemasaran keseluruhan.

b. Analisa *Farmer's Share*

Farmer's share adalah proporsi dari harga yang diterima petani produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir yang dinyatakan dalam persentase. *Farmer's share* dapat digunakan dalam menganalisis efisiensi saluran tataniaga dengan membandingkan seberapa besar bagian yang diterima oleh petani dari harga yang dibayarkan konsumen akhir.

Jika harga yang ditawarkan pedagang/lembaga tataniaga semakin tinggi dan kemampuan konsumen dalam membayar harga semakin tinggi, maka bagian yang diterima oleh petani akan semakin sedikit. Hal ini dikarenakan petani menjual komoditinya dengan harga yang relatif rendah. Dengan demikian dapat diketahui *Farmer's share* berhubungan negatif dengan marjin tataniaga, artinya semakin tinggi marjin tataniaga maka bagian yang akan diperoleh petani (*Farmer's share*) semakin rendah. *Farmer's share* akan menunjukkan apakah tataniagamemberikan balas jasa yang seimbang kepada semua pihak yang terlibat dalam tataniaga. Analisis bagian harga petani bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani dari harga di tingkat konsumen yang dinyatakan dalam persentase. Besarnya bagian harga yang diterima petani. Secara matematis *farmer's share* dapat dirumuskan dengan :

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

Keterangan:

Fsi = Persentase yang diterima petani (%)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir atau pabrik pengolahan (Rp/kg)

Semakin mahal konsumen membayar harga yang ditawarkan oleh lembaga pemasaran (pedagang), maka yang diterima oleh petani akan semakin sedikit, karena petani menjual komoditi pertanian dengan harga yang relatif rendah. Hal ini

memperlihatkan adanya hubungan negatif antara marjin pemasaran dengan bagian yang diterima oleh petani. Semakin besar marjin maka penerimaan petani relatif kecil.

Indikator efisien pemasaran dapat diukur dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika *share* yang diterima petani lebih besar dari *share margin* pemasarannya atau *share* yang diterima petani mendekati 100% maka saluran pemasaran tersebut dikategorikan efisien
2. Jika *share* harga yang diterima petani lebih kecil dari *share margin* pemasarannya, maka saluran pemasaran tersebut dikategorikan tidak efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas Pemasaran Tandan Buah Segar di Desa Bandar Tenggulang

Kegiatan pemasaran tandan buah segar merupakan kegiatan yang cukup penting di Desa Bandar Tenggulang. Bagi petani kelapa sawit di Desa Bandar Tenggulang, tandan buah segar merupakan komoditi penting sebagai sumber penghasilan pokok. Hampir semua petani di Desa Bandar Tenggulang menyatakan pengasilan petani utama berasal dari penjualan tandan buah segar. Petani kelapa sawit melakukan pemanenan dengan rotasi 2 minggu, ada yang melakukan pemanenan sendiri dengan dibantu keluarga dan ada juga yang menggunakan tenaga kerja pemanen. Jarak rumah petani kekebun kurang lebih 1-3 km biasanya petani menggunakan sepeda motor yang telah di modifikasi menggunakan keranjang untuk di angkut menuju ke tempat penimbangan yang berada di jalan poros. Hal yang unik ketika pemanenan saat musim hujan karena terkendala jalan yang rusak jadi petani menggunakan drum atau terpal untuk mengangkut tandan buah segar dari pasar pikul menuju TPH (tempat pengumpulan hasil).

Proses pemasaran biasanya petani di Desa Bandar Tenggulang menjual tandan buah segar langsung mengantarnya ke tempat penimbangan di jalan poros., Jarak dari kebun ke jalan poros berjarak 1 km biasanya petani menggunakan motor. Pada umumnya jarak pemanenan dengan penimbangan biasanya 1-2 hari. Berdasarkan hasil penelitian di Desa Bandar Tenggulang terdapat 5 pedagang pengumpul desa yang menyalurkan tandan buah segar baik ke pabrik maupun Pedagang besar (PB). Namun ada sebagian yang

langsung menjualnya ke pabrik maupun Pedagang besar (PB). Umumnya pedagang pengumpul membeli harga tandan buah segar dengan selisih harga yang tidak terlalu beda. Petani menjual kepada pedagang pengumpul karena antara petani dengan pedagang pengumpul sudah mempunyai hubungan kekerabatan dan petani mendapatkan pinjaman sehingga terjalinnya hubungan yang baik. Pinjaman akan sangat di perlukan pada musim buah sedikit, dimana petani memanen dengan produksi sedikit sedangkan kebutuhan pokok harus dipenuhi dan juga untuk perawatan tanaman. Petani memiliki hutang akan terikat menjual tandan buah segarnya kepada pedagang yang memberikan pinjaman. Apabila petani telah memanen tandan buah segar maka sebagian hasil panen tersebut akan digunakan untuk membayar hutang. Walaupun sebagian hasil panen tersebut tidak menutupi semua hutang petani.

Namun pengumpul desa tidak selalu menentu harus di bayar karena alasan sosial dan lain lain. Petani dengan pedagang pengumpul juga kerap melakukan arisan. Arisan yang di lakukan yaitu arisan daging sapi dan arisan uang. Arisan daging sapi biasanya di lakukan dalam setiap kali gajian panen tandan buah segar, hasilnya akan dinikmati ketika hari raya Idul Fitri. Tujuan hal ini di lakukan supaya masyarakat mampu menikmati daging sapi yang ketika pada hari raya harganya melonjak. Dalam satu kali panen biasanya Rp. 15.000,00, para petani pun sangat antusias. Biasanya dalam 1 pedagang pengumpul desa mencapai 40 orang. Adapun arisan yang kedua yaitu arisan biasa dengan uang.

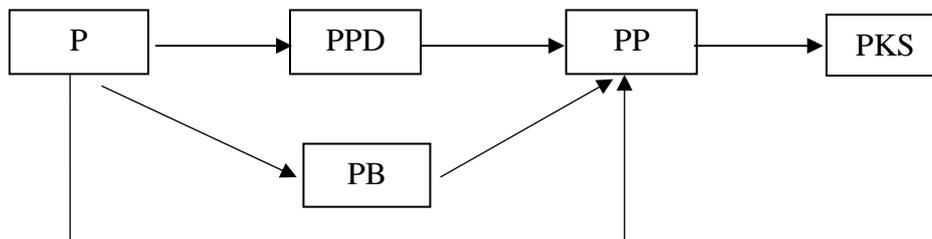
Apabila hasil panen kurang maka

pedagang pengumpul menutupinya terlebih dahulu untuk pembayaran daging dan arisan. Hal inilah yang menjadi alasan dari petani masih mengandalkan pedagang pengumpul, jiwa sosial yang tinggi di pedesaan membuat petani terbantu dengan keberadaan pedagang pengumpul desa.

Hasil wawancara dengan petani menunjukkan bahwa sebagian besar petani menjual tandan buah segar ke pedagang pengumpul yang berada di Desa Bandar Tenggara, hanya beberapa petani yang menjualnya ke pedagang besar (PB) dan pabrik pengolahan kelapa sawit. Kegiatan transaksi akan di bayar 1-3 hari setelah penimbangan dengan di antar kerumah petani. Namun apabila petani akan meminta terlebih dahulu bias, namun hanya sebagian petani yang diberikan. Ketergantungan petani dengan pedagang bisa saja dikurangi dengan cara pembentukan suatu lembaga pemasaran tandan buah segar sehingga petani bisa bersama sama mengumpulkan tandan buah segar dan menjualnya langsung ke pabrik pengolahan. Terdapat 4 saluran pemasaran tandan buah segar di Desa Bandar Tenggara Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi Banyuasin, dapat dilihat pada Gambar 1.

Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar di Desa Bandar Tenggara

Berikut ini adalah hasil penelitian mengenai analisis tataniaga tandan buah segar di Desa Bandar Tenggara Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi Banyuasin. Untuk mengetahui *margin* pemasaran dan *farmer's share* yang terlibat dalam pemasaran dapat dilihat pada Tabel 2.



Keterangan: P : Petani
PB : Pedagang Besar
PPD : Pedagang Pengumpul Desa
PP : Pedagang Perantara
PKS : Pabrik Kelapa Sawit

Gambar 1. Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar di Desa Bandar Tenggara

Tabel 2. Analisis Marjin Pemasaran dan *Farmer's Share* pada Masing Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) di Desa Bandar Tenggara

No	Saluran Pemasaran	Harga beli (Rp/kg)	Harga jual (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Farmer Share (%)
1	Saluran I				
	P	-	1630		90,55
	PPD	1630	1780	150	
	PP	1780	1800	20	
	PKS	1800			
2	Saluran II				
	P	-	1619		83,23
	PPD	1619	1765	146	
	PB	1765	1795	30	
	PP	1795	1945	150	
PKS	1945				
3	Saluran III				
	P	-	1765		89,59
	P	1765	1790	25	
	PB	1790	1970	180	
	PP	1970			
PKS					
4	Saluran IV				
	P	-	1800		98.36
	P	1800	1830	30	
	PP	1830			
PKS					

Sumber. Hasil olahan data primer, 2020

Keterangan : P : Petani
PPD : Pedagang Pengumpul Desa (tengkulak)
PB : Pedagang Besar
PKS : Pabrik pengolahan kelapa sawit

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dengan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir atau dapat dikatakan bahwa margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen (Tety dkk, 2013).

Farmer's share merupakan bagian yang diterima petani terhadap harga yang di bayarkan konsumen akhir. Harga yang diterima oleh petani dalam penelitian ini merupakan harga beli ditingkat pedagang pengumpul dan harga yang dibayarkan konsumen akhir adalah pedagang pengumpul besar. *Share* pedagang adalah persentase dari hasil bagi antara harga di tingkat pedagang dengan harga di tingkat konsumen akhir (Koskarino, 2012).

Marjin pemasaran dan *farmer's share* di gunakan untuk mengetahui efisiensi pemasaran suatu produk dari tingkat produsen ke tingkat konsumen akhir. Besarnya margin pemasaran ditentukan oleh biaya pemasaran yang terjadi dengan besarnya keuntungan di setiap lembaga

pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. untuk mengetahui hasil pembagian harga yang di terima oleh petani di bandingkan dengan konsumen akhir di gunakan analisi *farmer's share*. *farmer's share* memiliki hubungan negative dengan margin pemasaran dimana semakin tinggi margin pemasaran, maka keuntungan yang di terima petani semakin rendah..

Dapat dilihat dari Tabel 2 saluran pemasaran tandan buah segar di Desa Bandar Tenggara Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi Banyuasin terdapat 4 saluran pemasaran yaitu :

Pada saluran pemasaran I, petani kelapa sawit menjual tandan buah segar (TBS) ke pedagang pengumpul yang ada di Desa Bandar Tenggara seharga 1630,-/kg, lalu kemudian pedagang pengumpul menjual tandan buah segar kepada pabrik kelapa sawit seharga 1.800,-/kg melalui pedagang perantara dengan harga 1.780/kg. *Magrin* pemasarannya sebesar 150,-/kg dan untuk pedagang perantara 20,00/kg. Sedangkan untuk *farmer's share* pada saluran pemasaran

ini adalah sebesar 90,55% sehingga dikatakan efisien.

Pada saluran pemasaran II, petani kelapa sawit menjualnya ke pedagang pengumpul desa (PPD) seharga Rp. 1.619,-/kg lalu kemudian kepada pedagang besar (PB) yang ada di Kecamatan Babat Supat seharga Rp. 1.765,-/kg, sehingga di dapat *margin* pemasaran sebesar 146,-/kg, lalu ke pedagang perantara (PP) seharga Rp. 1.795/kg di dapat *margin* sebesar Rp. 30,00. Setelah itu pedagang perantara (PP) menjual tandan buah segar kepada pabrik kelapa sawit (PKS) seharga 19.45,-/kg yang memiliki *margin* pemasaran sebesar 150,-/kg. Sedangkan untuk *farmer's share* untuk saluran pemasaran ini sebesar 83,23% sehingga dikatakan efisien.

Pada saluran pemasaran III, petani kelapa sawit menjual tandan buah segar (TBS) kepada pedagang besar (PB) dengan harga 17.65,-/kg yang kemudian ke pedagang perantara (PP) seharga 1.790,- /kg kemudian menjual ke pabrik kelapa sawit sebesar 1.970,-/kg dengan *margin* sebesar 25,00,-/kg dan 180,-/kg. Sedangkan untuk *Farmer's Share* untuk saluran pemasaran ini sebesar 89,59% sehingga dikatakan efisien.

Pada saluran pemasaran IV, merupakan saluran pemasaran terpendek dimana petani kelapa sawit langsung menjual tandan buah segar (TBS) kepada pabrik kelapa sawit (PKS) melalui pedagang perantara sebesar Rp. 1800,00-/kg kemudian ke pabrik kelapa sawit (PKS) sebesar 1.830,-/kg dengan *margin* Rp. 30,00 ,-/kg dan sedangkan *farmer's share* untuk saluran pemasaran ini sebesar 98,36%.

Menurut Mubyarto (1987), sistem pemasaran dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat, yaitu :

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya.
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produsen dan pemasaran barang itu.

Sistem pemasaran yang efisien akan tercipta apabila seluruh lembaga yang terlibat dalam pemasaran memperoleh kepuasan dengan aktifitas tataniaga tersebut. Dilihat pada tabel 14. *Margin* pada saluran pemasaran I yaitu, pada pedagang

pengumpul sebesar 150,-/kg dan pedagang perantara sebesar 20,-/kg. Untuk saluran pemasaran ke II yaitu, pada tingkat pedagang pengumpul 146,-/kg, pedagang besar sebesar 30,-/kg dan pedagang perantara sebesar 150,-/kg. Untuk saluran pemasaran ke III yaitu, pada tingkat pedagang pengumpul besar sebesar 25,-/kg, dan pedagang perantara sebesar 180,-/kg. Sedangkan untuk saluran pemasaran ke IV, yaitu sebesar 30,-/kg.

Margin pemasaran terendah terjadi pada saluran pemasaran ke IV dengan *margin* sebesar 30,-/kg. Sedangkan *margin* pemasaran tertinggi terjadi pada saluran pemasaran ke I yaitu pada tingkat pedagang pengumpul desa dengan *margin* sebesar 170,-/kg. Jadi, apabila dilihat dari *margin* pemasaran, saluran pemasaran yang paling efisien terjadi pada saluran pemasaran ke IV dengan *margin* 30,-/kg. Karena, jika *margin* pemasaran antara produsen dengan dengan konsumen semakin kecil atau mendekati nol (0) maka pemasaran dapat dikatakan efisien.

Untuk *share* pada saluran pemasaran ke I yaitu sebesar 90,55%, pada saluran pemasaran ke II sebesar 83,23%, pada saluran pemasaran ke III sebesar 89,59%, sedangkan untuk saluran pemasaran ke IV sebesar 98,36%. *Share* terendah terjadi pada saluran pemasaran II dengan *share* sebesar 83,23%. Sedangkan untuk *share* tertinggi terjadi pada saluran pemasaran ke IV dengan *share* sebesar 98,36%. Jadi apabila dilihat dari *share* yang terjadi maka saluran pemasaran yang paling efisien terjadi pada saluran pemasaran ke IV. Karena, Jika *share* yang diterima petani lebih besar dari *share margin* pemasarannya atau *share* yang diterima petani mendekati 100% maka saluran pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka dapat diambil kesimpulan bahwa saluran yang paling efisien dilihat dari *margin* pemasaran dan *farmer's share* terdapat pada saluran keempat dengan *margin* pemasaran sebesar 30 -/kg dan *farmer's share* sebesar 98.36%.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka di sarankan Supaya petani di Desa Bandar Tenggara melakukan kegiatan

dengan kelompok ataupun bergabung hal ini supaya memutus rantai pemasaran, petani pun dapat memilih harga yang terbaik sehingga untung yang didapat besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Asmarantaka R.W, 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor
- Atama, A. 2015. Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit pada Petani Swadaya di Desa Simpang Kelayang Kecamatan Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu.
- Badan Pusat Statistik Musi Banyuasin. 2018. *Kecamatan Sungai Lilin dalam Angka 2018* [Internet]. Sekayu. www.musibanyuasinkab.bps.go.id. (Diakses pada tanggal 05 juni 2020)
- Dinas Perkebunan Musi Banyuasin. 2019. Laporan Tahunan. Provinsi Sumatera Selatan. Palembang.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2018. *Kelapa Sawit* [Internet]. Jakarta. www.ditjenbun.pertanian.go.id. (Diakses pada tanggal 05 Juni 2020)
- Harahap, G. 2017. Analisis Efisiensi Tataniaga Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit (Study Kasus: Petani Perkebunan Inti Rakyat Desa Meranti Paham Kecamatan Panai Hulu, Kabupaten Labuhan Batu).
- Mubyarto. 1998. Pengantar Ekonomi Pertanian, Edisi III. Jakarta: LP3ES.
- Ramadhansyah, E. 2017. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Rakyat (Studi Kasus: Kecamatan Bangko Pusako, Kabupaten Rokan Hilir, Riau). Skripsi S1. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori Dan Aplikasi. Rajawali Persada. Jakarta.
- Tamba, M.G. 2016. Dampak Penurunan Harga Tandan Buah Segar (TBS) terhadap Sumber Mata Pencaharian dan Pendapatan Petani Swadaya di Desa Berlian Makmur Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin.