

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS)
KELAPA SAWIT DI DESA TASOKKO KECAMATAN KAROSSA
KABUPATEN MAMUJU TENGAH**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2021**

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS)
KELAPA SAWIT DI DESA TASOKKO KECANATAN KAROSSA
KABUPATEN MAMUJU TENGAH**



Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S-1)

25/03/2021

1 cap
Smb. Alumni

R/0015/AGB/21 4
SAF
a⁹

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS)
Kelapa Sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa
Kabupaten Mamuju Tengah.

Nama : Safriamat
Stanbuk : 105961110616
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. Jumiati, S.P., M.M.
NIDN. 0912087504

Andi Amran Asriadi, S.P., M.Pd., M.P.
NIDN. 0919038302

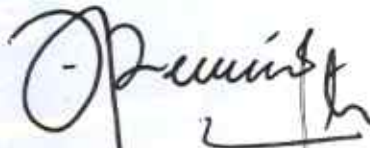
Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Prodi Agribisnis



Dr. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P.
NIDN. 0912066901



Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
NIDN. 0921037003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah segar (TBS) kelapa sawit diDesa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.

Nama : Safriamat

Stambuk : 105961110616

Program : Studi Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. Jumiaty, S.P., M.M.
Ketua Sidang

2. Andi Amran Asriadi, S.P., M.Pd., M.P.
Sekertaris

3. Dr. Dewi Puspita Sari., S.P., M.Si.
Anggota

4. Asriyanti Svarif, S.P., M.Si.
Anggota

Tanggal Lulus : 19 Februari 2021

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Safriamat
Stambuk : 105961110616
Program : Studi Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Judul : Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah segar (TBS) kelapa sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan didepan tim penguji adalah hasil karya sendiri dan bukan hasil ciptaan orang lain atau dibuatkan oleh siapapun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 20 Desember 2021



Safriamat
105961110616

ABSTRAK

Safriamat. 105961110616. *Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.* dibimbing oleh Jumiati dan Andi Amran Asriadi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, dan perbedaan margin dan Farmer share pada saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) Kelapa Sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.

Penentuan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan jumlah populasi sebanyak 139 orang, maka jumlah populasi yang diambil yaitu 12% dari jumlah petani sebanyak 17 orang. Sedangkan penentuan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode snow ball sampling sebanyak 3 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan pencatatan. Analisa data yang digunakan adalah dengan pendekatan margin pemasaran dan farmer's share.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu pemasaran I (Petani – Pedagang pengumpul – Pabrik), saluran pemasaran II (Petani – Pabrik). Margin pemasaran I sebesar Rp 300/kg, margin pemasaran II tidak mempunyai margin karena petani langsung menjual ke pabrik. Bagian harga yang diterima petani atau farmer share pada saluran I dan saluran II yaitu pada saluran I farmer share yang diterima sebesar 76,923% dan saluran II sebesar 100%. Farmer share tertinggi terdapat pada saluran II dan farmer share yang terkecil terdapat di saluran I.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Tandan Buah Segar, Kelapa Sawit

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tidak berhenti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa saya kirimkan kepada rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit di Desa Tasokko, Kecamatan Karossa, Kabupaten Mamuju Tengah".

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana pertanian pada fakultas pertanian universitas muhammadiyah makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Jumiati S.P., M.M., selaku pembimbing utama dan Andi Amran Asriadi S.P M.Pd., M.P., selaku pembimbing pendamping yang senang tiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. Bapak Dr. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Ibu Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar

4. Kedua orang tua ayah handa Da'aming dan ibunda Hasaniah, beserta keluarga yang senangtiasa memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
6. Kepada pihak pemerintah Kecamatan Karossa khususnya kepala Desa Tasokko beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Daerah tersebut.
7. Semua pihak yang telah membantu menyusun skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga kebaikan-kebaikan Allah senangtiasa terecurah kepadanya. Aamiin.

Makassar, 19 Februari 2021



Safriamat

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUT.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
PERYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penulisan.....	5
1.4 Kegunaan Penulisan.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.2 Fungsi Pemasaran.....	7
2.3 Lembaga Pemasaran.....	8
2.4 Margin Pemasaran.....	10
2.5 Farmer's Sahare.....	11
2.6 Tanaman Kelapa Sawit.....	12
2.7 Penelitian Terdahulu.....	14
2.8 Kerangka Pikir.....	18

III. METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.4 Teknik pengumpulan Data.....	21
3.5 Analisis Data.....	22
3.6 Definisi Oprasional.....	23
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	25
4.1 Letak Geografis.....	25
4.2 Kondisi Demografis.....	25
4.3 Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	27
4.4 Mata Pencaharian.....	28
V. HASIL DAN PEMAHASAN.....	29
5.1 Identitas Responden.....	29
5.2 Saluran Penelitian.....	33
5.3 Margin, Biaya, Dan Keuntungan Pemasaran Kelapa Sawit.....	36
5.4 Farmer Share.....	40
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	43
6.1 Kesimpulan.....	43
6.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Luas Areal dan Produksi Tanaman Perkebunan Kelapa Sawit/Oil Palm Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman (ha/ton) di Kabupaten Mamuju Tengah.....	2
2.	Penelitian Terdahulu.....	12
3.	Wilayah dan Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Tasokko.....	25
4.	Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Tahun 2019.....	27
5.	Jenis Mata Pencarian di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.....	28
6.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Umur Responden di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah, 2019.....	29
7.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah, 2020.....	30
8.	Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Tasokko Kabupaten Mamuju Tengah.....	31
9.	Pengalaman Usaha Tani Kelapa Sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.....	32
10.	Biaya-biaya Pemasaran Tandan Buah Segar di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.....	39
11.	Margin dan Keuntungan Pada Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.....	39
12.	Perhitungan <i>Farmer share</i> Kelapa Sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.....	41

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pikir Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.....	19
2.	Pola Pemasaran.....	34



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perkebunan mempunyai peluang yang sangat besar untuk dijadikan sebagai ekspor. Salah satu komoditas pertanian yang dikembangkan di Indonesia saat ini adalah perkebunan kelapa sawit. Kelapa sawit memiliki banyak keunggulan salah satunya adalah kedudukannya sebagai komoditas ekspor tertinggi di Indonesia. Permintaan kelapa sawit semakin terus meningkat sejalan dengan berkembangnya teknologi dalam mengolahnya. Salah satu usaha pemerintah dalam mengembangkan perkebunan kelapa sawit adalah memperluas lahan perkebunan, pemerintah terus melaksanakan targetnya hingga laju perluasan kebun kelapa sawit kini sudah mencapai 800 ribu hektar per tahun. Saat ini Indonesia sudah mengembangkan 4 juta hektar lahan budidaya kelapa sawit dan dalam waktu dekat pemerintah berencana akan mengembangkan komoditas ini menjadi 5,5 juta hektar. (Risza, S, 2012).

Kelapa sawit merupakan salah satu tumbuhan industri atau perkebunan yang berguna sebagai penghasil minyak dan bahan bakar. Tumbuhan kelapa sawit terdiri dari dua spesies yaitu *elais guineensis* dan *elais oleifera* yang digunakan sebagai komersial dalam pengeluaran minyak kelapa sawit. Tanaman kelapa sawit memerlukan kondisi lingkungan yang baik agar mampu tumbuh dan berproduksi secara optimal. Keadaan iklim dan tanah merupakan faktor utama bagi pertumbuhan kelapa sawit, disamping faktor lainnya seperti sifat genetika, perlakuan budidaya, dan penerapan teknologi lainnya. Struktur ekonomi Indonesia

yang masih sangat berstandar pada sector pertanian, minyak dan gas-alam (Wibowo, 2004).

Kelapa sawit merupakan tanaman perkebunan terpenting di Provinsi Sulawesi Barat khususnya di Kabupaten Mamuju Tengah. Pada sektor pertanian terdiri dari tanaman pangan, hortikultura, dan tanaman perkebunan. Luas areal tanaman perkebunan kelapa sawit di kabupaten Mamuju Tengah pada tahun 2019 sebesar 42.998 hektar (BPS Mamuju Tengah, 2019). Untuk luas areal dan tingkat produksi kelapa sawit di Kabupaten Mamuju Tengah menurut Kecamatan dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Luas Areal dan Produksi Tanaman Perkebunan Kelapa Sawit/Oil Palm Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman (ha/ton) di Kabupaten Mamuju Tengah.

Kecamatan	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Persentase (%)
Pangale	1.665	4.129	3,89
Budong Budong	9.592	24.096	22,73
Tobadak	11.153	25.700	24,24
Topoyo	7.291	21.158	19,96
Karossa	12.297	30.920	29,16
Mamuju Tengah	41.998	106.003	100

Sumber: Data BPS, Statistik Pertanian Hortikultura Kabupaten Mamuju Tengah 2019.

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa ada dua di Kabupaten Mamuju Tengah penghasil kelapa sawit terbanyak yaitu Kecamatan Tobadak dengan luas 11.153 Ha dengan produksi 25.700 Ton dan Kecamatan Karossa dengan luas 12.297 Ha dengan produksi 30.920 Ton. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa masyarakat yang berada di Kabupaten Mamuju Tengah mengantungkan hidupnya dengan berkebun kelapa sawit. Khususnya di Kecamatan Karossa mengantungkan hidupnya dengan bertani kelapa sawit karena lebih menguntungkan, pemeliharaannya juga yang lebih mudah dibandingkan dengan

bertani ladang dan sawah serta semakin tingginya kebutuhan hidup dan berkurangnya pendapatan sebagai petani ladang dan sawah. Seperti kita ketahui, kelapa sawit merupakan komoditas pertanian yang berproduktifitas tinggi. Apalagi, di Kabupaten Mamuju Tengah memiliki 3 perusahaan kelapa sawit yang telah berdiri di kabupeten Mamuju Tengah yakni perusahaan Terniti, Global dan Surya Raya Lestari 2 yang mengolah hasil sawit, (BPS Mamuju Tengah, 2019).

Dalam upaya tersebut mencakup persiapan lahan secara bertahap, pengelolaan kebun secara rutin, dan penggunaan teknologi baru. Selain itu, strategi ini harus didukung dengan penyediaan infrastruktur (sarana dan prasarana) serta kebijakan pemerintah yang kondusif dan komprehensif mulai dari perencanaan dan pelaksanaannya (pembenihan, budidaya dan pemeliharaan, pengolahan hasil, pengembangan usaha, dan pemberdayaan masyarakat) hingga evaluasi usaha. (BPS, Mamuju Tengah, 2019).

Pemasaran kelapa sawit adalah suatu proses aliran pemasaran atau perpindahan hak milik dengan penciptaan seperti guna waktu, guna tempat, dan guna bentuk yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih. Kecamatan Karossa dalam proses jual beli tandan buah segar (TBS) kelapa sawit yang telah berjalan pada petani terdapat perbedaan saluran pemasaran dari produsen sampai konsumen. Petani sebagai produsen dengan harga yang ditawarkan rata-rata sebesar Rp. 1.000 - 1.300/kg kepada lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul.

Dalam memasarkan hasil perkebunan kelapa sawit, perbedaan pemilihan sistem pemasaran menghasilkan perbedaan harga yang diterima oleh petani. Hal

ini disebabkan setiap saluran pemasaran melibatkan jumlah lembaga pemasaran yang berbeda pula. Panjangnya sistem pemasaran berpengaruh terhadap penambahan biaya yang muncul dari setiap lembaga pemasaran tersebut, sebaliknya, semakin pendek sistem tataniaga, maka biaya dan margin tataniaga semakin rendah, harga yang harus dibayarkan konsumen semakin rendah, harga yang diterima produsen semakin tinggi (Daniel, 2005).

Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah?
2. Bagaimana perbedaan margin pemasaran dan *farmer's share* pada saluran pemasaran di Desa Tasokko, Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.
2. Perbedaan margin pemasaran dan *farmer's share* pada saluran pemasaran di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.

1.4 Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada fakultas Pertanian di Universitas Muhammadiyah Makassar, dan tujuan menambah pengetahuan dan pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di jurusan agribisnis dan juga agar peneliti mengetahui masalah saluran pemasaran yang ada di Desa Tasokko, Kecamatan Karossa.
2. Bagi pemerintah setempat sebagai bahan informasi kepada masyarakat atau pihak- pihak yang terkait mengenai masalah-masalah saluran pemasaran yang ada di Desa Tasokko, Kecamatan Karossa.
3. Bagi pembaca sebagai bahan informasi dan referensi dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain, (Daryanto, 2011). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008) menjelaskan bahwa pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang terlibat didalamnya. Cara dan falsafah baru ini disebut konsep pemasaran. Konsep pemasaran (*marketing concept*) mengatakan bahwa kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan (*customer value*) kepada pasar sasarnya secara efektif dibandingkan pada pesaing, (Tjiptono, 2008).

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan secara bebas dengan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain, (Kotler, 2002). Dalam pemasaran komoditi pertanian terdapat pelaku-pelaku ekonomi yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dengan cara melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran. Komoditi-komoditi yang dipasarkan juga bervariasi kualitas dengan harga yang beragam pula.

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran juga bervariasi (Sudiyono, 2002).

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk pengusaha tani (agribusnissman) dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya (*survival*), untuk mendapatkan laba dan untuk berkembang. Berhasil tidaknya usaha tersebut sangat tergantung pada keahliannya di bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan sumberdaya manusia. (Muhammad Firdaus, 2007).

2.2. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran menurut Deliyanti (2010) dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Fungsi pertukaran adalah bahwa pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (*barter*), untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali.
2. Fungsi distribusi fisik adalah suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyiapkan produk. Produk diangkat dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara baik melalui air, darat, udara dan sebagainya. Fungsi perantara adalah untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ketangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain penggunaan resiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (*klasifikasi*) produk.

yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran tergantung dari aktivitas pengecer dalam menjual produknya kepada konsumen.

5. Konsumen (Pabrik) adalah suatu bangunan industri besar dimana ada orang-orang yang mengawasi atau mengolah suatu produk menjadi produk lain yang mempunyai nilai tambah. Pabrik mengumpulkan tenaga kerja, sumber daya alam, modal, dan mesin industri.

Saluran pemasaran adalah jaringan pemasaran atau penghubung dalam menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir. Pedagang perantara mengumpulkan barang yang berasal dari produsen dan menyalurkannya pada konsumen. Lembaga pemberi jasa (*facilitating agencies*) memberikan jasa atau fasilitas untuk memperlancar fungsi pemasaran yang dilakukan oleh produsen atau pedagang perantara. Lembaga ini terdiri dari bank, usaha pengangkutan, biro iklan, dan sebagainya, Hanafiah (1983) dalam (Listianingsih, 2008). Organisasi- organisasi sebagai saluran pemasaran yang membuat produk atau jasa menjadi siap untuk digunakan atau dikonsumsi yang berkulminasi pada pembeli dan penggunaan oleh pemakai akhir (Kotler dan Keller, 2009).

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung serta terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa yang siap digunakan atau dikonsumsi. Sebuah saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen (Kotler dan Susanto 2000). Rantai pemasaran atau saluran pemasaran ini berbeda di setiap daerah, perbedaan ini biasanya terletak pada panjang pendeknya rantai pemasaran yaitu pedagang-pedagang perantara yang terlibat, (Listianingsih, 2008).

2.4 Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai selisi harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya sebuah saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang sebuah saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya, sebab lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak. Besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung ke petani, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien (Istiyanti, 2010).

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima antara harga yang diterima petani (konsumen) dengan harga yang harus dibayarkan oleh konsumen akhir. Besar kecilnya perbedaan harga di tingkat konsumen akhir akan dipengaruhi oleh banyak lembaga pemasaran yang ikut dalam proses pemasaran, panjang atau pendeknya saluran yang dilalui oleh pasar. Apabila semakin besar margin pada sistem pemasaran akan menyebabkan harga yang diterima petani (konsumen) semakin kecil dan semakin mengindikasikan sebagai sistem pemasaran yang tidak efisien (Daniel, 2002). Secara sistematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga tingkat tengkulak

Pf = Harga tingkat petani

2.5 *Farmer's Share*

Farmer's share merupakan perbandingan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Bagian yang diterima pada tataniaga sering dinyatakan dalam bentuk persen (%). *Farmer share* merupakan porsi dan harga yang dibayarkan konsumen akhir terhadap petani dalam bentuk persentase. Besarnya *farmer share* dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan produk dan jumlah produk. Semakin tinggi *farmer share* menyebabkan semakin tinggi pula bagian harga yang diterima petani (Kohls dan Uhl, 2002).

Farmer's share merupakan salah satu indikator efisiensi pemasaran yang dihitung untuk mengetahui seberapa besar bagian yang diterima oleh petani dari harga yang dibayar konsumen akhir (Timbul Rasoki, Anna Fariyanti, Amzul Rifin 2016). Secara matematis *farmer's share* dirumuskan sebagai berikut:

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

Di mana:

Fs = *Farmer's Share*

Pf = Harga Di Tingkat Petani

Pr = Harga Tingkat Konsumen Akhir

(Handayani Dan Nurlaila, 2010).

2.6. Tanaman Kelapa Sawit

2.6.1. Kelapa Sawit

Tanaman kelapa sawit (*Elaeis guineensis* Jacq) adalah tanaman perkebunan penghasil minyak yang telah menjadi komoditas pertanian utama dan unggulan di Indonesia. Perkebunan kelapa sawit merupakan sumber pendapatan bagi jutaan keluarga petani, sumber divisa negara, penyedia lapangan kerja, serta sebagai pendorong tumbuh dan berkembangnya industri hilir berbasis minyak kelapa sawit di Indonesia (Numan, 2009).

Kelapa sawit adalah tanaman komoditas utama perkebunan Indonesia, di karenakan nilai ekonomi yang tinggi dan kelapa sawit merupakan tanaman penghasil minyak nabati terbanyak diantara tanaman penghasil minyak nabati yang lainnya. Tanaman kelapa sawit menghasilkan banyak minyak dibandingkan dengan tanaman kedelai, zaitun, kelapa, dan bunga matahari. Kelapa sawit dapat menghasilkan minyak nabati sebanyak 6 ton/ha, sedangkan tanaman yang lainnya hanya menghasilkan minyak nabati sebanyak 4-4,5 ton/ha (Sunarko, 2007).

Tanaman kelapa sawit memiliki banyak kegunaan baik bagi industri pangan maupun non pangan. Minyak yang berasal dari kelapa sawit terdiri atas dua macam, yaitu minyak yang berasal dari daging buah (mesokarp) yang disebut *crude palm oil* (CPO), dan minyak yang berasal dari inti sawit yang disebut *palm kernel oil* (PKO) (Pardamean, 2008). Minyak kelapa sawit untuk industri pangan digunakan sebagai minyak goreng, margarin, dan makanan panggang, sedangkan untuk industri non pangan digunakan sebagai bahan bakar nabati, sabun, detergen, kosmetik, dan obat-obatan.

1. Petani kelapa sawit merupakan orang yang mengolah hasil tananaman kelapa sawit dengan tujuan untuk mendapatkan hasil dan keuntungan yang besar di Desa Tasokko Kecamatan Karossa.
2. Tandan Buah Segar (TBS) merupakan suatu bagian dari produksi kelapa sawit yang merupakan produk awal yang akan diolah menjadi minyak CPO (*crude palm oil*) dan inti sawit (*karnel*) sebagai produk utama disamping produk lainnya.
3. Pemasaran kelapa sawit merupakan suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau memindahkan hasil panen buah kelapa sawit dari petani (produsen) sampai ke pabrik (konsumen akhir).
4. Lembaga pemasaran kelapa sawit merupakan sekumpulan orang atau kelompok yang terlibat dalam proses pemasaran buah kelapa sawit dari petani sampai ke produsen akhir (Pabrik).
5. Fungsi pemasaran merupakan fungsi yang meliputi fungsi pertukaran, distribusi fisik, dan perantara.
6. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar oleh pabrik atau konsumen dengan harga yang diterima oleh petani atau produsen kelapa sawit (Rp/Kg)
7. *Farmer's share* adalah hasil dari total biaya pemasaran di bagi dengan total hasil produksi yang dipasarkan.

IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

4.1. Letak geografis

Desa Tasokko merupakan salah satu desa yang berada dikecamatan Karossa, Kabupaten Mamuju Tengah yang dengan luas sebesar 211,89 km, secara astronomis Kabupaten Mamuju Tengah pada posisi $10^{\circ} 47' 82''$ – $20^{\circ} 17' 31''$ Lintang Selatan dan $1190^{\circ} 08' 13''$ – $1190^{\circ} 24' 08''$ Bujur Timur. Adapun Batas wilayah Desa Tasokko Kecamatan Karossa adalah:

- Sebelah Utara Berbatasan Dengan Desa Salubiro
- Sebelah Selatan Berbatasan Dengan Desa Kambunong
- Sebelah Timur Bernatasn Dengan Kabupaten Luwu Utara
- Sebelah Barat Berbatasan Dengan Selat Makassar.

Desa Tasokko merupakan daerah yang istimewa dibandingkan dengan daerah lainnya. Industry hortikultura, industry perkebunan dan industri pertanian sudah merambah ke daerah ini. Kecamatan karosssa adalah pemasok utama tanaman holtikultura ke kota mamuju Tengah dan sekitarnya. Curah hujan rata-rata perbulan antara 10 hari sampai 15 hari. Jarak Desa Tasokko ke Kecamatan Karossa 30 km, Ibu kota Kabupaten Mamuju Tengah, Topoyo 35 km.

4.2 Kondisi Demografis

4.2.1 Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah penduduk di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah berjumlah 3.949 jiwa di tahun 2019 yang dimana jumlah penduduk laki-laki sebanyak 2006 jiwa dan jumlah penduduk perempuan

berjumlah 1943 jiwa. Kepadatan penduduk tersebut bervariasi menurut kondisi masing-masing wilayah. Kepadatan penduduk pada suatu wilayah merupakan salah satu indikator perkembangan dan kemajuan wilayah yang bersangkutan. Desa Tasokko terbagi atas 11 Dusun yaitu Dusun Batu Karampuang, Dusun Tomemba Utara, Dusun Tomemba, Dusun Kalia, Dusun Muhajir Timur, Dusun Muhajir Barat, Dusun Muhajir Tengah, Dusun Muhajir Selatan, Dusun Salubejau, Dusun Tanete Letter dan Dusun Waikaya. Dengan jumlah rumah tangga sebesar 985. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Wilayah dan Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Desa Tasokko

Dusun	Laki-Laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)
Batu Karampuang	283	303
Tomemba Utara	205	132
Tomemba	212	231
Kalia	121	113
Muhajir Timur	127	126
Muhajir Barat	80	102
Muhajir Tengah	147	145
Muhajir Selatan	158	141
Salubejau	366	373
Tanete Letter	79	101
Waikaya	208	176
Jumlah	2006	1943

Sumber: Data Sekunder Kantor Desa Tasokko 2019

Berdasarkan Tabel 3 menjelaskan bahwa di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Terdapat 11 Dusun, dimana dusun yang memiliki penduduk tertinggi adalah Dusun Salubejau dengan jumlah penduduk 739 Jiwa kemudian disusul Dusun Batu Karampuang dengan Jumlah penduduk 586 Jiwa. Dusun yang memiliki penduduk paling sedikit adalah Dusun Tanete Letter dengan Jumlah Penduduk sebesar 180 jiwa.

4.3 Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi pola pikir seseorang dalam menentukan kemampuan usahatani. Pendidikan juga akan mempengaruhi pola pikir petani dalam menjalankan usahatani dan mengambil keputusan yang tepat. Artinya dengan tingkat pendidikan petani yang tinggi akan mempengaruhi sumber daya manusia itu sendiri.

Tingkat pendidikan penduduk di Desa Tasokko, kecamatan Karossa itu sendiri adalah SD, SMP, SMA, Akademik sampai perguruan tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Karossa.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	1.856	46,99
2.	SMP	1.120	28,36
3.	SMA	900	22,79
4.	S1	70	1,78
5.	S2	3	0,07
Jumlah		3.949	100,00

Sumber: Kantor Desa Tasokko, Kecamatan Karossa, 2019.

Berdasarkan Tabel 4 menjelaskan bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Tasokko tergolong sangat rendah, dimana terdapat SD merupakan tingkat pendidikan paling banyak yaitu berjumlah 1856 jiwa (orang) dengan persentase 46,99%, dan tingkat pendidikan paling rendah yaitu pada S2 sebanyak 3 orang dengan persentase 0,07%. Hal ini di Desa Tasokko Kecamatan Karossa masih banyak yang hanya tamatan pada sekolah dasar (SD).

4.4 Mata Pencaharian

Mata pencaharian di Desa Tasaokko, Kecamatan Karossa, Kabupaten Mamuju Tengah sebagian besar adalah petani. Namun tidak semua penduduk di Desa Tasokko, bermata pencaharian sebagai Buruh, PNS, Tukang batu, Tukang Kayu, Nelayan, Pengusaha, dan pedagang Pedagang. Berikut perincian jenis matapencaharian penduduk di Desa Tasokko dapat dijelaskan pada tabel 5 dibawah:

Tabel 5. Jumlah mata pencaharian penduduk di desa Tasokko, Kecamatan Karossa, kabupaten Mamuju Tengah.

No	Jenis mata pencaharian	Jumlah
1.	Petani	590
2.	Buruh	52
3.	Tukan Batu	34
4.	Tukan Kayu	15
5.	Nelayan	57
6.	Pengusaha	6
7.	Pns	22
8.	Pedagang	31
	Jumlah	807

Sumber : Kantor Kepala Desa Tasokko, 2019

Berdasarkan tabel 5 menjelaskan bahwa penduduk di Desa Tasokko memiliki jenis mata pencaharian yang berbeda-beda, mata pencaharian tersebut mayoritas mata pencaharian Petani/Nelayan.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Identitas responden merupakan gambaran umum dan latar belakang dalam berusahatani yang mempengaruhi beberapa faktor, seperti Umur Petani, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Berusaha Tani dan Luas Lahan Petani.

a. Umur Petani Responden

Umur merupakan salah satu faktor yang memiliki kaitan erat dengan kemampuan dalam bekerja dan melaksanakan kegiatan usahatani, umur dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melakukan aktivitas seseorang dalam melakukan pekerjaan bilamana dalam umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2006). Adapun keadaan penduduk berdasarkan di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Karossa umur dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Keadaan Penduduk Berdasarkan Umur Responden di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Karossa

No	Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	30 – 37	3	15
2.	38 – 45	9	45
3.	46 – 53	4	20
4.	54 – 61	2	10
5.	62 – 69	2	10
Jumlah		20	100

Sumber: Data Primer Yang di Olah, 2020.

Berdasarkan pada Tabel 6 diatas menjelaskan bahwa kelompok umur petani terbesar yaitu 38-45 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase sebanyak 45%, kelompok umur 46-53 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase sebanyak

25%, umur 30-37 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase sebanyak 15%. kelompok umur terkecil sebanyak 54-61 dan Umur 62-69 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 10%. Hal ini menyatakan bahwa kelompok umur di lokasi penelitian masih produktif dimana pada usia ini seseorang mempunyai kemampuan yang lebih baik dalam bertindak dalam melakukan pekerjaan berusahatani.

b. Pendidikan Responden

Adanya perbedaan dalam tingkat pendidikan membuat adanya perbedaan dalam pengambilan keputusan, pola pikir dan wawasan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin kritis dan selektif dalam memilih atau memutuskan serta mempunyai wawasan yang cukup dalam menganalisa. Dalam penelitian ini pendidikan responden di Desa Tasokko, Kecamatan Karossa, Kabupaten Mamuju Tengah, dapat dilihat pada Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Karossa

No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	SD	8	40
2.	SMP	9	45
3.	SMA	3	15
Jumlah		20	100

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Berdasarkan Tabel 7 diatas menjelaskan bahwa keadaan penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Karossa yang paling tertinggi adalah SMP sebesar 9 orang dengan persentase 45%, sedang tingkat pendidikan SD sebesar 8 orang dengan persentase 40%, dan

paling sedikit tingkat pendidikan SMA sebesar 3 orang dengan persentase 15%. Hal ini tingkat pendidikan responden masih rendah, memberikan dampak terhadap usahatani kelapa sawit yang dijalani.

c. Jumlah Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga adalah semua orang yang tinggal dalam satu rumah ataupun yang berada diluar dan menjadi tanggungan kepala keluarga, yang meliputi istri, anak, dan keluarga yang masih dalam satu rumah atau ikut menumpang. Disatu pihak banyaknya jumlah tanggungan keluarga merupakan beban bagi kepala keluarga untuk membiayai segala kebutuhan dalam rumah tangga. Semakin banyak tanggungan keluarga maka semakin banyak pula biaya yang dikeluarkan oleh kepala keluarga. Di pihak lain semakin banyak anggota keluarga maka semakin bagus karena itu merupakan aset bagi petani untuk membantu dalam mengolah usahatani, dapat dilihat pada Tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Tasokko, Kabupaten Mamuju Tengah.

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1-4	13	65
2	5-9	7	35
Jumlah		20	100

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Berdasarkan Tabel 8 diatas menjelaskan bahwa rata-rata petani kelapa sawit didesa Tasokko mempunyai jumlah tanggungan keluarga paling banyak antara 1- 4 yaitu sebanyak 13 orang dengan persentase 65%, sedangkan jumlah tanggung keluarga sedikit 5-9 yaitu sebanyak 7 orang dengan persentase 35%. Hal ini menyatakan tanggungan keluarga semakin besar memacu petani/kepala

keluarga untuk meningkatkan produktivitas dan hasil usahatani di lahan pertanian, sehingga tingginya membiayai kehidupan keluarganya tersebut.

d. Pengalaman Berusaha Tani

Tingkat pengalaman berusahatani yang memiliki pengalaman beruaha tani lebih lama akan lebih merencanakan usahatani dengan baik, karena petani yang lama atau petani tua akan memahami segala aspek dalam berusaha tani. Sehingga semakin lama pengalaman yang didapat kemungkinan produksi menjadi lebih tinggi. Lamanya pengalaman dalam melakukan berusahatani kemungkinan dapat memperoleh produksi menjadi lebih tinggi, dapat dilihat pada Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9. Pengalaman Usahatani Kelapa Sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.

No	Lama Bertani (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	10-17	2	10
2	18-25	7	35
3	26-33	7	35
4	34-41	4	20
Jumlah		20	100

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Berdasarkan Tabel 9 diatas menjelaskan bahwa pengalaman dalam berusahatani paling tertinggi yaitu 18-25 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 35%, lama pengalaman usahatani 34-41 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 20%, sedangkan paling rendah lama pengalaman usahatani yaitu 10-17 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 10%. Hal ini menjelaskan

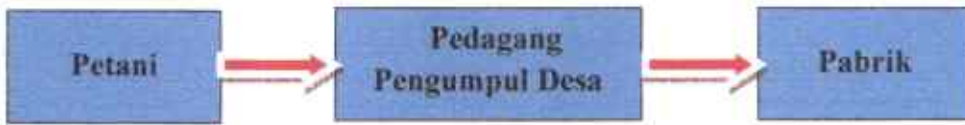
bahwa apabila petani responden memiliki pengalaman lebih lama, akan memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usahatani.

5.2 Saluran Pemasaran

Pemasaran pada prinsipnya merupakan proses penyampaian barang dari produsen ke konsumen. Pola saluran pemasaran seperti fungsi pertukaran, fungsi pengadaan barang secara fisik dapat berjalan dengan baik. Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting dalam siklus produksi. Produksi yang baik akan sia-sia karena harga pasar yang rendah. Oleh karena itu, tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai pemasaran yang baik. Aktifitas saluran pemasaran kelapa sawit dari petani hingga konsumen akhir memerlukan peran pedagang perantara atau lembaga pemasaran yang memiliki peranan penting dalam menyalurkan hasil produksi dalam kegiatan pemasaran.

Hasil penelitian saluran pemasaran Tandan buah segar kelapa sawit di desa Tasokko memiliki dua pola saluran pemasaran dan melibatkan lembaga pemasaran yang terdiri atas petani, dan pedagang pengumpul. Hadirnya lembaga pemasaran akan mempengaruhi besar kecilnya margin pemasaran, keuntungan serta biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam memasarkan Tandan buah segar kelapa sawit. Pola saluran pemasaran yang terbentuk yakni sebagai berikut:

1. Pola Saluran Tipe 1:

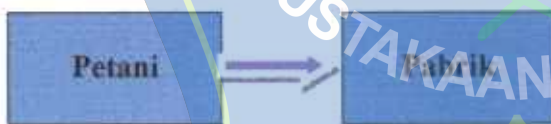


Pola saluran 1 merupakan pola pemasaran terpanjang, dimana pola pemasaran ini melibatkan 3 saluran yakni dari Petani kelapa sawit, pedagang pengumpul dalam desa, kemudian dipasarkan ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS). Dari 17 responden yang diambil sebagai sampel diketahui ada 12 orang petani kelapa sawit yang menjual buah kelapa sawit ke pedagang pengumpul dengan jumlah buah kelapa sawit yang dijual yang berbeda-beda meliputi 9 orang menjual dengan jumlah produksi 1000-1300/kg, dan 3 orang menjual dengan jumlah produksi 5.000/kg. Sehingga memperoleh margin pemasaran petani sebesar Rp 300/kg, dan melibatkan pedagang pengumpul desa dengan harga beli sebesar Rp. 1.000/kg, dan pedagang pengumpul desa melibatkan pabrik dengan menjual sebesar Rp.1.300/kg. saluran pemasaran ini dalam pemasaran TBS dilakukan untuk menjaga buah tidak busuk dan kualitas rendemen tetap terjaga.

Pemasaran TBS, hanya yang memiliki akses masuk ke PKS untuk menjual TBS dengan jumlah muatan minimal 4.000 kg ketas, jika pedagang menjual TBS dengan jumlah dibawah 4.000 kg maka PKS akan menolak dikarenakan PKS memiliki target dari aturan pabrik. petani memiliki hak penuh untuk menjual TBS kepada pedagang yang dikehendakinya. Hal ini dikarenakan tidak adanya kontrak antara petani dan pedagang. Sedangkan PKS dalam menetapkan harga TBS didasarkan pada kesepakatan dari tim penentuan harga TBS Dinas Pertanian Mamuju. Berdasarkan informasi dari Dinas pertanian tersebut, selanjutnya PKS

akan memberitahukan kepada pedagang sebagai patokan harga dalam pembelian TBS dari petani. Patokan harga, pada saluran ini dimana petani memilih menjual ke pedagang pengumpul dikarenakan petani tidak memiliki hasil panen yang cukup banyak dan petani juga tidak memiliki biaya atau kendaraan sendiri untuk menjual langsung ke pabrik sehingga petani kelapa sawit mengambil langkah untuk menjual ke pedagang pengumpul meskipun harga yang diinginkan petani tidak sesuai dengan harga pabrik. Hal ini semakin dapat dijelaskan bahwa semakin panjang lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran maka margin akan semakin besar (Daniel, 2002). Harga jual yang diterima pedagang pengumpul biasanya berdasarkan harga kesepakatan dengan petani responden. Walaupun demikian yang menentukan harga adalah pedagang pengumpul desa, biasanya posisi tawar-menawar proses penjualan lemah sebagai penerima harga (*price taker*).

2. Pola Saluran Tipe 2:



Gambar 2. Pola Pemasaran

Pola saluran II hanya melibatkan dua saluran saja yakni petani langsung memasarkan ke pabrik, hal dikarenakan petani memiliki lahan yang lumayan luas dan juga petani pada saluran II memiliki kendaraan sendiri dan memiliki hasil panen TBS yang cukup tinggi sehingga petani mengambil langkah untuk memasarkan langsung ke pabrik dan juga memiliki keuntungan yang cukup tinggi jika dipasarkan secara langsung tanpa melalui perantara atau pedagang baik desa maupun kecamatan, pada saluran II ada 5 orang petani yang menjual langsung

ke pabrik meliputi 4 orang menjual dengan jumlah produksi 4.900-6.000/kg, dan 1 orang menjual dengan jumlah produksi 7.000/kg. pada saluran II petani mengambil langka untuk menjual langsung ke pabrik dikarenakan petani memiliki lahan yang cukup luas, hasil panen yang cukup tinggi, dan memiliki kendaraan sendiri, Sehingga petani memasarkan hasil TBS langsung ke pabrik dengan harga yang sesuai yang diharapkan. Sehingga memperoleh margin pemasaran petani langsung melibatkan pabrik sehingga tidak memiliki margin. karena hanya sebagian kecil petani yang langsung menjual hasil panennya ke pabrik.

Margin pemasaran ini merupakan salah satu cara melihat sistem saluran pemasaran tersebut efisien atau tidak efisien. Apabila semakin besar margin pemasaran maka harga yang diterima oleh petani akan sedikit, panjang suatu tataniaga atau semakin banyaknya lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran maka semakin kecil dan semakin mengindikasikan sebagai sistem pemasaran yang tidak efisien. (Daniel, 2002).

5.3 Margin Dan Keuntungan Pada Saluran Pemasaran Kelapa Sawit

5.5.1 Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran adalah bagian penting yang dibutuhkan oleh manajemen perusahaan karena semakin meningkatnya persaingan untuk merebutkan pasar. Analisis biaya pemasaran memiliki tujuan sebagai penentuan harga pokok, pengendalian biaya, perencanaan dan pengarahan kegiatan pemasaran. (Mulyadi, 2015).

Dalam proses mengalirnya barang/produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran di tingkat lembaga pemasaran terdapat pada ke dua saluran yang digunakan petani kelapa sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.

a. Petani- Pedagang Pengumpul – Pabrik

Dikecamatan Karossa, pengutipan Tandan Buah Segar (TBS) dilakukan 1 minggu sekali atau sekali dalam 1 minggu. Harga yang ditawarkan pedagang pengumpul kepada petani memberi harga Rp 1000/kg, dan pedagang pengumpul menjual ke pabrik dengan harga Rp 1300/kg. biaya pemasaran ditanggung oleh pedagang pengumpul meliputi Transportasi, Rp 16/kg dan biaya tenaga kerja Rp 150/kg, pedagang pengumpul mendapatkan keuntungan sebesar Rp 134/kg.

b. Petani – Pabrik

Pada saluran II pilih petani tandan buah segar (TBS) menjual ke pabrik (PKS) dengan rata-rata dengan harga Rp 1300 /kg, biaya pemasaran ditanggung oleh petani, meliputi transportasi sebesar Rp 17/kg dan biaya tenaga kerja sebesar Rp 150/kg, maka petani akan mendapat keuntungan sebesar Rp 167/kg. selanjutnya, PKS membeli tandan buah segar (TBS) dari petani dengan harga Rp 1.300/kg. untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut.

Tabel.10 Komponen Biaya Pemasaran Tandan Buah segar di Desa Tasokko, Kecamatan Karossa, Kabupaten Mamuju Tengah

saluran I	Biaya Transportasi (Rp/kg)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)
Pedagang Pengumpul	16	150	300	166	134
Saluran II					
Petani	17	150	0	167	167

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 10 menjelaskan bahwa biaya pemasaran pada terbesar dikeluarkan pada pedagang pengumpul dengan biaya-biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 166/kg dan pada saluran II petani mengeluarkan biaya sebesar Rp 167/kg besarnya biaya pemasaran pada tingkat petani di saluran satu dengan mengeluarkan biaya yang cukup besar dan memiliki keuntungan yang cukup tinggi.

5.5.2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga di tingkat produsen atau merupakan jumlah Biaya pemasaran dengan keuntungan yang diharapkan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Namun dengan melihat besarnya margin pemasaran saja belum dapat menyimpulkan bahwa pemasaran itu sudah baik atau efisien, oleh karena itu harus dilihat distribusi keuntungan maupun biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak pedagang perantara yang terlibat maka semakin besar margin pemasaran terbentuk.

Perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Margin pemasaran kelapa sawit pada setiap saluran pemasaran

Didesa Tasokko Kecamatan Karossa, Kabupaten Mamuju Tengah dapat dilihat pada tabel 11 sebagai berikut:

Tabel 11 Margin Dan Keuntungan Pada Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar di Desa Tasokko, Kecamatan Karossa, Kabupaten Mamuju Tengah.

Saluran	Harga Jual (Rp/kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Margin (Rp/kg)	Biaya Transportasi (Rp/kg)	Biaya tenaga kerja (Rp/kg)	Jumlah Penjualan (Rp/kg)	Total Biaya pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)
Saluran I								
Petani	1000							
Pedagang	1300	1000	300	16	150	6.266,7	166	134
Pengumpul								
Konsumen		1300						
Total			300		150	6.266,7	166	134
Saluran II								
Petani	1300			17	150	5.780	167	167
Konsumen		1300						

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 11 menjelaskan bahwa pada saluran pemasaran I dimana produsen (petani) kelapa sawit memasarkan melalui pedagang pengumpul sebesar 1.000/Kg dan pedagang pengumpul memasarkan tandan buah segar ke konsumen atau pabrik (PKS) sebesar Rp 1.300/kg. Sehingga margin pemasaran yang diperoleh pada saluran I sebesar Rp 300/kg, dengan keuntungan sebesar Rp 134/kg, untuk saluran II produsen (Petani) melakukan pemasaran secara langsung melalui konsumen (PKS) sebesar Rp 1.300/Kg, sehingga pada saluran ke II tidak memiliki margin pemasaran, pada saluran II memperoleh keuntungan sebesar Rp.167/kg. Perbedaan harga pada masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh setiap lembaga pemasaran (Soekartawi dalam Widtasydy 2010).

Saluran pemasaran yang memiliki keuntungan tertinggi adalah saluran pemasaran II sebesar Rp.185/kg, dan terendah adalah saluran I sebesar Rp.134/kg. Hal ini dikarenakan pada saluran pemasaran II biaya yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran lebih besar dibandingkan dengan saluran pemasaran I. Perbedaan harga disebabkan dari biaya-biaya yang dikeluarkan setiap saluran pemasaran (Gofar, 2014). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar marginnya. Oleh karena itu harga tingkat konsumen akan lebih mahal jika pemasarannya semakin panjang.

5.4. *Farmer Share*

Farmer's Share adalah persentase perbandingan antara bagian harga yang diterima oleh petani dengan bagian harga di konsumen akhir. *Farmer Share* antara komoditi yang satu dengan komoditi yang lain berbeda, hal ini tergantung dari jumlah kegunaan bentuk, tempat dan waktu yang ditambahkan oleh petani dan pedagang perantara yang terhubung dalam suatu saluran pemasaran.

Salah satu indikator yang berguna untuk mengetahui efisiensi pasar adalah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (*farmer share*). *Farmer share* adalah persentase bagian harga untuk petani terhadap harga ditingkat konsumen akhir, dinyatakan dalam persen (%). Umumnya bagian yang diterima petani (*Farmer share*) akan lebih sedikit apabila jumlah lembaga bertambah banyak, dapat dilihat pada Tabel 12 sebagai berikut:

Tabel 12. Perhitungan Farmer Share Kelapa Sawit di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah

Saluran Pemasaran	Harga Tingkat Petani (Rp/kg)	Harga Tingkat Konsumen (PKS) (Rp/kg)	FS (%)
1.	1000	1300	76,92
2.	1300	1300	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 12 di atas menjelaskan bahwa farmer's share dengan persentase terbesar berada pada saluran pemasaran II (petani – pabrik) yakni sebesar 100% (Tabel 11). di Desa Tasokko Kecamatan Karossa terdapat 5 orang petani yang mampu menjual atau memasarkan hasil panen ke pabrik. Sedangkan saluran pemasaran II (petani-pedagang pengumpul desa-pabrik) yakni sebesar 76,92 % petani yang menggunakan saluran pemasaran ini. Hal ini disebabkan karena tingginya harga jual buah kelapa sawit dan juga pada saluran II petani memasarkan hasil buah kelapa sawit secara langsung tanpa melalui lembaga atau perantara sehingga *share* yang diterima oleh petani sebesar 100%, petani cukup puas karena sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh pabrik. Dengan demikian pola saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang paling menguntungkan bagi petani dalam memasarkan kelapa sawit.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai bagian petani dari saluran pemasaran II dengan melibatkan pabrik mencapai angka yang juga cukup besar yakni 100%. Nilai ini memang sedikit lebih rendah jika dibandingkan dengan saluran pemasaran II, namun persentase tersebut tergolong masih menguntungkan bagi petani. Hasil tersebut tidak jauh berbeda dengan penelitian serupa yang telah dilakukan oleh (Tety E., Maharani E., & Deswita, S., 2013);

(Nugroho, 2015); (Sumiati, Rusida & Idawati, 2017), di mana nilai *farmer share* yang didapat petani kelapa sawit di sebesar 85,05% (Kasus pada Desa Sari Galuh Kecamatan Tapun Kabupaten Kampar), sebesar 76,15% (Kasus saluran pemasaran dua tingkat di Kabupaten Kutai Kartanegara), dan sebesar 72% (Kasus pada Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara)



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit di Desa Tasokko, Kecamatan Karossa, Kabupaten Mamuju Tengah terdapat dua saluran pemasaran yaitu saluran pertama melalui petani, pedagang pengumpul dalam desa, dan pabrik. Sedangkan saluran kedua melalui petani langsung ke pabrik.
2. Saluran I jumlah margin yang diperoleh sebesar Rp.300,00/kg, dan saluran II tidak mempunyai jumlah margin pemasaran karena ke pabrik sedangkan bagian harga yang diterima petani atau *farmer share* saluran tertinggi terdapat pada saluran pemasaran II sebesar 100% dan *farmer share* yang terendah terdapat pada saluran I sebesar 76,923.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, adapun saran yang dikemukakan oleh peneliti yaitu:

1. Dengan adanya saluran pemasaran yang ada dilokasi penelitian tersebut diharapkan petani mampu memilih saluran yang memberikan keuntungan yang lebih besar.
2. Diharapkan bagi pemerintah untuk mengoptimalkan harga pada petani kelapa sawit.

DAFTAR PUSTAKA

- AB Susanto dan Philip Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran do indonesia*. Jakarta. Salemba empat.
- Agung, E.N. 2015., *Analisis Pemasaran Tandang Buah Segar Kelapa Sawit Di Kabupaten Kutai*. Universitas Kutai Kartanegara. Kutai.
- Ahmad, Kamaruddin. 2004. *Dasar-dasar Manajemen Investasi dan portofolio*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Amirin, Tatang M., 2011. *Populasi dan Sampel Penelitian 3: Pengambilan Sampel dari Populasi Tak-Terhingga dan Tak-Jelas*. Tatangmanguny Wordpress Com.
- Arikunto. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Sagung Seto.
- Basu swasta dh irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Budiyono. 2004. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- BPS . 2008. *Luas Lahan Kelapa Sawit Mamuju Tengah*.
- Daniel, Moehar. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Daniel, Moehar. 2005. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, Bumi Aksara. Jakarta: 116.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran:Sari Kuliah*. Bandung. Satu Nusa.
- Deliyanti. 2010. *Manajemen Pemasaran modern*. Medio. Jakarta.
- Fauzi. 2002. *Kelapa Sawit Budidaya pemanfaatan Limbsh Analisa Usaha dan Pemasaran*, Edisi Revisi. Jakarta.
- Firdaus, Muhammad. 2007. *Manajemen Agribisnis, Edisi satu, cetakan pertama*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Hasyim, Hasman. 2006. *Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus: Desa Dolak Seribu Kecamatan Paguruan Kabupaten Tapanuli Utara)*. *Jurnal Komunikasi Penelitian*. Universitas Sumatera Utara, Medan. Lembaga Penelitian.
- Istiyanti, E. 2010. *Efisiensi Pemasaran cabai Merah Kriting di Kecamatan Nganplak Kabupaten Slamen Mapeta*, 12 (2) : 116-124.
- Kohls, R.I J.N Ulhs, 2002. *Marketing of Agricultural product*. Minth edition. New Jersey : Prantice Hall.

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium, Jilid 2*, PT Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran. Afia R, Fitriani, dan Ria R(penerjemahan)*. PT Mancara Jaya Cemerlang Jakarta.
- Mulyadi. 2015. *Akutansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Novita, Riska. 2019. *Analisis Pemasaran Tandang Buah Segar Kelapa Sawit Pola Pir di Desa Imdrapuri Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Nu'man M, *Pengelolaan Tenaga Kerja Perkebunan Kelapa Sawit (Elaeis Guineensis Jacq) di perkebunan PT Cipta Putura Plantation, Muara Enim, Sumatera Selatan*, Skripsi. Institu Pertanian Bogor, Bogor.
- Pratama, Ardiansyah. 2010. *Analisis Saluran Pemasaran Tandang Buah Segar Kelapa Sawit pada Petani Swadaya Di Desa Simpang Selayang*. UNRI. Riau.
- Pardamean, M. 2008. *Panduan Lengkap Pengelolaan Kebun dan Pabrik Kelapa Sawit cetakan pertama*, Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Risza, Suyatno. 2012. *Kelapa Sawit Upaya peningkatan Produktivitas*. Kanisius. Yogyakarta.
- Soetrisno, 2008. *Manajemen Keuangan, Teori Konsep dan Aplikasi Edisi I*, Ekonosia : Yogyakarta
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Edisi Kedua. UMM Press. Malang.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Sunarko, 2007. *Petunjuk Praktis Budidaya dan Pengolahan Kelapa Sawit*, Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Swasha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty Yogyakarta.
- Soekartawi, 2010. *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sumiati, S; Rusida, R., & Idawati, I. (2017). Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. *Journal TABARO*, 1(1): 38-50.

- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi ketiga. Andi: Yogyakarta.
- Timbul Rasoki, Anna Fariyanti, Amzul Rifin. 2016. *Pusat Sosial dan Kebijakan Pertanian*. Andalas University.
- Tety, E, Maharani E, & Deswita, S. (2013). *Analisis Saluran Pemasaran Dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya Di Desa Sari Galuh Kecamatan Tapun Kabupaten Kampar*. *Pekbis Jurnal*, 5(1): 13-23.
- Novita, Riska. 2019. *Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Pola Pir di Desa Imdrapuri Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Nugroho, A. E., (2015). *Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kabupaten Kutai Kartanegara (Studi Kasus Pada Petani Swadaya Kecamatan Muara Muntai)*. *Magrobis Journal*, 15(2): 47- 56.
- Wibowo, Johanes. 2004. *Strengthening Agricultural Support Services For Small Farmers*. Asian Productivity Organization. Jakarta Selatan.

L



A

N

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUISIONER (ANGKET) PENELITIAN

ANALISIS SALURAN PEMASARAN TANDANG BUAH SEGAR (TBS) DI DESA TASOKKO KECAMATAN KAROSSA KABUPATEN MAMUJU TENGAH

Pengantar

A. Identitas Petani

- a. Nama Responden :
- b. Alamat :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Umur/Usia : tahun
- e. Pendidikan Terakhir :
- f. Pekerjaan pokok :
- g. Pekerjaan Sampingan :
- h. Pengalaman Usaha Tani : tahun

B. STATUS KEPEMILIKAN LAHAN LUAS LAHAN

- a. Milik sendiri :
- b. Sewa :

C. BIAYA PEMASARAN

Berapa biaya produksi per satu kali masa tanam

- a. Biaya transportasi :
- b. Biaya Tenaga Kerja :
- c. Total produks :

D. HASIL PANEN

1. Apa yang Bapak/Ibu lakukan terhadap hasil panen kelapa sawit?
 - a. Dijual langsung
 - b. Dijual dalam bentuk olahan
2. Berapa kali seminggu Bapak/ibu dalam penjualan kelapa sawit?
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali
3. Kepada siapa Bapak/Ibu menjual hasil panen kelapa sawit?
 - a. Pedagang pengumpul (dalam Desa)
 - b. Pedagang luar desa (satu kecamatan)
 - c. Pedagang luar kecamatan
 - d. Langsung ke pabrik
4. Berapa jumlah hasil dalam 1 kali panen dan berapa harga kelapa sawit yang tawarkan kepada bapak?
 - a. Hasil panen : kg/ton
 - b. Harga jual :/kg
5. Bagaimana cara bapak/ibu menentukan harga jual kelapa sawit?
 - a. Tawar menawar
 - b. Harga mengikuti pasar
 - c. Lainnya.....
6. Bagaimana cara pembayaran penjualan kelapa sawit Bapak/ibu?
 - a. Tunai
 - b. Tidak tunai (per bulan)

- c. Lainnya,.....
7. Cara penjualan kelapa sawit Bapak/ibu?
- a. Pesanan
 - b. Secara langsung ke pabrik
 - c. Pedagang pengumpul
 - d. Lainnya,....
8. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi selama ini?



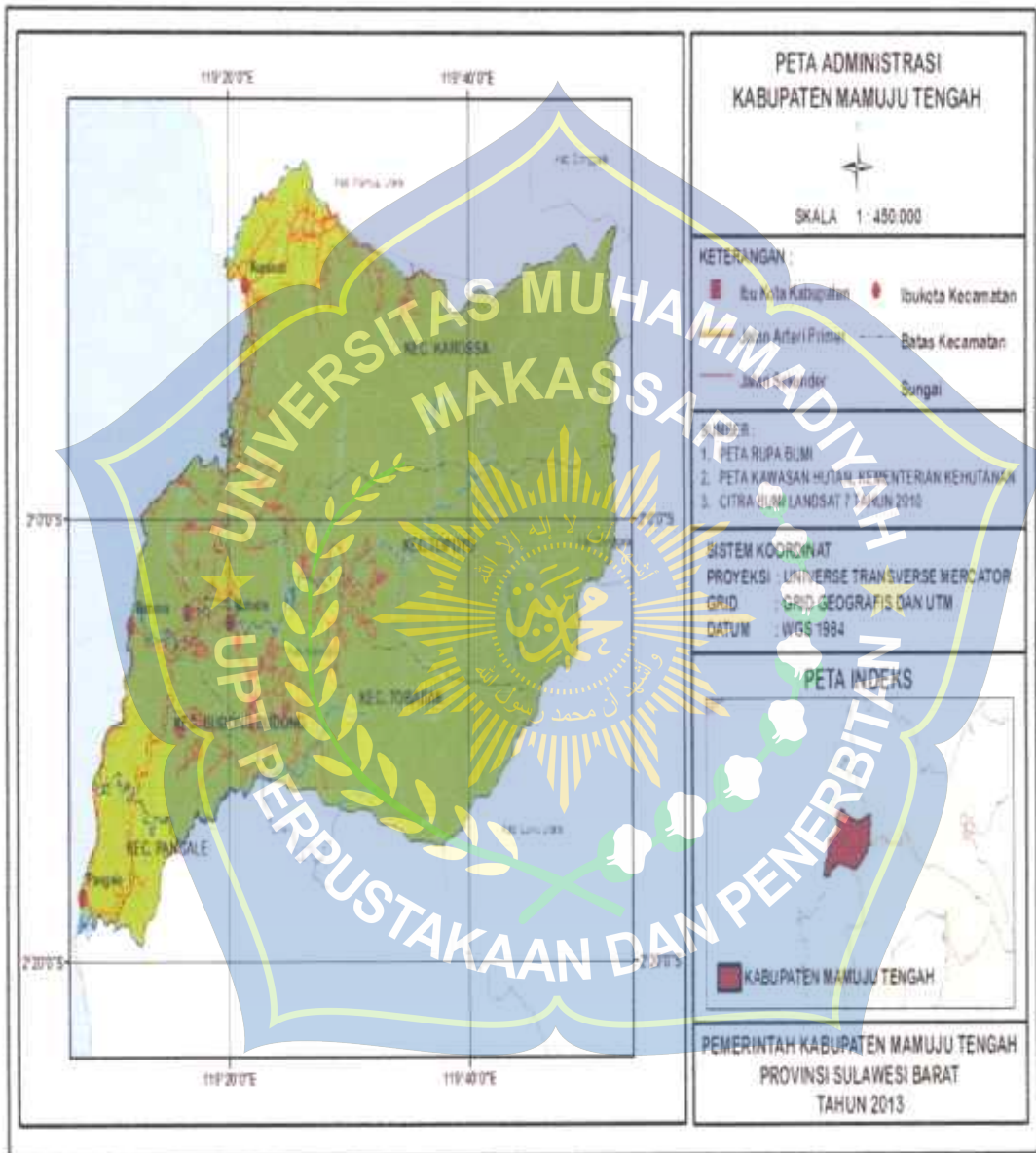
A. IDENTITAS RESPONDEN PEDAGANG PENGUMPUL

- a. Nama Responden :
- b. Alamat :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Umur/Usia : tahun
- e. Pendidikan Terakhir :
- f. Pekerjaan pokok :
- g. Pekerjaan Sampingan :
- h. Pengalaman Usaha Tani : tahun

B. MODAL PRODKSI

- a. Darimana Bapak/Ibu memperoleh modal dagang?
 - 1. Pinjaman
 - 2. Modal sendiri
- b. Berapa besar biaya yang dikeluarkan?
 - 1. Pengangkutan : Rp.....
 - 2. Biaya lain-lain : Rp.....
 - 3. Biaya Total : Rp.....
- c. Berapa harga pembelian kelapa sawit kepada petani?
- d. Berapa besar harga penjualan kelapa sawit?
- e. Kepada siapa Bapak/Ibu menjual Kelapa Sawit ?
 - 1. Pedagang kecamatan
 - 2. Pedagang luar kecamatan
 - 3. Pabrik
- f. Berapa kali Bapak/ibu melakukan pembelian dalam seminggu?
 - 1. 1 kali
 - 2. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali

Lampiran 2. Peta Lokasi Penelitian



Lampiran 3. Identitas Responden

No	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga (orang)	Pengalaman Bertani (Thn)	Luas Lahan (Ha)	Satatus Lahan
1.	Masdar	40	SMP	3	20	1	Lahan Sendiri
2.	Harianto	52	SMP	3	30	3	Lahan Sendiri
3.	Jahamuddin	37	SMP	4	12	1,2	Lahan Sendiri
4.	Burhanuddin	30	SMA	1	15	1	Lahan Sendiri
5.	Hitar	56	SD	6	30	1	Lahan Sendiri
6.	Muh. Thalib	40	SMA	1	25	1	Lahan Sendiri
7.	Hangka	32	SMP	3	18	1	Lahan Sendiri
8.	Borahima	45	SMP	4	30	1	Lahan Sendiri
9.	Hasri	47	SD	5	30	1	Lahan Sendiri
10	Udi	45	SD	3	20	1	Lahan Sendiri
11.	Sumang	40	SD	2	25	1	Lahan Sendiri
12.	Nadir	45	SMP	7	30	3	Lahan Sendiri
Jumlah		464		39	265	14	
Rata-Rata		42.18		3,54	24,09	1,27	

Lampiran 4. Identitas Responden Saluran II

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Pengalaman Bertani (Thn)	Luas Lahan (Ha)	Status Lahan
1.	Mudar	69	SD	1	40	3	Lahan Sendiri
2.	Delman K	40	SMA	4	20	1,4	Lahan Sendiri
3.	Suharman	45	SD	3	20	2	Lahan Sendiri
4.	Da'aming	65	SD	4	40	3	Lahan Sendiri
5.	Bosmawati	41	SMP	6	35	1,5	Lahan Sendiri
Jumlah		260		18	155	8	
Rata-Rata		52		3,6	31	1,8	

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 5. Karakteristik Pedagang Pengumpul

No	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pengalaman	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Sappe	49	SMP	35	1.000	1.300
2	Hasanuddin	56	SD	30	1.000	1.300
3	Sudarman	40	SMP	28	1.000	1.300
Jumlah		145		93	3.000	3.900
Rata-rata		48,33		31	1.000	1.300

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 6. Rekapitulasi Data

No	Nama	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg/minggu)	Harga Jual Kepedagang Pengumpul (Rp/Kg)	Harga Jual Ke Pabrik (PKS) (Rp/Kg)
1.	Masdar	1	1100	1000	
2.	Hariato	3	5000	1000	
3.	Jahamuddin	1,2	1100	1000	
4.	Burhanuddin	1	1000	1000	
5.	Hitar	1	1300	1000	
6.	Muh. Thalib	1	1000	1000	
7.	Hamka	1	1000	1000	
8.	Borahima	1	1100	1000	
9.	Hasri	1	1200	1000	
10.	Udi	1	3000	1000	
11.	Sumang	1	1000	1000	
12.	Nadir	3	5000	1000	
13.	Mudar	3	6000		1300
14.	Delman K	1,4	4.900		1300
15.	Suharman	2	6000		1300
16.	Da'aming	3	7000		1300
17.	Bosmawati	1,5	5000		1300
Jumlah		23	51.700	12.000	6.500
Rata-rata		1,35	3.041,17	706	1.300

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 7. Biaya Transportasi Pada Saluran I dan Saluran II

SALURAN I				
No	Nama Pedagang Pengumpul	Jumlah penjualan (Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Total Biaya Transportasi (Rp)
1.	Sappe	5.050	20	101.000
2.	Hasanuddin	6.250	16	100.000
3.	Sudarman	7.500	13	97.500
Jumlah		18.800	49	298.000
Rata-Rata		6.266,7	16	100.000
SALURAN II				
No	Sampel (Petani)	Jumlah penjualan (kg)	Biaya transportasi (Rp/Kg)	Total Biaya Transportasi (Rp)
1.	Mudar	6.000	17	102.000
2.	Delman K	4.900	20	98.000
3.	Suharman	6.000	16	102.000
4.	Da'amin	7.000	14	98.000
5.	Bosmawati	5.000	20	100.000
Jumlah		28.900	86	500.000
Rata-Rata		5.780	17	100.000

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 8. Biaya Tenaga kerja Saluran I lembaga pemasaran Tandan Buah Segar

SALURAN BIAYA TENAGA KERJA					
SALURAN I					
No	Nama Pedagang pengumpul	Jumlah Penjualan (Kg)	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Biaya Tenaga Kerja (upah buruh) (Rp/kg)	Total Biaya Tenaga Kerja (upah buruh) (Rp)
1.	Sappe	5.050	2	150	1.515.000
2.	Hasanuddin	6.250	2	150	1.875.000
3.	Sudarman	7.500	2	150	2.250.000
Jumlah		18.800	6	450	5.640.000
Rata-Rata		6,3	2	150	1.880.000

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 9. Biaya Tenaga Kerja Saluran II

SALURAN II					
No	Nama Petani	Jumlah Penjualan (Kg)	Jumlah Tenaga Kerja (orang)	Biaya Tenaga kerja upah buruh (Rp/Kg)	Total Biaya Tenaga Kerja (upah buruh Rp)
1.	Mudar	6.000	2	150	1.800.000
2.	Delman K	4.900	2	150	1.470.000
3.	Suharman	6.000	2	150	1.800.000
4.	Da'amin	7.000	2	150	2.100.000
5.	Bosmawati	5.000	2	150	1.500.000
Jumlah		28.900	6	750	8.670.000
Rata-Rata		5.780	1,2	150	1.734.000

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 10. Total Biaya pemasaran petani saluran Pemasaran Tandan Buah Segar saluran I

No	Nama Pedagang Pengumpul	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Tenaga Kerja (Upah Buruh) (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
1.	Sappe	1.000	1.300	20	150	170
2.	Hasanuddin	1.000	1.300	16	150	176
3.	Sudarman	1.000	1.300	13	150	163
Jumlah		3.000	3.900	49	450	509
Rata-Rata		1.000	1.300	16	150	166

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 11. Total Biaya Pemasaran Petani Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar Pada Saluran II

No	Sampel	Harga Jual (Rp/Kg)	Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Tenaga Kerja (Upah buruh) (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
1.	Mudar	1.300	17	150	167
2.	Delman K	1.300	20	150	170
3.	Suharman	1.300	16	150	166
4.	Da'amin	1.300	14	150	164
5.	Bosmawati	1.300	20	150	170
Jumlah		6.500	86	750	837
Rata-Rata		1.300	17	150	167

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 12. Keuntungan saluran Pemasaran I dan Saluran II

SALURAN I						
No	Nama Pedagang	Jumlah penjualan (Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	Sappe	5.050	1.300	300	170	130
2	Hasanuddin	6.250	1.300	300	176	124
3	Sudarman	7.500	1.300	300	163	137
Jumlah		18.800	3.900	600	509	391
Rata-Rata		6.266,7	1.300	300	170	130
SALURAN II						
No	Sampel (petani)	Jumlah Penjualan (Kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Total Biaya pemasaran (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	Mudar	6.000	1.300		167	167
2	Delman K	4.900	1.300		170	170
3	Suharman	6.000	1.300		166	166
4	Da'amin	7.000	1.300		164	164
5	Bosmawati	5.000	1.300		170	170
Jumlah		28.900	6.500		837	837
Rata-Rata		5.780	1.300		167	167

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 13. Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran I dan Saluran II

SALURAN I			
Saluran	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Margin (Rp/kg)
Petani	1.000		
Pedagang Pengumpul	1.300	1.000	300
Konsumen (Pabrik)		1.300	
SALURAN II			
Petani	1.300		
Konsumen (Pabrik)		1.300	0

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 14. Farmer Share Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar

$$\text{Farmer Share} = \frac{\text{harga ditingkat petani}}{\text{harga di tingkat konsumen}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Farmer Share Saluran I} &= \frac{1000}{1300} \times 100\% \\ &= 76,923\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Farmer Share Saluran II} &= \frac{1300}{1300} \times 100\% \\ &= 100\% \end{aligned}$$

No	Harga ditingkat Petani (Rp/Kg)	Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)	Farmer Share (%)
1	1000	1300	76,923
2	1300	1300	100

Sumber: Data Primer Setelah di Olah, 2020

Lampiran 15. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Tandan Buah Segar (TBS)



Gambar 2. Pengangkutan Tandan Buah Segar (TBS) kelapa Sawit



Gambar 3. Pengangkutan Tandan Buah segar (TBS) Kelapasawit



Gambar 1. Wawancara Dengan Pedagang Pengumpul Desa (H, umur 56 tahun)



Gambar 4. Wawancara Dengan Responden Petani, (B. umur 41 tahun)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Sultan Alauddin Makassar No. 259 Makassar, Telp (0411) 866772, 881593, Fax 0411 865 588

Nomor : 2928/FP/A.2-II/XI/1442/2020
Lamp : 1 (Satu) Proposal Penelitian
Hal : Pengantar Penelitian

Kepada Yth:

Ketua LP3M UNISMUH Makassar

Di-

Makassar

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubungan rencana pelaksanaan Penelitian mahasiswa Fakultas Pertanian UNISMUH Makassar, maka kami mohon Bapak untuk memberikan surat Pengantar Izin Penelitian Kepada mahasiswa dibawah ini,

Nama : Safriamat
Stambuk : 105961110616
Jurusan : Agribisnis
Waktu Pelaksanaan : September - Oktober 2020
Judul : Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah

Atas perhatiannya dan kerjasamanya kami haturkan jazakumullah khairankatsira.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 01 September 2020 M
13 Muharram 1442 H

Dekan Fakultas Pertanian,



Dr. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P.

NBM : 853 947





PEMERINTAH KABUPATEN MAMUJU TENGAH KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Alamat : Jl. Trans Topoyo Palu, Ke. Topoyo, Kab. Mamuju Tengah Prov. Sulawesi Barat

nomor : 070/044/X/2020
ampir : -
erihal : **Permohonan izin Penelitian**

Kepada
Yth. **KEPALA DESA TASOKKO**
Di-
Tempat

Berdasarkan Surat Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Pertanian nomor: 1307/05/C.4-VIII/IX/42/2020, tentang Permohonan Izin Penelitian.

Maka yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **NIMIS, SH., MH**
Pangkat : Pembina Tk. I
NIP : 19630531 199103 1 001
Jabatan : Kepala Kantor Kesbangpol Kabupaten Mamuju Tengah
Alamat : Topoyo

Memberikan izin kepada :

Nama : **SAFRIAMAT**
NIM : 10596 11106 16
Jurusan : Agribisnis
Alamat : Muhajir

Untuk : Melakukan Penelitian Dengan Judul "**ANALISIS SALURAN PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS) DI DESA TASOKKO KECAMATAN KAROSSA KABUPATEN MAMUJU TENGAH**"

Pada Prinsipnya Pemerintah Daerah Menyetujui Mahasiswa tersebut di atas dapat Melakukan Penelitian di Desa Tasokko Kecamatan Karossa Kabupaten Mamuju Tengah dari tanggal 07 September s/d 07 November 2020 dengan ketentuan hasil penelitian disampaikan kepada Pemerintah Daerah melalui Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Mamuju Tengah.

Demikian surat izin ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Topoyo
Pada Tanggal : 05 Oktober 2020

Kepala Kantor,

NIMIS, SH., MH
Pangkat: Pembina Tk. I
NIP: 19630531 199103 1 001

Pembusan disampaikan Kepada Yth :

1. Bupati Mamuju Tengah (Sebagai Laporan) di Tobadak ;
2. Ketua LP3M Makassar di Makassar ;
3. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar di Makassar;
4. Saudara (i) **SAFRIAMAT**;
5. Arsip.



PEMERINTAH KABUPATEN MAMUJU TENGAH
KECAMATAN KAROSSA
DESA TASOKKO

Alamat: Km 183 jalan poros Mamuju - Palu

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN
NO. : 139/012/SKet.-DTS/X/2020

berdasarkan surat dari Pemerintah Kabupaten Mamuju Tengah Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik nomor: 070/044/X/2020, tentang Permohonan Izin Penelitian.

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Yamin
Jabatan : Kepala Desa Tasokko
Alamat : Dusun Tomemba, Desa Tasokko

Memberikan izin kepada:

Nama : Safriamat
NIM : 105961110616
Jurusan : Agribisnis
Alamat : Dusun Muhajir, Desa Tasokko

Untuk melakukan penelitian dengan judul "**ANALISIS SALURAN PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS) DI DESA TASOKKO KECAMATAN KAROSSA KABUPATEN MAMUJU TENGAH**"

Pada prinsipnya pemerintah Desa Tasokko menyetujui mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian pada tanggal 07 September s/d 07 November 2020 dengan ketentuan hasil penelitian disampaikan kepada pemerintah Desa Tasokko.

Demikian surat izin ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Tasokko, 12 Oktober 2020
Kepala Desa Tasokko

MUHAMMAD YAMIN
NIP. 19750530 200906 1 001

RIWAYAT HIDUP



SAFRIAMAT. Nama yang disematkan oleh kedua orang tua sebagai bentuk untaian doa mereka. Lahir di Muhajir, Kabupaten Mamuju Tengah tepatnya pada tanggal 20 November 1998, anak ke-6 dari 7 bersaudara di tengah-tengah keluarga kecil Daamin dan Hasaniah. Untuk jenjang pendidikan penulis memulai pendidikan formal di SD Inpres Kalia pada tahun 2005 dan tamat pada tahun 2010. Di tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Karossa dan tamat pada tahun 2013. Setelah tamat ditingkat SMP, penulis kembali melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Karossa hingga akhirnya tamat pada tahun 2016. Dan pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswa pada program studi Agribisnis (S1), Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.uir.ac.id
Internet Source

8%

2

ariplie.blogspot.com
Internet Source

4%

3

repositori.uin-alauddin.ac.id
Internet Source

2%

4

kodoxtakbersayap.blogspot.com
Internet Source

2%

5

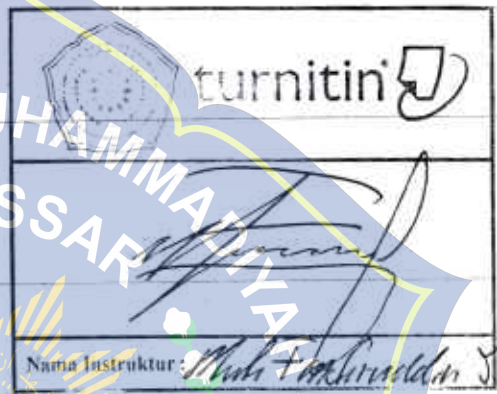
repository.unika.ac.id
Internet Source

2%

6

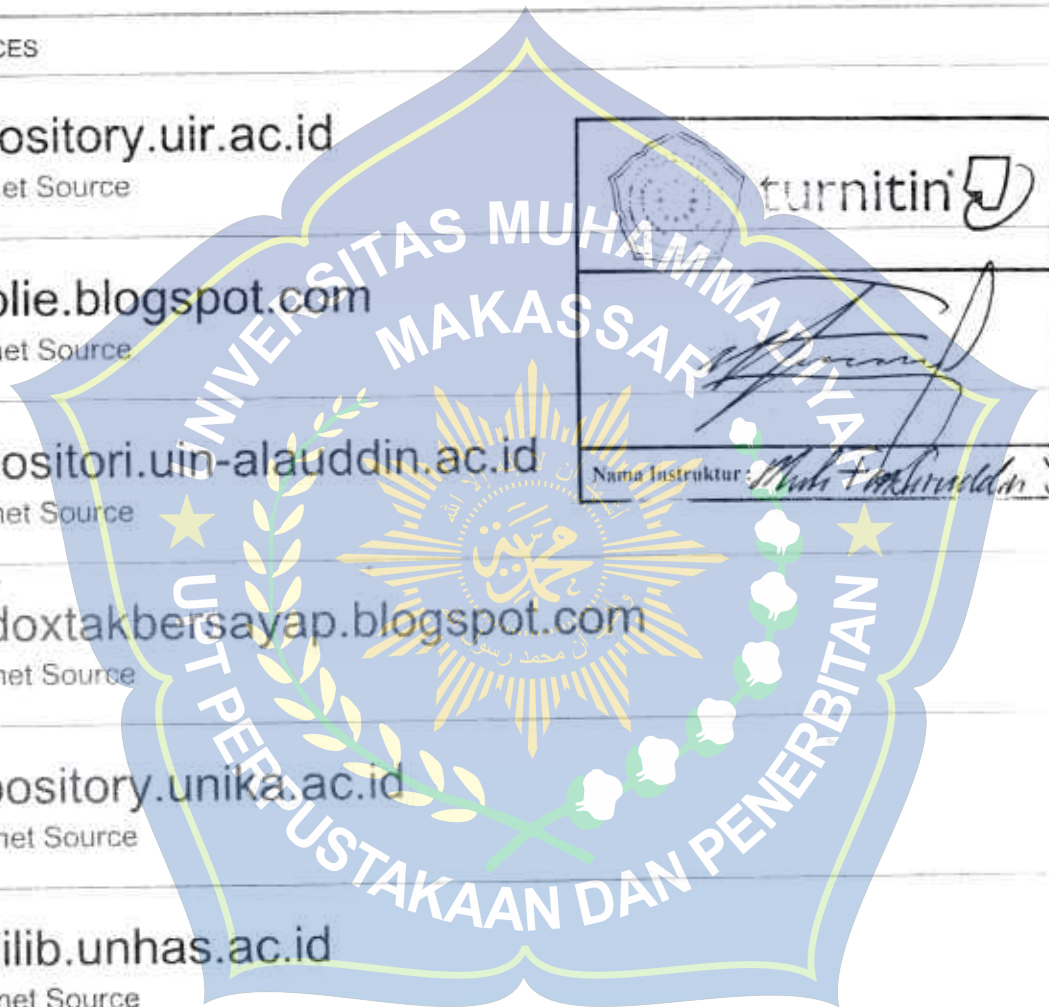
digilib.unhas.ac.id
Internet Source

2%



turnitin

Nama Instruktur: *Muh + M. S. M. S.*



Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off