

Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Rakyat Desa Perdomuan Nauli Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Provinsi Riau

Wika Sri Hartati Marbun, Dimas Deworo Puruhito^{*)}, Fitri Kurniawati

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, INSTIPER Yogyakarta

Jl. Nangka II, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta

^{*)}Correspondence email : dimasdeworopuruhito@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia, as an agricultural country, has an agricultural sector that contributes significantly to the national economy. Palm oil is the main commodity that plays an important role in increasing state income, especially in Perdomuan Nauli Village, Kandis District, Riau. This research aims to analyze palm oil marketing in the village using descriptive methods. Primary data was obtained through interviews and questionnaires, while secondary data came from literature and related institutions. The research location was selected through purposive sampling involving 35 respondents who used three main marketing channels: Farmers–Collectors–RAM–PKS, Farmers–Collectors–PKS, and Farmers–RAM–PKS. The research results show that the Farmer–RAM–PKS channel provides the highest profits for farmers with a margin of IDR 434.3/kg, followed by the Farmer–Collector–PKS channel with a profit of IDR 234.3/kg. The Farmer–Collector–RAM–PKS channel, even though it is the longest, still provides profits for farmers of IDR 139.3/kg. Each channel has its own advantages and disadvantages, depending on the facilities provided and marketing costs incurred. This research emphasizes the importance of evaluating and improving marketing channels to increase the efficiency and welfare of oil palm farmers in Perdomuan Nauli Village.

Keywords: Palm Oil, Marketing; Perdomuan Nauli Village

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam yang tersebar di seluruh wilayahnya. Sebagai negara kepulauan dan agraris, Indonesia memiliki banyak penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, sektor pertanian tetap menjadi salah satu dari tiga sektor utama yang mendorong ekonomi nasional, selain industri dan perdagangan. Sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan masih menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi nasional pada kuartal III/2019, memberikan kontribusi sebesar 13,02% terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) (Badan Pusat Statistik, 2019). Saat ini, kelapa sawit menjadi salah satu komoditas pertanian yang memberikan terhadap peningkatan pendapatan negara.

Tanaman kelapa sawit (*Elaeis guineensis* jacq.) adalah tanaman palma tropis yang menghasilkan minyak nabati yang dikenal sebagai CPO (*Crude Palm Oil*) yang sangat produktif dan ekonomis dibandingkan dengan tanaman penghasil minyak nabati lainnya. Minyak kelapa sawit digunakan dalam berbagai produk pangan seperti minyak goreng, margarin, dan lemak, serta dalam produk non-pangan seperti sabun, deterjen, dan biodiesel. Budidaya kelapa sawit yang menguntungkan ini telah mendorong konversi lahan terbengkalai menjadi perkebunan kelapa sawit yang lebih menguntungkan bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat (Lubis & Lubis, 2018)

Provinsi Riau merupakan produsen CPO terbesar di Indonesia, dengan pangsa pasar mencapai 21%, diikuti oleh Provinsi Kalimantan Tengah sebesar 15%, dan Provinsi Sumatera Utara sebesar 13% % (Badan Pusat Statistik, 2023). Tingginya minat masyarakat terhadap komoditas kelapa sawit telah mendorong perluasan perkebunan kelapa sawit secara signifikan. Ekspansi ini mengakibatkan peningkatan jumlah pohon kelapa sawit dan produksi tandan buah segar (TBS). Petani swadaya, yang mengelola kebun mereka sendiri dengan modal dan tenaga pribadi, mulai dari penyediaan sarana hingga pemasaran hasil panen, sangat memerlukan bantuan dari Pabrik Kelapa Sawit (PKS) dalam pengolahan TBS (Nuria, 2017). Dalam memasarkan TBS ke PKS, petani swadaya biasanya bergantung pada lembaga pemasaran yang tersedia, seperti pedagang pengepul atau pedagang besar, yang pada akhirnya akan memengaruhi harga yang diterima oleh petani.

Namun, di Desa Perdomuan Nauli, Kecamatan Kandis, para petani swadaya sering mengalami kesulitan dalam memasarkan Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit. Kesulitan ini sering kali dimanfaatkan oleh oknum tertentu yang berkenan membantu dalam proses pemasaran atau tata niaga kelapa sawit. Para oknum ini menawarkan berbagai saluran pemasaran yang dihadirkan untuk mempermudah petani dalam menjual hasil panen mereka dengan imbalan berupa margin pemasaran (Rahim & Hastuti, 2007). Namun, keberadaan saluran pemasaran ini tidak selalu menguntungkan petani karena tingginya biaya pemasaran dan ketergantungan pada lembaga pemasaran tersebut. Besar kecilnya biaya pemasaran akan dipengaruhi oleh banyaknya aktivitas di lembaga pemasaran serta jumlah fasilitas yang diperlukan (Setiawan, 2011). Biasanya, para petani ini menjalin kerja sama dengan lembaga pemasaran atau perantara perdagangan yang menawarkan berbagai saluran pemasaran, seperti pedagang pengepul, pedagang besar, atau PKS. Ada kebutuhan mendesak untuk memperbaiki saluran pemasaran komoditas kelapa sawit agar petani bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar dan terdorong untuk meningkatkan produksi (ANDIKA dkk., 2022). Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan di atas, penelitian lebih lanjut dilakukan mengenai "Analisis Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Perdomuan Nauli Kecamatan Kandis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk menggambarkan fenomena pemasaran kelapa sawit di Desa Perdomuan Nauli, Kecamatan Kandis. Metode ini melibatkan pengumpulan, klarifikasi, dan interpretasi data untuk memberikan deskripsi yang rinci mengenai situasi atau kondisi tertentu tanpa membuat kesimpulan kausal (Sugiyono, 2017). Data yang digunakan mencakup data primer dari wawancara, survei, atau observasi, serta data sekunder dari literatur atau sumber lain yang relevan (Darmalaksana, 2020). Lokasi penelitian dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, yang memilih lokasi berdasarkan pertimbangan relevansi topik, ketersediaan informasi, dan aksesibilitas. Desa Perdomuan Nauli dipilih karena mayoritas penduduknya adalah petani kelapa sawit, serta mudahnya kolaborasi dengan pihak lokal. Penelitian dijadwalkan berlangsung dari 20 Maret hingga 30 Maret 2024 (Manalu dkk., 2018). Penelitian ini menggunakan sampel minimal 30 responden, dengan total 35 responden terbagi atas beberapa saluran pemasaran, pengepul, RAM, dan PKS. Data primer dikumpulkan langsung dari responden melalui wawancara atau kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan dan lembaga seperti Badan Pusat Statistik (BPS) (Arif dkk., 2017). Penelitian mengukur variabel seperti luas lahan, tenaga kerja, produksi, biaya perawatan, pendapatan, fasilitas lembaga pemasaran, informasi pasar, pengepul, RAM, PKS, dan ketersediaan kredit. Analisis data dilakukan melalui teknik analisis kualitatif, mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Arikunto, 1998). Tujuannya adalah untuk menyederhanakan data menjadi lebih mudah dibaca dan diimplementasikan, menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang kondisi masyarakat petani kelapa sawit di Desa Perdomuan Nauli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

1. Identitas berdasarkan umur

Umur merupakan salah satu parameter yang signifikan dalam mengevaluasi tingkat produktivitas seseorang, khususnya dalam konteks aktivitas pertanian. Selain menjadi indikator penting dalam menilai kapabilitas individu, faktor usia juga memiliki dampak yang cukup besar terhadap kemampuan petani dalam mengelola usaha tani, baik dari segi pola pikir, kesehatan fisik, maupun respons terhadap inovasi.

Tabel 1. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
20 - 30	9	25,71
31 - 40	10	28,57
41 - 50	12	34,29
Diatas 50	4	11,43

Sumber : Data primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.1 di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani kelapa

sawit di kecamatan Kandis adalah pada kelompok umur berkisar 41 – 50 tahun yakni sebesar 12 orang (34,29%) diikuti dengan kelompok umur 31 – 40 tahun sebesar 10 orang (28,57%) dan seterusnya.

2. Identitas berdasarkan jenis kelamin

Responden dalam penelitian ini sebanyak 91,4% terdiri dari laki – laki dan sisanya adalah perempuan, presentase yang sangat jauh ini tentu saja karena peran laki – laki di Desa Perdomuan Nauli yang cukup baik sebagai kepala keluarga, sehingga memerankan semua peran yang berkaitan dengan budidaya pertanian hingga mendapatkan uang untuk dipergunakan dalam kebutuhan keluarga. Adapun perempuan yang berpartisipasi dalam penelitian ini merupakan perempuan yang menggantikan peran suaminya karena berbagai hal, baik karena suaminya yang sudah meninggal maupun menggantikan suaminya karena sedang memiliki urusan lain.

Tabel 2. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Laki - laki	32	91,40
Perempuan	3	8,60

Sumber : Data primer, 2024

3. Identitas berdasarkan tingkat pendidikan

Pendidikan memiliki peran yang krusial dalam membentuk sikap dan keputusan seseorang, terutama dalam konteks penerapan inovasi baru yang pada akhirnya akan memengaruhi produktivitas dan pendapatan petani. Produktivitas manusia tidak hanya ditentukan oleh peralatan atau kekuatan fisik yang dimiliki, tetapi juga oleh tingkat pendidikan yang pernah diterima oleh individu tersebut. Pendidikan dapat dianggap sebagai modal intelektual yang penting bagi petani dalam mengoptimalkan potensi produksi dan pendapatan. Seorang petani yang memiliki pendidikan yang baik cenderung lebih mampu mengambil keputusan yang rasional dan efektif dalam mengadopsi teknologi-teknologi baru, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas usahanya

Tabel 3. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Pendidikan (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
SMA/K Sederajat	26	74,29
Sarjana	9	25,71

Sumber : Data primer, 2024

B. Saluran Pemasaran

1. Saluran 1, Petani – Pengepul – RAM – PKS

Dalam saluran 1 terdapat 10 petani yang menjadi responden memilih menggunakan jalur (Petani – Pengepul – RAM – PKS). RAM merupakan istilah lokal bagi agen yang biasa membeli TBS dari petani dan atau pengepul, sedangkan PKS merupakan singkatan dari Pabrik Kelapa Sawit. Pilihan ini didasarkan pada keterbatasan lahan yang dimiliki petani,

sehingga produksi Tandan Buah Segar (TBS) mereka sedikit dan tidak terikat kontrak. Petani dapat menjual TBS secara bebas. Pengepul menyediakan fasilitas transportasi, seperti mobil colt diesel, untuk mengangkut buah dari TPH dengan biaya Rp 200/kg. Selain itu, beberapa pengepul juga menyediakan tenaga kerja untuk panen dengan upah Rp 120/kg. Meskipun harga TBS relatif rendah, yaitu Rp 2.000/kg, petani tetap melakukan pemanenan untuk menghindari buah yang lewat matang di pohon. Petani menganggap hasil penjualan cukup menguntungkan karena pembayaran dilakukan secara tunai dan tidak ada buah yang ditolak atau disortir. Setelah penyerahan ke pengepul, TBS menjadi hak pengepul dan diteruskan ke RAM

2. Saluran 2, Petani – Pengepul – PKS

Dalam saluran ini 2 terdapat 8 petani yang menjadi responden. Saluran ini diakses oleh petani dengan lahan yang cukup luas dan pengepul yang memiliki akses langsung ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS). Petani menjual TBS ke pengepul dengan harga Rp 2.000/kg. Pengepul mengantarkan TBS ke PKS dengan biaya bongkar muat Rp 25/kg, biasanya dilakukan oleh dua orang per mobil colt diesel penuh. Pengepul yang memiliki akses ke PKS mendapatkan kuota harian, sehingga mereka menerima TBS setiap hari untuk menghindari kerusakan buah. Namun, pengepul harus menyortir buah dengan kriteria tertentu, seperti buah mentah dan buah yang lewat matang. Buah yang tidak memenuhi kriteria dibawa pulang oleh petani. Petani mengumpulkan buah yang tersortir untuk diserahkan kembali ke pengepul atau melakukan proses peram buah. Keuntungan dari saluran ini adalah beberapa pengepul menyediakan kredit untuk membantu petani dalam perawatan kebun, seperti pembelian pupuk. Pemberian kredit disertai perjanjian bahwa petani harus menjual TBS mereka ke pengepul pemberi kredit

3. Saluran 3, Petani – RAM – PKS

Saluran ini diakses oleh RAM yang memiliki badan hukum atau pengepul dengan kontrak kerja sama. Dari 7 responden, petani yang memiliki lahan luas memilih saluran ini untuk memenuhi kuota RAM. Petani menyerahkan Tandan Buah Segar (TBS) langsung ke RAM tanpa dukungan transportasi dari lembaga pemasaran. TBS disortir di RAM, dengan buah mentah atau busuk ditolak. Proses bongkar muat melibatkan 5-6 orang tanpa biaya tambahan bagi petani. Harga jual rata-rata TBS adalah Rp 2.200/kg, dianggap menguntungkan oleh petani. RAM juga menerima brondol, dengan harga lebih tinggi dibandingkan TBS. Penimbangan dilakukan secara digital, dan petani menerima surat pengantar untuk pembayaran setelah pemotongan upah bongkar muat. Semua saluran pemasaran ini bermuara ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS) yang melakukan seleksi ketat terhadap TBS. Buah yang tidak lolos seleksi menjadi tanggungan supplier (pengepul atau RAM). PKS memberlakukan potongan wajib dan tidak memberikan kredit pada supplier. Harga TBS di PKS adalah Rp 2.400/kg, lebih tinggi dari harga di RAM atau pengepul. Harga

TBS berfluktuasi sesuai pasar dunia dan ditetapkan oleh direktur utama PKS. PKS memiliki kapasitas produksi yang mempengaruhi penerimaan TBS, dengan pengaturan ketat untuk menjaga kualitas asam lemak bebas. Supplier dengan kontrak kerja sama akan ditegur jika tidak memenuhi kuota

C. Analisis Keuntungan dan Margin Pemasaran

Tabel 4. Analisis Keuntungan dan Margin Pelaku Pemasaran

Pelaku pemasaran	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Petani	26	74,29
Sarjana		
RAM	9	25,71

Sumber : Data primer, 2024

Pada saluran 1, petani menjual TBS dengan harga Rp 2000/kg. Biaya produksi termasuk perawatan (Rp 1.365), tenaga kerja (Rp 25), dan penyusutan alat (Rp 174.9). Biaya pemasaran meliputi transportasi (Rp 200) dan tenaga kerja (Rp 120), sehingga total biaya pemasaran Rp 320/kg. Keuntungan petani adalah Rp 139.3/kg. Kemudian pengepul membeli TBS dari petani dengan harga Rp 2000/kg dan menjualnya dengan harga Rp 2200/kg. Biaya pemasaran Rp 25/kg, menghasilkan keuntungan Rp 175/kg dan margin Rp 25/kg. Selanjutnya RAM membeli TBS dengan harga Rp 2200/kg dan menjualnya dengan harga Rp 2400/kg. Biaya pemasaran meliputi tenaga kerja (Rp 25) dan retribusi (Rp 31), total biaya Rp 56/kg. Keuntungan RAM adalah Rp 144/kg dan margin Rp 56/kg. Sehingga total biaya pemasaran dalam saluran ini adalah Rp 1916.7/kg, dengan total keuntungan Rp 458.3/kg dan margin Rp 319/kg. Saluran 1 adalah jalur pemasaran terpanjang dengan margin tertinggi, mencerminkan berbagai biaya tambahan oleh setiap pelaku dalam rantai pasokan. Biaya transportasi dan tenaga kerja yang dikeluarkan oleh petani merupakan komponen utama biaya pemasaran.

Begitu juga pada saluran 2, petani menjual TBS dengan harga Rp 2000/kg. Biaya produksi termasuk perawatan (Rp 1.365), tenaga kerja (Rp 25), dan penyusutan alat (Rp 374.9). Biaya pemasaran hanya tenaga kerja (Rp 25), total biaya pemasaran Rp 25/kg. Keuntungan petani Rp 234.3/kg, lebih tinggi dari Saluran 1. Kemudian pengepul membeli TBS dengan harga Rp 2000/kg dan menjualnya dengan harga Rp 2400/kg. Biaya pemasaran meliputi tenaga kerja (Rp 25) dan retribusi (Rp 31), total biaya Rp 56/kg. Keuntungan pengepul Rp 344/kg dan margin Rp 344/kg. Sehingga total biaya pemasaran dalam saluran ini adalah Rp 1821.7/kg, dengan total keuntungan Rp 578.3/kg dan margin Rp 319/kg. Saluran 2 lebih efisien dengan struktur yang lebih sederhana, melibatkan satu lembaga pemasaran (pengepul) sebelum mencapai PKS. Keuntungan yang lebih tinggi bagi petani dan pengepul dibandingkan Saluran 1, disebabkan oleh biaya pemasaran yang lebih rendah.

Sedangkan pada saluran 3, petani menjual TBS dengan harga Rp 2200/kg. Biaya produksi termasuk perawatan (Rp 1.365,8), tenaga kerja (Rp 25), dan penyusutan alat (Rp 374.9),

total biaya produksi Rp 1.821,7/kg. Kemudian RAM membeli TBS dengan harga Rp 2200/kg dan menjualnya dengan harga Rp 2400/kg. Biaya pemasaran meliputi tenaga kerja (Rp 25) dan retribusi (Rp 31), total biaya Rp 56/kg. Keuntungan RAM Rp 144/kg dan margin Rp 56/kg. Sehingga total biaya pemasaran dalam saluran ini adalah Rp 1.821,7/kg, dan dengan total keuntungan Rp 578.3/kg dan margin Rp 144/kg. Saluran 3 menunjukkan efisiensi tinggi dalam biaya pemasaran dan margin. Tidak adanya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani memungkinkan keuntungan maksimal. RAM mendapatkan keuntungan signifikan meskipun harus menanggung biaya pemasaran. Struktur yang sederhana dan minim biaya membuat Saluran 3 sangat efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran atau penyaluran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit di Desa Perdomuan Nauli, saluran satu yakni Petani – pengepul – RAM – PKS dengan keuntungan petani sebesar Rp 139,3/kg dan banyak petani memilih saluran ini karena pengepul menyediakan fasilitas tenaga panen dan transportasi penjemputan TBS, kemudian saluran ke 2 yakni Petani – Pengepul – PKS dengan keuntungan petani sebesar Rp 234,3/kg dan petani memilih saluran ini karena pengepul berani memberikan kredit untuk saprodi khususnya pupuk untuk menunjang produksi kelapa sawit, serta saluran ke 3 yakni Petani – RAM – PKS dengan keuntungan petani sebesar Rp 434,3/kg dan petani masuk ke dalam saluran ini merupakan petani dengan kepemilikan lahan yang luas sehingga memiliki tonasae TBS yang tinggi, satu satunya alasan petani menggunakan saluran ini ialah keuntungannya yang tinggi dibandingkan saluran lain.

SARAN

Beberapa saran diperoleh dari penelitian ini seperti :

1. Perlu dilakukannya evaluasi terhadap kelebihan dan kekurangan masing masing saluran, serta mempertimbangkan upaya peningkatan efisiensi dan keuntungan petani melalui saluran pemasaran yang lebih baik
2. Penting untuk memperkuat kerjasama antara petani dan lembaga pemasaran lainnya dan memperhatikan keuntungan masing masing pihak dalam rangka meingkatkan kesejahteraan petani

DAFTAR PUSTAKA

- ANDIKA, A., AMBARAWATI, I. G. A. A., & SETIAWAN, I. G. B. D. (2022). Sistem Tataniaga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit (Studi Kasus di Desa Tegar, Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau). *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 11(1), 13. <https://doi.org/10.24843/jaa.2022.v11.i01.p02>
- Arif, D. A., Mardiatna, D., & Giyarsih, S. R. (2017). Kerentanan Masyarakat Perkotaan terhadap Bahaya Banjir di Kelurahan Legok, Kec. Telanipura, Kota Jambi. *Majalah Geografi Indonesia*, 31(2), 79–87.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV/2019*.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Produksi Perkebunan (Ton), 2020—2022*.
- Darmalaksana, W. (2020). *Metode Penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan* (1 ed). Pre-print digital library UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Lubis, M. F., & Lubis, I. (2018). Analisis Produksi Kelapa Sawit (*Elaeis Guineensis* Jacq.) Di Kebun Buatan, Kabupaten Pelalawan, Riau. *Buletin Agrohorti*, 6(2), 281–286. <https://doi.org/10.29244/agrob.v6i2.18945>
- Manalu, R., Biji, P., Produksi, K., Rakyat, P., Meningkatkan, U., & Petani, P. (2018). Processing of Smallholder Plantations Cocoa Production to Increase Farmers Income. *Pengolahan Biji Kakao Produksi Perkebunan Rakyat untuk Meningkatkan Pendapatan Petani*, 1, 99–111.
- Nuria, N. (2017). *Analisis Efisiensi Subsistem Pemasaraan dalam Agribisnis Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit (Studi Kasus di Desa Setabu Kecamatan Sebatik Barat Kabupaten Nunukan)*. Universitas Borneo Tarakan.
- Rahim, Abdul., & Hastuti, D. R. D. (2007). *Ekonomika Pertanian (Pengantar, Teori dan Kasus)*. Penebar Swadaya.
- Setiawan, M. (2011). *Analisis Saluran Pemasaran Dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya Di Kelurahan Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan*. Universitas Riau.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225(87), 48–61.