

**ANALISIS EFISIENSI TATA NIAGA TANDAN BUAH SEGAR KELAPA
SAWIT(*Elaeis guineensis*)KEBUN RAKYAT DI DESA MANANTI
KECAMATAN HUTARAJA TINGGI KABUPATEN PADANG LAWAS**

SKRIPSI

Oleh :

**MAULIDA SYAFITRI HARAHAP
1504300247
AGRIBISNIS**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

ANALISIS EFISIENSI TATA NIAGA TANDAN BUAH SEGAR KELAPA
SAWIT (*Elaeis guineensis*) KEBUN RAKYAT DI DESA MANANTI
KECAMATAN HUTARAJA TINGGI KABUPATEN PADANG LAWAS)

SKRIPSI

Oleh :

MAULIDA SYAFITRI HARAHAP
1504300247
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata I (SI) Pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Mhd. Bukhari Sibuea, M.Si.

Ketua


Surnaherman, S.P., M.Si.

Anggota

Disahkan Oleh :
Dekan



Ir. Asritani Munar, M.P.

Tanggal Lulus 10-10-2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Maulida Syafitri Harahap

NPM : 1504300247

Menyatakan dengan ini yang sebenarnya, bahwa skripsi ini dengan judul "Analsis Efisiensi Tata Niaga Tandan Buah Segar Kelapa Sawit (*Elais Guineensis*) Kebun Rakyat (Studi Kasus : Desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupaten Padang Lawas)". Berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain dari beberapa referensi yang saya masukan, akan saya cantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan yang sesungguhnya dap apabila ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarism) yang tidak ditoleren lagi, maka saya bersedia dikenakan sanksi dari fakultas. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Oktober 2019

Yang Menyatakan



Maulida Syafitri Harahap

RINGKASAN

MAULIDA SYAFITRI HARAHAHAP (1504300247) dengan judul skripsi “**Analisis Efisiensi Tata Niaga Tandan Buah Segar Kelapa Sawit (*Elais Guineensis*) Kebun Rakyat** (Studi kasus) Desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupaten Padang Lawas”. Penelitian ini dibimbing oleh **Bapak Ir. Mhd.Buhari Sibuea,M.Si** selaku ketua komisi pembimbing dan **Bapak Surnaherman,S.P.,M.Si** selaku anggota komisi pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran tata niaga, margin tata niaga, share margin serta efisiensi tata niaga masing-masing saluran tata niaga di desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupaten Padang Lawas. Metode penentuan sampel ini dilakukan dengan metode Purposive Sampling yaitu sebanyak 41 orang responden. Adapun data yang digunakan yaitu data sekunder dan data primer. Analisis data yang digunakan yaitu dengan metode analisis deskriptif, analisis margin, analisis farmer share, serta analisis efisiensi tata niaga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di desa Mananti terdapat 3 saluran pemasaran yaitu (1) petani-pedagang pengumpul-pabrik kelapa sawit.(2) petani-pedagang besar-pabrik kelapa sawit. (3) Petani-KUD(Koperasi Unit Desa)-Pabrik kelapa sawit. Untuk hasil analisis margin di setiap saluran yaitu sebesar Rp.200/Kg. Untuk hasil *farmer share* saluran I yaitu sebesar 80,41%, saluran II sebesar 82,75%, saluran III sebesar 100%. Untuk nilai efisiensi tata niaga disetiap saluran yaitu saluran I 4,99%, saluran II 10,25%, saluran III 13,27%.

SUMMARY

MAULIDA SYAFITRI HARAHAHAP (1504300236 / AGRIBUSINESS) with the thesis of “**Efficiency Analysis The Business Of Fresh Fruit Bunches Of Oil Palm Smallholder Garden**” case study of Mananti village high Hutaraja Tinggi subdistrict of Padang Lawas. This research was supervised by **Mr.Ir. Mhd.Buhari Sibuea,M.Si** as chairman of the supervisory committee and **Mr. Surnaherman,S.P.,M.Si** as a member of the supervisory committee.

This Study aims to determine the trade margins of the margin trade system, the share margin trade and the efficiency of each trade system channel in the village of Mananti sub-district, highland forest, Padang Lawas district. This sample research method was carried out with a *Purposive Sampling* method with 41 respondents. As for the data used, namely secondary data and primary data. Data analysis used by descriptive analysis method margin analysis, *Farmer share analysis* and trade efficiency analysis.

The results showed that in Mananti village there were three marketing channels namely the (1) channel of farmer-trader-palm oil mills. The (2) channel is farmers-wholesalers- palm oil mills. The (3) farmers-village unit cooperatives- palm oil mills. For the margin analysis results in each channel that is equal to Rp.200/Kg. For farmer share channel I results 4,99%, farmer share II results 10,25%, farmer share channel III results 13,27%.

RIWAYAT HIDUP

MAULIDA SYAFITRI HARAHAHAP, lahir di Desa Siabu Kecamatan Hutaraja Tinggi 11 Agustus 1997 dari pasangan bapak Bagus Harahap dan ibu Masturo Siregar, penulis merupakan anak pertama dari bapak Bagus Harahap dan ibu Masturo Siregar.

1. Tahun 2009, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN. No.101730 Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang Lawas.
2. Tahun 2012, menyelesaikan pendidikan Sekolah Madrasah Tsanawiyah di Al-Khoir di Desa Mananti, Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang Lawas.
3. Tahun 2015, menyelesaikan pendidikan Sekolah Madrasah Aliyah Negeri Sibuhuan, Kecamatan Barumon.
4. Tahun 2015, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agrobisnis.
5. Tahun 2017, mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT.PP. London Sumatera Indonesia Tbk, Sei Merah Estate.
6. Tahun 2019, melakukan penelitian Skripsi di Desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupaten Padang Lawas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Kehadirat Allah SWT penulis ucapkan atas segala Rahmat dan Keberkahan-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar . Pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Teristimewa kepada orang tua penulis, Ayahanda tercinta Bapak Bagus Harahap dan Ibunda Tersayang Ibu Masturo Siregar yang telah banyak memberikan yang terbaik berupa Doa , materi , dan dukungan semangat yang selalu diberikan kepada penulis agar dapat mewujudkan cita-cita
2. Saudara/I Tercinta penulis, adik-adik tersayang Arif Kurnawaan, Misri Kholiah, Wahyuni dan yang telah memberikan Doa dan semangat kepada penulis
3. Kepada Bapak Dr.Ir.Muhammad Buhari Sibuea,M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing yang selalu membantu dan memudahkan penulis
4. Kepada Bapak Surnaherman,S.P.,M.Si. selaku Anggota Komisi Pembimbing yang selalu mmeberikan masukan yang terbaik
5. Ibu Ir.Asritanarni Munar,M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Ibu Khairunnisa Rangkuti,S.P.,M.Si. selaku Ketua Prodi Stusi Agribisnis
7. Kepada Bapak Rajamuda Hasibuan dan seluruh petani kelapa sawit yang menjadi responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi ilmu kepada penulis sehingga penulis dapat mengumpulkan data dan dapat menyelesaikan skripsi ini
8. Kepada Perangkat desa Mananti yang telah memberikan informasi dan data yang dibutuhkan oleh penulis
9. Kepada Sahabat terkasih Andi Syahputra Simamora, Nur Qolbun Salimah, , Sri Mariaty Hasibuan Fauzia Nur Nasution, Putri Suci Ramadhan , Widya Br Prangin-angin, Nadia Ayu, Hafiza Ulpa, Sri Bunga Rezky, Suci Atma Sipahutar, Ani Nur Saadah Hasibuan yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis
10. Teman –teman Agribisnis 6 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi untuk secepatnya wisuda.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulsi menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna , penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi terciptanya kesempurnaan skripsi penulsi selanjutnya. Akhirnya penulsi mneucapkan terima kasih , Wassalam

Medan, 12 September 2019

Penulis

KATA PENGANTAR

Assalamualikum, Wr. Wb. Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah Subhanahu WaTa'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tidak lupa sholawat berangkaikan salam kepada Nabi Besar Muhammad Sallallahu Aalaihi Wasallam. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Studi Strata (S1) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul penelitian ini **“Analisis Efisiensi Tata Niaga Tandan Buah Segar Kelapa Sawit (*Elais Guineensis*) Kebun Rakyat (Studi kasus) Desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupaten Padang Lawas**. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan juga pembacanya. Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini serta penulis mengucapkan terimakasih, Wassalamualikum, Wr.Wb.

Medan, September 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah	8
Tujuan Penelitian.....	8
Kegunaan Penelitian.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
Landasan Teori	10
Kerangka Pemikiran	23
METODE PENELITIAN.....	24
Metode Penelitian.	24
Metode Penentuan Lokasi	24
Metode Penarikan Sampel.....	24
Metode Pengumpulan Data	25
Metode Analisis Data	25
Defenisi dan Batasan Operasional.....	27
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	29
Demografi.....	29
Distribusi Pola Penggunaan Tanah	30
Distribusi Potensi Sumber Daya Manusia	30
Distribusi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	31

Distribusi Penduduk Menurut Agama	31
Distribusi Penduduk Menurut Mata Pencarian	32
Distribusi Sarana Dan Prasarana	33
Karakteristik Petani Sampel Menurut Jenis Kelamin	34
Karakteristik Petani Sampel Menurut Usia	35
Karakteristik Petani Sampel Berdasarkan Luas Lahan.....	37
Karakteristik Petani Sampel Berdasarkan Jumlah Tanggungan	38
Karakteristik Pedagang Sampel	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
Saluran Tataniaga Tandan Buah Segar	40
Margin Tataniaga Tandan Buah Segar	48
Analisis <i>Farmer Share</i> Tandan Buah Segar	48
Efisiensi Tataniaga Tandan Buah Segar	49
KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
Kesimpulan	53
Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1	Luas Tanaman dan Poduksi Kelapa Sawit Tanaman Perkebunan Rakyat Tahun 2013 – 2017	4
2	Luas Tanaman dan Produksi Kelapa Sawit Tanaman Perkebunan Rakyat menurut Kabupaten, 2017	6
3	Pola Penggunaan Tanah Di Desa Mananti	30
4	Distribusi Potensi Sumber Daya Manusia	30
5	Distribusi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	31
6	Distribusi Penduduk Menurut Tingkat Agama.....	31
7	Distribusi Penduduk Menurut Tingkat Mata Pencaharian.....	32
8	Distribusi Penduduk Menurut Tingkat Sarana Dan Prasarana	33
9	Distribusi Petani Sampel Menurut Jenis Kelamin	34
10	Distribusi Petani Sampel Menurut Usia.....	35
11	Distribusi Petani sampel Menurut Pendidikan	36
12	Distribusi Petani sampel Menurut Luas Lahan.....	37
13	Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Jumlah Tanggungan	38
14	Fungsi Pemasaran Yang dilakukan Setiap Lemabaga Pemasaran.....	43
15	Biaya Tata Niaga Saluran I.....	45
16	Biaya Tata Niaga Saluran II	46
17	Biaya Tata Niaga Saluran III	47
18	Margin Tata Niaga.....	48
19	Analisis <i>Farmer Share</i>	48
20	Efisiensi Tata Niaga	49

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Tingkat Saluran Pemasaran1	17
2.	Skema Kerangka Pemikiran.....	23
3.	Skema Struktur Organisasi Di Desa Mananti	34
4.	Skema Saluran Tata Niaga I Di Desa Mananti	40
5.	Skema Saluran Tata Niaga II Di Desa Mananti.....	42
6.	Skema Saluran Tata Niaga III Di Desa Mananti.....	42

LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Karakteristik Petani Sampel	56
2	Biaya yang Dikeluarkan Pada Setiap Saluran Tata Niaga I.....	57
3	Biaya yang Dikeluarkan Pada Setiap Saluran Tata Niaga II	58
4	Biaya yang Dikeluarkan Pada Setiap Saluran Tata Niaga III.....	59

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komoditas perkebunan merupakan salah satu andalan bagi pendapatan nasional dan devisa negara Indonesia bila dibandingkan dengan sumbangan dari subsektor lainnya, subsektor perkebunan juga mengalami perkembangan yang sangat signifikan yang dapat dilihat dari kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Pembangunan dibidang perkebunandiarahkan untuk lebih mempercepat laju pertumbuhan produksi baik dari perkebunan besar, swasta maupun perkebunan negara, dan perkebunan rakyat. Untuk mendukung pembangunan industri, serta meningkatkan pemanfaatan dan kelestarian sumber daya alam (SDA) berupa air dan tanah. Untuk memenuhi Crude Palm Oil(CPO) dan minyak goreng sawit, perkebunan kelapa sawit sangat layak di kembangkan (Fajar,2012)

Tanaman keras yang ditanami di Indonesia, kelapa sawit masih menjadi komoditi perkebunan yang unggul.Tanaman kelapa sawit secara umum waktu tumbuh rata-rata 20-25 tahun.Pada tiga tahun pertama disebut sebagai kelapa sawit muda, hal ini dikarenakan kelapa sawit tersebut belum menghasilkan buah. Kelapa sawit mulai berbuah empat sampai enam tahun dan pada usia tujuh sampai sepuluh tahun disebut sebagai periode matang {the mature priode), dimana pada periode tersebut tandan buah segar (fresh fruit kunch). Tanaman kelapa sawit pada usia sebelah sampai dua puluh tahun mulai mengalami penurunan produksi tandan buah segar (Gustami,2017).

Indonesia merupakan produsen kelapa sawit terbesar kedua di dunia setelah Malaysia.Menurut Derom Bangun , Ketua GAPKI (Gabungan Perusahaan Kelapa Sawit Indonesia) pada tahun 2008 diperkirakan Indonesia menjadi produsen kelapa sawit

terbesar di dunia. Perkebunan kelapa sawit pun bisa menghadirkan prestasi-prestasi yang membanggakan dan layak untuk ditiru . Kesemuanya itu bergantung pada manajemen dan pemimpinnya .Kelapa sawit merupakan tanaman yang paling produktif dengan produksi minyak nabati lainnya. Agribisnis kelapa sawit adalah salah satu dari sedikit industri yang merupakan keunggulan kompetitif Indonesia untuk bersaing ditingkat global. Kemajuan dalam bidang agribisnis kelapa sawit Indonesia ditandai dengan semakin menyempitnya spesialisasi fungsional dan semakin jelasnya pembagian kerja berdasarkan fungsi-fungsi sistem agribisnis. Usaha agribisnis kelapa sawit Indonesia telah dikembangkan dengan orientasi bisnis untuk mencari keuntungan dengan konsep sistem agribisnis terpadu . Sistem agribisnis dikelompokkan menjadi empat subsistem kegiatan , yaitu pengadaan sarana produksi (agroindustri hulu), kegiatan produksi primer (budi daya), pengolahan (agroindustri hilir) dan pemasaran(Iyung Pahan,2007)

Kelapa sawit merupakan komoditi dengan jumlah produksi sekaligus pertumbuhan produksi terbesar di antara komoditi unggulan perkebunan di Indonesia (Direktorat Jendral Perkebunan, 2008).Perkembangan kelapa sawit di Indonesia terus meningkat seiring dengan luas areal kelapa sawit yang juga semakin bertambah hingga tahun 2009. Secara keseluruhan produktivitas kelapa sawit Indonesia tahun 2003 - 2009 naik sebesar 3,00 persen per tahun, dimana produktivitas tertinggi dicapai oleh perkebunan swasta sebesar 3,59 ton/ha dan posisi kedua di capai oleh perkebunan negara dengan rata-rata produktivitas sebesar 3,48 ton/ha. Produktivitasperkebunan rakyat merupakan yang paling rendah dengan rata-rata sebesar 2,97 ton/ha. Pada tahun

2005, 35 persen dari total area kelapa sawit Indonesia sebesar sekitar 5,5 juta ha merupakan perkebunan rakyat yang memiliki produksi paling rendah (Sumiati, 2017).

Komoditas kelapa sawit di Indonesia dewasa ini telah menjadi tanaman primadona dan memiliki prospek masa depan yang sangat cerah. Hampir semua negara dewasa ini menggunakan minyak kelapa sawit untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya. Saat ini Indonesia sudah mengembangkan 4 juta hektar lahan budidaya kelapa sawit dan dalam waktu dekat pemerintah sudah merencanakan akan mengembangkan komoditas ini menjadi 5,5 juta ha (Asri,2012)

Kelapa sawit merupakan salah satu tanaman perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi, karena merupakan salah satu tanaman penghasil minyak nabati. Minyak kelapa sawit merupakan komoditas yang mempunyai nilai strategis karena merupakan bahan baku utama pembuatan minyak makan. Sementara, minyak makan merupakan salah satu dari 9 kebutuhan pokok bangsa Indonesia. Permintaan akan minyak makan di dalam dan diluar negri yang kuat merupakan indikasi pentingnya peranan komoditas kelapa sawit dalam perekonomian bangsa. Kelapa sawit memiliki keunggulan dibandingkan dengan minyak nabati lainnya, beberapa keunggulan minyak sawit antara lain: (1) Tingkat efisiensi minyak sawit tinggi mampu mengubah CPO menjadi sumber minyak nabati termurah, (2) Produksi minyak sawit tinggi yaitu 3,2 ton/ha, sedangkan minyak kedelai, lobak, kopra, dan minyak bunga matahari masing-masing 0,34, ,51,0, 57 dan 0,53 ton/ha. (3) Sekitar 80% penduduk dunia, khususnya negara berkembang masih berpeluang meningkatkan konsumsi perkapita untuk minyak dan lemak terutama minyak yang harganya murah (Asri,2012).

Pengolahan kelapa sawit mampu menciptakan kesempatan kerja dan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu daerah yang mengembangkan komoditas perkebunan kelapa sawit. Kabupaten Padang Lawas merupakan satu daerah yang merupakan sentra pengembangan Kelapa Sawit. Hal ini ditunjang oleh keadaan iklim dan tanah yang sesuai dengan syarat tumbuh bagi tanaman perkebunan (Said, 2018)

Tabel 1. Luas Tanaman Dan Poduksi Kelapa Sawit Tahun 2013 – 2017 di Provinsi Sumatera Utara

Tahun	Luas Tanaman (ha)	Produksi (ton)
2013	414.915,84	5.612066,73
2014	416 475,11	5.745235,23
2015	395.489,00	5.101 384,09
2016	417.809,00	5 775 631,82
2017	426.716,35	6.068.178,45

Sumber Data: Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral Hortikultura

Dari data di atas menunjukkan luas tanaman dan produksi komoditas kelapa sawit tanaman perkebunan rakyat di Provinsi Sumatera Utara mengalami peningkatan hampir setiap tahunnya, yaitu di mulai dari tahun 2013 dengan luas lahan 414 915,84 Ha serta produksi 5.612066,73 ton. Pada tahun 2014 mengalami peningkatan yaitu dengan luas lahan 416.475,11 Ha dengan produksi 5.745235,23 ton. Pada tahun 2015 mengalami penurunan yaitu luas tanaman sebesar 395.489,00 Ha dengan produksi 5.101 384,09 ton. Penurunan ini disebabkan oleh salah satunya adalah faktor umur ekonomis tanaman yang sudah tua .Sedangkan tahun 2016 mengalami peningkatan kembali yaitu luas lahan sebesar 417.809,00 ha dengan produksi sebesar

5.775 631,82 ton dan tahun 2017 mengalami peningkatan kembali lagi yaitu luas lahan 426.716,35 ha dengan produksi sebesar 6.068.178,45 ton.

Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu daerah yang mengembangkan komoditas perkebunan kelapa sawit. Kabupaten Padang Lawas merupakan salah satu daerah yang merupakan sentra pengembangan kelapa sawit. Hal ini ditunjang oleh keadaan iklim dan tanah yang sesuai dengan syarat tumbuh bagi tanaman perkebunan.

Tabel 2. Luas Tanaman Dan Produksi Kelapa Sawit menurut Kabupaten, 2016

No	Kabupaten	Luas Tanaman (ha)			Jumlah	Produksi TBS (Ton)
		TBM	TM	TTM		
1	Nias					
2	Mandailing	3.140,00	12.530,00	24,00	15.694,00	231.027,27
3	Tapanuli Selatan	2.225,00	2.964,00	33,00	5.22,00	55.136,36
4	Tapanuli Tengan	1.585,00	1.666,00	43,00	3.294,00	29.459,09
5	Tapanuli Utara	14,00	11,00	7,00	32,00	81,82
6	Toba Samosir	138,00	522,00	10,00	670,00	3.800,00
7	Labuhan Batu	2.807,00	31.902,00	83,00	34.795,00	536.909,00
8	Asahan	6.958,00	64.892,00	1.085,00	72.935,00	1.050.159,09
9	Simalungun	3.372,00	25.837,00	7,00	29.216,99	517.218,18
10	Dairi	38,00	127,00	19,00	184,00	1.300,00
11	Karo	580,00	822,00	12,00	1.414,00	9.145,45
12	Deli Serdang	3.014,00	12.937,00	107,00	15.518,00	210.254,55
13	Langkat	6.633,00	39.907,00	291,00	46.831,00	633.472,73
14	Nias Selatan	685,00	67,99	4,00	756,99	272,73
15	Humbang Hasundutan	60,00	212,00	24,00	296,00	1.200,00
16	Pakpak Barat	191,00	1.117,00	77,00	1.385,00	5.381,82
17	Samosir					
18	Serdang Bedagai	1.675,00	11.126,00	25,00	12.826,00	173.800,00
19	Batu Bara	2.277,00	6.302,00	381,00	8.969,00	103.459,09
20	Padang Lawas Utara	9.317,00	17.735,00	95,00	27.147,00	295.863,64
21	Padang Lawas	6.877,10	26.046,00	103,00	103,00	438.022,73
22	Labusel	1.766,00	40.210,00	595,00	42.517,00	619.327,27
23	Labura	4.639,00	59.724,00	620,00	64.983,00	860.045,45
24	Nias Utara	0	0	0	0	0
25	Nias Barat	0	0	0	0	0
26	Padang Sidempuan	7,00	34,00	16,00	57,00	295,45
27	Gunung Sitoli	0	0	0	0	0

Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral Hortikultura

Dalam perekonomian Indonesia , komoditas kelapa sawit memiliki peranan yang cukupstrategis karena komoditas ini mempunyai prospek yang cukup cerah bagi sumber

devisa negara. Sektor Perkebunan Kelapa sawit dan karet adalah komoditi terbesar pertanian untuk tanaman perkebunan di Kabupaten Padang Lawas. Untuk tanaman kelapa sawit,.

Sektor yang paling dominan dalam mendukung kegiatan perekonomian di Kabupaten Padang Lawas adalah sektor perkebunan. Adapun potensi mengenai pengembangan perekonomian wilayah di Kabupaten Padang Lawas diuraikan sebagai berikut:

Gambaran produksi saat ini serta hasil analisa yang dilakukan menunjukkan bahwa perkebunan Kelapa sawit dan karet merupakan komoditi yang menjanjikan untuk dikembangkan di masa yang akan datang, produksinya juga yang mengalami pertumbuhan yang cepat .Berdasarkan hasil analisis, secara rata-rata sektor perkebunan merupakan sektor yang dapat dikembangkan dengan baik di Kabupaten Padang Lawas.

Pemasaran yang lebih efisien menurut Mubyarto (1989) bahwa ada dua persyaratan yang harus dipenuhi yaitu: (a) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, dan (b) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu. Faktor-faktor yang dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut: (a). Keuntungan pemasaran (b). Harga yang diterima konsumen (c). Tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk malancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi, dan (d). Kompetisi pasar, persaingan diantara pelaku pemasaran .

Adapun prasarvey awal lokasi yang telah dilakukan di Desa Mananti rata-rata petani kelapa sawit di daerah tersebut masih bergantung pada pelaku kegiatan pemasaran kelapa sawit. Petani tidak dapat menjual hasil panennya langsung tetapi harus melewati rantai pemasaran yang panjang yaitu dari petani ke pedagang pengumpul, dari pedagang pengumpul ke pedagang besar, dan dari pedagang besar ke pabrik.

Adanya rantai pemasaran yang panjang dan selisih harga ditingkat pelaku pemasaran menyebabkan para petani mendapatkan pendapatan yang tidak sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Berdasarkan fenomena yang ada dilapangan maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana “Analisis Efisiensi Tata Niaga Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Kebun Rakyat “

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka didapat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran tata niaga tandan buah segar yang terjadi di desa Mananti, Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang lawas?
2. Bagaimana margin dan *share margin* tata niaga yang ada di desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi kabupaten Padang Lawas
3. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran kelapa sawit petani rakyat di Desa Mananti, Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang lawas?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui saluran tataniaga yang terjadi di Desa Mananti, Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang Lawas
2. Untuk mengetahui margin dan *share margin* Tataniaga tandan buah segar kelapa sawit di Desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupaten Padang Lawas
3. Untuk mengidentifikasi tingkat efisiensi tataniaga tandan buah segar kelapa sawit petani rakyat di Desa Mananti, Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang Lawas.

Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diuraikan, maka kegunaan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagi petani penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi serta bahan pertimbangan agar efisiensi pemasaran kelapa sawit petani rakyat yang berada di daerah tersebut dapat ditingkatkan.
2. .Bagi pemerintah daerah maupun instansi terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam upaya untuk membuat kebijakan dalam rangka meningkatkan efisiensi pemasaran pemasaran kelapa sawit petani rakyat
3. Bagi peneliti ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Taksonomi Kelapa Sawit

Secara sistematis atau tata nama tumbuhan, tanaman kelapa sawit masuk kedalam

Divisi : *Embryophyta Siphonagama*

Kelas : *Angiospermae*

Ordo : *Monocotyledonae*

Famili : *Arecaceae*

Subfamili : *Cocoideae*

Genus : *Elaeis*

Spesies : *Elaeis guineensis Jacq.*

Morfologi KelapaSawit

Akar

Akar terutama sekali berfungsi (1) untuk menunjang struktur batang di atas tanah, (2) menyerap air dan unsur-unsur hara dalam tanah, serta (3) sebagai salah satu alat respirasi. Sistem perakaran kelapa sawit merupakan sistem serabut, terdiri dari akar primer, sekunder, tersier, dan kuartener. Akar primer umumnya berdiameter 6-10 mm, keluar dari pangkal batang dan menyebar secara horisontal dan menghujam ke dalam tanah dengan sudut yang beragam. Akar primer bercabang membentuk akar sekunder yang diameternya 2-4 mm. Akar sekunder bercabang membentuk akar tersier yang berdiameter 0,7-1,2 mm dan umumnya bercabang lagi membentuk akar kuartener.

Batang

Batang kelapa sawit terdiri dari pembuluh-pembuluh yang terikat secara diskrit dalam jaringan parenkim. Meristem pucuk terletak dekat ujung batang, dimana pertumbuhan batang sedikit agak membesar. Aktivitas meristem pucuk hanya memberikan sedikit kontribusi terhadap jaringan batang karena fungsi utamanya yaitu menghasilkan daun dan infloresen bunga. Seperti pada umumnya tanaman monokotil, penebalan sekunder tidak terjadi pada batang. Penebalan dan pembesaran batang terjadi karena aktivitas “penebalan meristem pucuk” yang terletak dibawah meristem pucuk dan ketiak daun. Pada tahun pertama atau kedua pertumbuhan kelapa sawit, pertumbuhan membesar terlihat sekali pada bagian pangkal, dimana diameter batang bisa mencapai 60 cm.

Setelah itu, batang akan mengecil, biasanya hanya berdiameter 40 cm, tetapi pertumbuhan tingginya lebih cepat. Umumnya, penambahan tinggi tinggi batang bisa mencapai 35-37 cm per tahun, tergantung pada keadaan lingkungan dan keragaman genetik. Laju produksi daun kemungkinan tidak begitu berpengaruh terhadap pertumbuhan batang. Batang mempunyai 3 fungsi utama, yaitu (1) sebagai struktur yang mendukung daun, bunga dan buah. (2) sebagai sistem pembuluh yang mengangkut air dan air mineral dari akar ke atas serta hasil fotosintesis dari daun kebawah ; serta (3) kemungkinan juga berfungsi sebagai organ penimbunan zat makanan.

Daun

Daun kelapa sawit terdiri dari beberapa bagian yaitu kumpulan anak daun (*leaflets*) yang mempunyai helaian (lamina) dan tulang anak daun (*midrib*) , rachis yang merupakan tempat anak daun melekat, tangkai daun (*petiole*) yang merupakan bagian

antara daun dan batang, seludang daun (*sheath*) yang berfungsi sebagai perlindungan dari kuncup dan memberi kekuatan pada batang

Luas daun meningkat secara progresif pada umur sekitar 8-10 tahun setelah tanam. Biasanya, luas daun pada umur yang sama beragam dari satu daerah ke daerah lain, tergantung dari faktor-faktor, seperti kesuburan dan kelembaban tanah serta tingkat stres air (penutupan stomata). Aplikasi pupuk N dan K ternyata mampu meningkatkan luas daun. Meningkatnya luas daun dengan bertambahnya umur tanaman terutama disebabkan oleh bertambahnya anak dan rata-rata ukurannya.

Bunga

Kelapa sawit merupakan tanaman *monoecious* (berumah satu). Artinya, bunga jantan dan betina terdapat pada satu pohon, tetapi tidak pada tandan yang sama. Walaupun demikian, kadang-kadang dijumpai juga bunga jantan dan betina pada satu tandan (*hermafrodit*). Bunga muncul dari ketiak daun. Setiap ketiak daun dapat menghasilkan satu infloresen (bunga majemuk). Biasanya, beberapa bakal infloresen gugur pada fase-fase awal perkembangannya sehingga pada individu tanaman terlihat beberapa ketiak daun tidak menghasilkan infloresen.

Bunga kelapa sawit merupakan bunga majemuk yang terdiri dari kumpulan *spikelet* dan tersusun dalam infloresen yang berbentuk spiral. Bunga jantan maupun bunga betina mempunyai ibu tangkai bunga (*peduncle/rachis*) yang merupakan struktur pendukung *spikelet*. Umumnya, dari pangkal *rachis* muncul sepasang daun pelindung (*spathes*) yang membungkus infloresen sampai dengan saat-saat menjelang terjadinya *anthesis*. Dari *rachis* ini, terbentuk struktur *triangular bract* yang membentuk yang kemudian membentuk tangkai-tangkai bunga (*spikelets*).

Buah

Secara botani, buah kelapa sawit digolongkan sebagai buah *drupe*, terdiri dari *pericarp* yang terbungkus oleh *exocarp* (atau kulit), *mesocarp* (yang secara salah kaprah biasanya disebut *pericarp*), dan *endocarp* (cangkang) yang membungkus 1-4 inti/ kernel (umumnya hanya satu). Inti memiliki *testa* (kulit), *endosperm* yang padat, dan sebuah *embrio*.

Pembagian tipe buah berdasarkan warna kulit buah dapat dikelompokkan menjadi 3 tipe yaitu *nigrescens*, *virescen*, dan *albescen*.

Nigrescen

Buah *nigrescens* berwarna ungu sampai hitam pada waktu muda dan berubah menjadi jingga kehitam-hitaman pada waktu matang. Tipe buah *nigrescens* hampir dominan ditemukan pada varietas tenera yang ditanam secara komersial di Indonesia

Virescens

Pada waktu muda, buah *virescen* berwarna hijau dan ketika matang warnanya berubah menjadi jingga kemerahan, tetapi ujungnya tetap kehijau-hijauan.

Albescens

Pada waktu muda, buah *albescen* berwarna keputih-putihan, sedangkan setelah matang berubah menjadi kekuning-kuningan dan ujungnya berwarna ungu kehitam-hitaman(Iyung Pahan,2007)

Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, mengorganisasi, merencanakan, dan mengawasi sumber daya, kebijaksanaan, serta kegiatan menimpa para pelanggan perusahaan dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan para kelompok

pelanggan yang terpilih untuk memperoleh laba. Beberapa ahli berpendapat tentang pengertian pemasaran sebagai berikut :

Philip Kotler dan Keller (2007) menyatakan : “Pemasaran merupakan fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi (AriSetiyaningrum,2015).

Fungsi-fungsi pemasaran

a. Fungsi pertukaran

Dengan pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun menukar produk dengan produk (*barter*) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali. Pertukaran merupakan salah satu dari empat cara orang mendapatkan produk

b. Fungsi distribusi fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati konsumennya yang membutuhkan dengan banyak cara dan sebagainya. Penyimpanan produk merupakan upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan

c. Fungsi perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara lain pengurangan risiko, pembiayaan,

pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk(AriSetiyaningrum,2015)

Saluran Pemasaran

Menurut Bowersox dan Cooper, 1992 (dalam Ari Setiyaningrum ,2015) Saluran distribusi atau saluran pemasaran adalah sebuah struktur bisnis yang terdiri dari organisasi-organisasi yang saling berkaitan dimulai dari tempat asal mula produk dibuat sampai penjual terakhir dengan maksud memindahkan produk serta kepemilikan ke pemakai terakhir , yaitu konsumen pribadi atau pengguna bisnis.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi (Thamrin Abdullah,2013).

Fungsi dan Arus Saluran Pemasaran

Sebuah saluran pemasaran melakukan kerja dengan memindahkan barang dari produsen ke konsumen .Saluran ini mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari yang akan menggunakannya . Anggota-anggota dalam fungsi saluran pemasaran melakukan beberapa fungsi utama dan dan berpartisipasi dalam arus pemasaran berikut:

Informasi :Pengumpulan dan penyebaran informasi riset pemasaran mengenai potensial dan pelanggan saat ini, pesaing, dan pelaku dan kekuatan lain dalam lingkungan pemasaran.

Promosi : Pengembangan danpenyebaran komunikasi persuasif mengenai penawaran yang dirancang untuk menarik pelanggan.

Negoisasi : Usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat-syarat lain sehingga pengalihan kepemilikan dapat dipengaruhi

Pesanan : Komunikasi kebelakang yang bermaksud mengadakan pembelian oleh anggota saluran pemasaran kepada konsumen.

Pendanaan : Penerimaan dan pengalokasian dana yang dibutuhkan untuk penyediaan persediaan pada tingkat saluran pemasaran yang berbeda

Pengambilan risiko: Asumsi risiko yang terkait dengan pelaksanaan kerja saluran pemasaran

Kepemilikan fisik : Gerakan penyimpanan dan pemindahan produk fisik mulai dari bahan mentah hingga produk jadi ke pelanggan

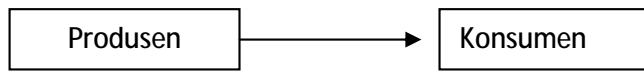
Pembayaran : Pembeli yang membayar melalui bank dan lembaga keuangan lainnya kepada penjual

Kepemilikan: Pengalihan kepemilikan dari suatu organisasi atau individu kepada organisasi atau individu lainnya (Thamrin Abdullah,2013)

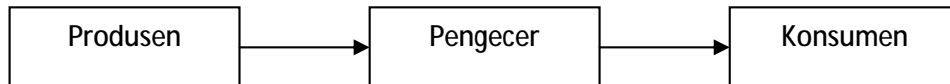
Jumlah Tingkat Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dapat dikarakteristikan dengan jumlah tingkat saluran. Setiap perantara yang menjalankan pekerjaan tertentu untuk mengalihkan produk dan kepemilikannya agar lebih mendekati pembeli akhir bisa disebut *tingkat saluran*. Karena produsen dan pelanggan akhir melakukan kerja yang sama, makanya keduanya merupakan bagian dari setiap saluran pemasaran seperti gambar dibawah ini.

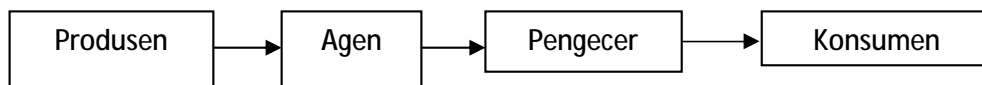
a. Saluran Tingkat Nol (Saluran Langsung)



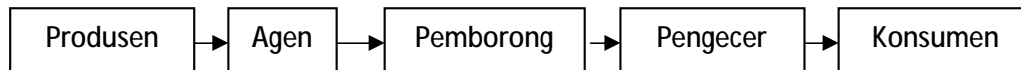
b. Saluran Tingkat Satu



c. Saluran Tingkat Dua



d. Saluran Tingkat Tiga



Gambar 1. Tingkat Saluran Pemasaran

- a. Saluran distribusi langsung, Saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (zero stage chanel).
- b. Saluran disrtibusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (one stage chanel).
- c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distrinusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang

besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (*two stage chanel*) (Thamrin Abdullah,2013).

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran ini timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat dan waktu yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran ini berupa margin pemasaran. Lembaga pemasaran ini dapat digolongkan menurut penguasaannya terhadap komoditi yang dipasarkan dan bentuk usahanya (Dedy, 2010).

Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran didefinisikan sebagai selisih harga di tingkat produsen dengan di tingkat konsumen.. Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani. Atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi (Dedi Rahman,2014)

Farmer's Share

Farmer's share merupakan perbedaan antara harga di tingkat petani dan marjin pemasaran atau persentase harga yang dibayar oleh petani terhadap harga yang dibayar

oleh konsumen akhir. Secara umum besaran farmer's share, margin pemasaran bervariasi antar komoditi dan tergantung pada biaya pemasaran yang dikeluarkan. Ukuran *farmer's share* tidak dapat selalu diandalkan sebagai ukuran efisiensi pemasaran karena kompleks penanganan produk yang harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan harus memperhitungkan bentuk, fungsi, dan atribut - atribut produk hingga sampai ke konsumen akhir.

Farmer's share merupakan bagian pendapatan yang didapat oleh petani atau perbandingan harga antara petani dengan konsumen. *Farmer's share* berbanding lurus dengan efisiensi pemasaran, semakin tinggi *Farmer's share* maka semakin efisien pemasaran yang dilakukan. *Farmer's share* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Fs = Pf / Pr \times 100 \%$$

Keterangan :

Fs = Bagian harga yang diterima petani

Pf = Harga di tingkat petani

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir (Tri Novianto, 2015)

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sibuea (2013) di Kecamatan Namorambe dan Kecamatan STM Hilir di Kabupaten Deli Serdang menemukan bahwa terdapat dua saluran pemasaran jambu air king rose apple yaitu saluran pertama dimulai dari petani - pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen yang pada umumnya digunakan oleh petani profesional dan saluran kedua yaitu dari pedagang pengumpul - pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen yang digunakan oleh petani

konvensional serta untuk pemasaran jambu air king rose apple baik saluran pertama dan saluran kedua sudah efisien.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nasir (2013) di Desa Gampong Simpang Gadeng Kecamatan Babahrot Kabupaten Aceh Barat Daya menemukan bahwasaluran pemasaran beras terdiri dari dua pola rantai pemasaran yaitu :

Pola I : Petani → pedagang pengumpul (penggiling) → pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen akhir.

Pola II : Petani → pedagang pengumpul (penggiling) → pedagang pengecer → konsumen akhir

Berdasarkan perhitungan margin pemasaran untuk komoditas padi sawah, kedua saluran pemasaran sudah dikategori dalam saluran tataniaga yang efisien. Pada saluran tataniaga I bagian harga (share) yang diterima petani sebesar 49,73 persen. Sedangkan pada saluran II share yang di terima petani adalah sebesar 36,83 persen.

Penelitian yang dilakukan Elpawati (2014) di Desa Tambak Sari, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang menemukan bahwa Pemasaran ikan bandeng terdapat tiga pola saluran yaitu :

Saluran I : Petambak Pedagang Pengecer Konsumen.

Saluran II : Petambak, Pedagang Besar, Pedagang Pengecer, Konsumen.

Saluran III : Petambak Pedagang ,Pengumpul ,Pedagang Besar, Pedagang Pengecer, Konsumen.

Berdasarkan hasil penghitungan bahwa saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran 1 menggunakan konsep biaya pemasaran yang dilakukan dengan

biaya terendah untuk komoditas ikan bandeng yaitu Rp 1.335 dan B/C Rasio besar yaitu 22,4.

Penelitian yang dilakukan Fajar Rezeki Ananda Lubis (2016) di Kecamatan Wampu, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara menemukan bahwa Saluran tataniaga sawit yang terbentuk ada tiga saluran, yaitu: (1) Saluran tataniaga pertama, yaitu Petani – Agen kecil – Agen besar – Pabrik Kelapa Sawit, (2) Saluran tataniaga kedua, yaitu Petani – Agen besar – Pabrik Kelapa Sawit, (3) Saluran tataniaga ketiga, yaitu Petani – Pabrik KelapaSawit. Berdasarkan margin tataniaga, farmer's share, dan rasio keuntungan terhadap biaya menunjukkan saluran tataniaga III merupakan saluran yang paling efisien. Saluran tataniaga III adalah yang paling efisien karena memiliki farmer's share sebesar 100 persen dan tidak memiliki margin tataniaga karena petani pada saluran tersebut menjual langsung kepada pabrik kelapa sawit tanpa melalui agen buah. Pada saluran tataniaga III melakukan volume penjualan terbesar. Volume penjualan pada saluran ketiga sebesar 37250 Kg atau sebesar 40,17 persen.

Penelitian yang dilakukan oleh Sumiati (2017) di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara menemukan bahwa petani hanya menjual hasil tanda buah segar ke pedagang pengumpul dan didistribusikan oleh pedagang pengumpul ke pabrik kelapa sawit (konsumen akhir). Total biaya panen yang harus dikeluarkan oleh petani adalah sebesar Rp 200/Kg. Sedangkan keuntungan yang diterima sebesar Rp 450/Kg dan petani mendapatkan sebesar 72% dari saluran pemasaran dikarenakan singkatnya saluran yang ada

Penelitian yang dilakukan oleh Gustami Harahap (2017) di Desa Meranti Paham, Kecamatan Panai Hulu, Kabupaten Labuhan Batu terdapat 2 saluran pemasaran

untuk tandan buah segar kelapa sawit dimana, biaya tataniaga saluran I lebih tinggi dibandingkan dengan saluran tataniaga saluran II yaitu disebabkan karena saluran tataniaga I lebih panjang dibandingkan saluran tataniaga II dan nilai efisiensi saluran I lebih besar yaitu sebesar 14,85%, sedangkan nilai efisiensi saluran II lebih kecil atau sebesar 7,63%. Artinya semakin kecil nilai efisiensi tataniaga tersebut maka semakin efisien tataniaga tersebut. Sehingga saluran tataniaga tandan buah segar kelapa sawit saluran II lebih efisien disamping itu juga bahwa biaya tataniaga saluran II lebih kecil dan saluran tataniaganya lebih pendek.

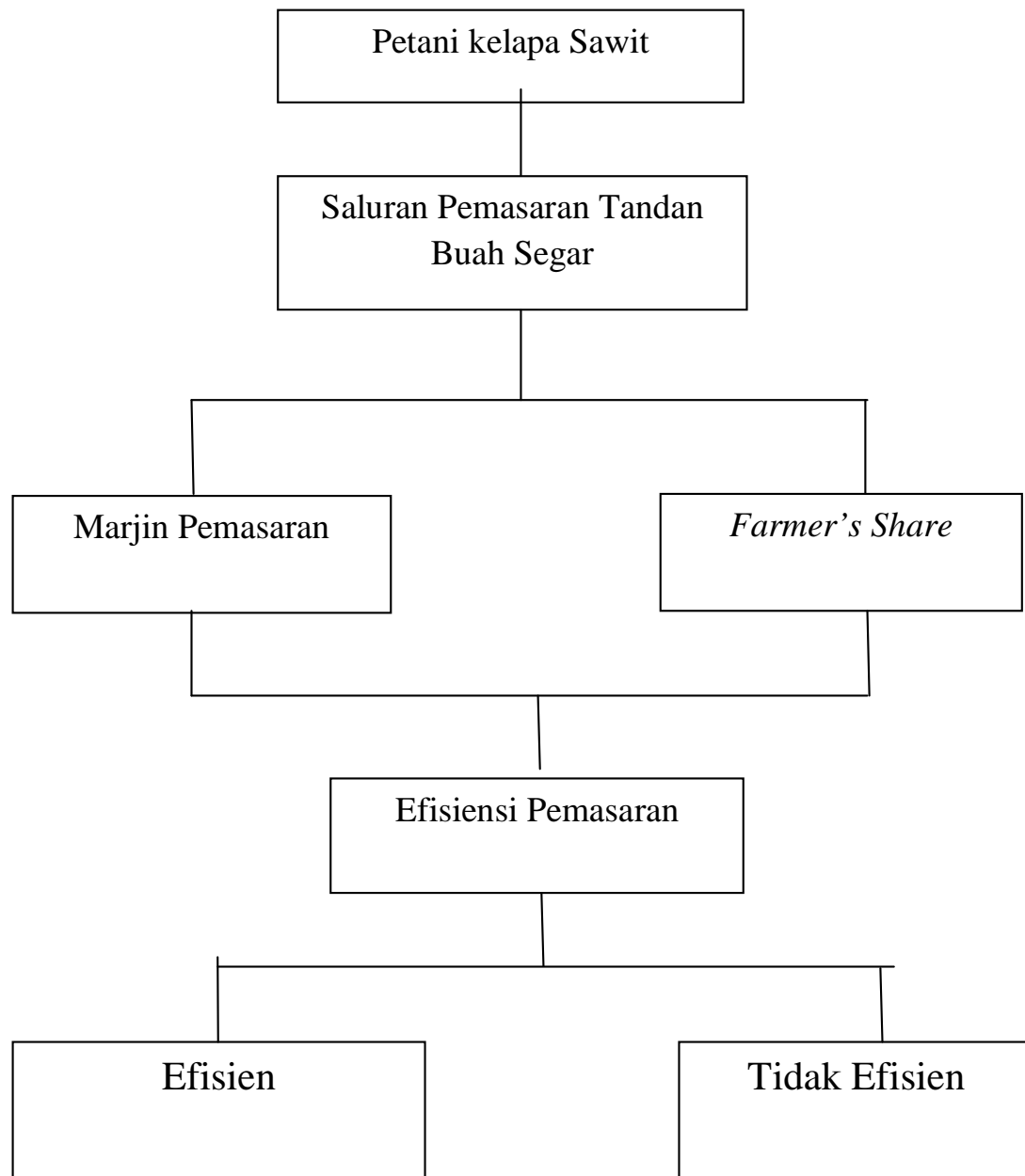
Kerangka Pemikiran

Pemasaran kelapa sawit adalah suatu kegiatan usaha untuk memasarkan tandan buah segar (TBS) melalui alur pemasaran. Saluran pemasaran tersebut terdiri dari saluran pemasaran I melalui pedagang pengumpul dan pedagang besar, Saluran pemasaran yang ke II melalui pedagang besar dan pabrik kelapa sawit (PKS). Pada saluran ini akan ditentukan *Share Margin* karena melalui rantai pemasaran, sehingga untuk mencapai laba yang besar (dalam perencanaan maupun realisasinya).

Hal-hal penting mengenai pemasaran kelapa sawit perkebunan rakyat adalah fungsi dan saluran pemasaran, keuntungan dan margin pemasaran. Berdasarkan hal tersebut maka bagan kerangka pemikiran dalam penelitian ini bisa dilihat secara lengkap pada gambar 2

Secara skematis kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut :

Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (case study). Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu , atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain

Metode Penentuan Lokasi

Pelaksanaan penelitian ini berlokasi di Desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang Lawas . Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan Kecamatan Hutaraja Tinggi ini merupakan daerah pengembangan kelapa sawit yang cukup luas

Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja dengan bertemu langsung dengan petani kelapa sawit (Sugiyono,1999)

Untuk populasi dalam penelitian ini dibatasi yaitu petani kecil kelapa sawit yang luas lahannya dibawah 10 ha di desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupat en Padang Lawas dengan jumlah 280 petani. Untuk penelitian ini sebanyak 42 petani yang diambil secara *Purposive* dengan mengambil 15% dari jumlah populasi yang ada. Apabila subjeknya kurang dari 100 maka lebih baik di ambil semua dan jika subjeknya lebih dari 100 orang maka dapat diambil 10-15%, 20-25%, atau 30-35% (Arikunto,2010)

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang mengambil sampel dari beberapa populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat bantu pengumpul data yang pokok (primer). Data pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, dimana data primer merupakan data yang di peroleh berdasarkan pengisian kuisioner dengan para orang – orang terlibat dalam penelitian ini, sedangkan data sekunder adalah data yang di peroleh dari instansi-instansi yang terkait : Dinas Perkebunan Sumatera Utara, Badan Pusat Statistik (BPS), Kantor Kepala Desa Mananti, dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini serta penelitian terdahulu.

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

Untuk menguji permasalahan pertama diuji dengan analisis deskriptif berdasarkan survei dan pengamatan yang dilakukan di daerah penelitian. Kemudian dijelaskan secara deskriptif dengan menghitung seluruh saluran pemasaran yang terjadi di daerah penelitian. Untuk menguji permasalahan kedua dengan menghitung margin pemasaran *farmer share* dan efisiensi pemasaran untuk setiap saluran pemasaran. Kemudian dijelaskan secara deskriptif sesuai dengan hasil perhitungan tersebut.

Analisis Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara. Atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi

dari para pelakupemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi. Secara matematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut:

$$M_i = P_{si} - P_{bi}$$

Keterangan :

M_i = Marjin tataniaga tingkat ke-i

P_{si} = Harga jual pasar di tingkat ke-i

P_{bi} = Harga beli pasar di tingkat ke-i

Analisis Farmer Share

Farmer Share merupakan bagian pendapatan yang didapat oleh petani atau perbandingan harga antara petani dengan konsumen . *Farmer Share* dapat dirumuskan

$$\text{sebagai berikut } EP = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Keterangan :

P_f : Bagian harga yang diterima petani

P_f : harga di tingkat petani

P_r : Harga di tingkat konsumen (Tri Novianto,2015)

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran (E_p), dihitung dengan menggunakan rumus menurut yaitu :

$$EP = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk Yang Dipasarkan}} \times 100 \%$$

Keterangan :

E_p : Efisiensi Pemasaran

Kriteria pengambialn keputusan untuk efisiensi pemasaran yaitu

- EP sebesar 0-50 % maka saluran pemasaran efisien
- EP lebih besar dari 50 % maka saluran pemasaran kurang efisien

Defenisi dan Batasan Operasional

Defenisi

1. Petani Kelapa Sawit Rakyat adalah petani yang melakukan usaha tani kelapa sawit sebagai pekerjaan utama dan menjual hasil usahanya ke pedagang pengumpul atau pedagang besar.
2. Pedagang Pengumpul adalah lembaga atau orang yang menyelenggarakan kegiatan tataniaga hasil produksi tanaman kelapa sawit dari petani(Rp/Kg/rotasi panen).
3. Pedagang Besar yaitu rantai tataniaga atau lembaga akan melakukan penyortiran dan membeli tandan buah segar (TBS) kelapa sawit yang akan diijual ke pabrik kelapa sawit (Rp/Kg/rotasi panen).
4. Saluran Pemasaran adalah saluran yang terjadi pada proses pemasaran kelapa sawit mulai dari petani kelapa sawit hingga sampai pada saluran akhir yaitu pabrik kelapa sawit
5. Efisiensi pemasaran adalah kondisi pemasaran dimana pengusaha dapat bekerja atas dasar biaya input yang rendah tanpa mengurangi kepuasan konsumen di ukur dari masing – masing saluran pemasaran dengan margin.
6. Harga jual adalah harga yang di terima petani pada saat proses pemasaran telah di lakukan (Rp/Kg).
7. *Farmer's Share* adalah bagian harga yang di terima oleh setiap lembaga pemasaran terhadap harga beli konsumen dalam bentuk persen(%).

Batasan Operasional

1. Sampel adalah Petani sawit rakyat dengan luas lahan antara 0-10 ha dengan pertimbangan karakteristiknya hampir sama.
2. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan juni 2019

DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN

Demografi

Desa Manananti berada di Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupaten Padang Lawas , Provinsi Sumatera Utara. DesaMananti berada pada ketinggian 900m diatas permukaan laut .Desa Mananti terletak ± 13 Km dari Hutaraja Tinggi dan ± 43 Km dari Kantor Bupati Padang lawas yang berada di desa Sibuhuan.

secara administrasi desa Mananti mempunyai batas-batas sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Siborna
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Imbaru
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sibuhuan
- Sebelah Barat berbatasan dengan Pasir Pangaraian

Orbitasi

1. Jarak ke ibu kota kecamatan terdekat : ± 6 km
2. Lama jarak ke ibu kota kecamatan : ± 15 Menit
3. Jarak ke ibu kota kabupaten : ± 43 Km
4. Lama jarak tempuh ke ibu kota Kabupaten : ± 1 Jam

Tata Guna Tanah

Untuk mengetahui polapenggunaan tanah di desa Mananti dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3. Pola Penggunaan Tanah Di Desa Mananti

No	Jenis Penggunaan Tanah	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Pemukiman	250	11,02
2	Sawah	-	-
3	Perkebunan	2000	88,22
4	Hutan	-	-
5	Rawa-rawa	10	0,44
6	Sekolah	7	0,30
Jumlah		2.267	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Mananti Tahun (2017)

Berdasarkan tabel di atas , dapat dilihat pola penggunaan tanah yang paling banyak di desa Mananti yaitu digunakan untuk perkebunan sebesar 2.000 ha (88,22 %) , sedangkan untuk pemukiman sebanyak 250 ha, untuk rawa-rawa 10 ha , dan terakhir yaitu untuk sekolah sebanyak 7 ha .

Potensi Sumber Daya Alam

Distribusi potensi sumber daya alam yang terdapat di desa Mananti dapat dilihat pada Tabel 4berikut :

Tabel 4. Distribusi Potensi Sumber Daya Manusia Di Desa Mananti

No	Jenis Kelamin	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1	Laki-laki	1.537	51,89
2	Perempuan	1.425	48,1
Jumlah		2.962	100
Jumlah KK		629	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Mananti Tahun (2017)

Dari tabel di atas , dapat dilihat bahwa jumlah penduduk yang terdapat di Desa Mananti , Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang Lawas berjenis kelamin laki-laki lebih banyak yaitu 1.537 jiwa dengan persentase 51,89 % , dan jumlah penduduk berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 1.425 jiwa dengan persentase 48,10 % .

Distribusi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Distribusi jumlah penduduk menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada

Tabel dibawah ini :

Tabel 5. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan Di Desa Mananti

No	Pendidkan	Jumlah	Persentase (%)
1	TK/PAUD	15	0,94
2	SD/MI	312	19,65
3	SMP	170	10,71
4	SMA	350	22,05
5	S1	35	2,2
6	Putus Sekolah	695	43,79
Jumlah		1.587	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Mananti (2017)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Mananti , Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang Lawas TK sebanyak 15 orang (0,94%), SD sebanyak 312 orang (19,65%), SMP sebanyak 170 orang (10,715%), SMA sebanyak 350 orang (22,05%), S1 sebanyak 35 orang (2,20%) , dan yang putus sekolah sebanyak 695 orang (43,79%).

Distribusi Penduduk Menurut Agama

Penduduk desa Mananti umumnya semua menganut agama islam untuk mengetahui jumlah penduduk nya dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Tabel 6. Distribusi Penduduk Menurut Agama

No	Agama	Jumlah	Persentase (%)
1	Islam	2.965	100
2	Kristen Katolik	0	0
3	Kristen Protestan	0	0
Jumlah		2.965	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Mananti (2017)

Distribusi Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Di desa Mananti sendiri ada berbagai macam mata pencaharian warga yang berada di desa Mananti untuk memenuhi kebutuhannya, hal ini dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Tabel 7. Distribusi Penduduk Menurut Mata Pencaharian

No	Mata Pencaharian	Jumlah
1	Petani	386
2	Wiraswasta	120
3	PNS	9
4	Buruh Bangunan	20
5	Guru	15
6	Bidan	9
7	TNI	3
8	Buruh Industri	250
Total		812

Sumber : Kantor Kepala Desa Desa Mananti (2017)

Berdasarkan tabel diatas mata pencaharian penduduk desa Mananti yang paling banyak yaitu petani dengan jumlah 386 orang kemudian diikuti dengan buruh industri sebanyak 250 orang , wiraswasta sebanyak 120 orang , PNS sebanyak 9 orang, guru sebanyak 15 orang, bidan 9 orang , dan yang terakhir TNI sebanyak 3 orang.

Distribusi Sarana Dan Prasarana Menurut Kegunaan

Di desa Mananti terdapat berbagai sarana dan prasarana yang ada untuk mengetahui jumlah distribusi sarana dan prasarana yang ada di desa Mananti dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Tabel 8. Sarana Dan Prasarana Desa Mananti

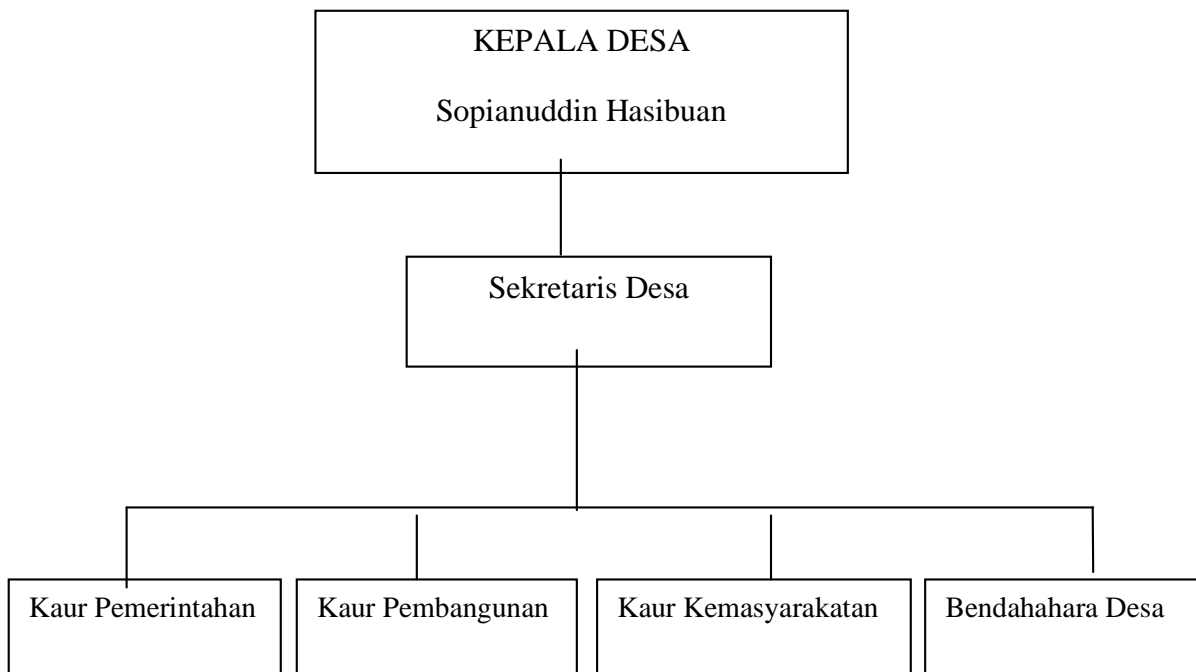
No	Sarana dan prasarana	Jumlah
1	Sekolah Dasar	1
2	Balai Desa	1
3	Puskesmas	1
4	Mesjid	2
5	Apotik	5
Jumlah		9

Sumber : Kantor Kepala Desa Mananti (2017)

Berdasarkan tabel diatas bahwa jumlah sarana dan prasarana yang terdapat di Desa Mananti terbanyak yaitu apotik sebanyak 9, Sekolah dasar seabnayk 1, Balai desa sebanyak 1, puskesma sebanyak 1, dan Mesjid sebanyak 1.

Struktur Organisasi Desa Mananti

Di desa Mananti telah disusun struktur organisasi mulai dari kepala desa sampai ke bendahara desa yang masing-masing berperan untuk kemajuan desaMananti ini untuk mengetahui susunan struktur organisasi yang ada di desa Mananti dapat dilihat pada Gambar 3 dibawah ini :



Gambar 3. Skema Struktur Organisasi Pemerintahan

Identitas Petani Responden

Distribusi Petani Sampel Menurut Jenis Kelamin

Dari data sebaran responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin dengan dengan persentase 97 persen sedangkan yang berjenis kelamin perempuan hanya sebesar 2 persen. Sebaran responden dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jenis Kelamin Dan Frekuensi Persentase Jumlah Keseluruhan Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	41	97,61
Perempuan	1	2,38
Jumlah	42	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2019)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah sampel terbanyak berada pada kelompok laki-laki yaitu sebanyak 41 orang dengan persentasenya 97,61 % , sedangkan petani sampel terkecil berada pada kelompok perempuan sebanyak 1 orang dengan persentase 2,38 %.

Usia

Kinerjaseorang di pengaruhi oleh faktor umum . Usia yang produktif tentu akan memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan bertani , bila usia petani semakin tua tentu akan berdampak terhadap banyaknya kegiatan yang dilakukan petani tersebut dari hasil wawancara terhadap 42 orang petani kelapa sawit , usia produktif suatu petani dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini :

Tabel 10. Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Usia Di Desa Mananti

No	Usia Petani Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	0-20	0	0
1	22-30	2	4,76
2	31-37	6	14,28
3	42-45	20	47,61
4	46-49	7	16,66
5	50-59	5	11,9
6	60-70	2	4,76
Jumlah		42	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2019)

Dari Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah petani sampel terbanyak berada pada kelompok umur 42-45 tahun yaitu sebanyak 20 orang petani dengan persentasenya 47,61 % , sedangkan jumlah petani sampel terkecil berada pada kelompok umur 22-30 dan 60-70 tahun dengan persentase masing-masing sebanyak 4,76 %.

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan akan berpengaruh terhadap cara menerima informasi dari penyuluh pendamping maupun informasi dari anggota yang lain serta pola pikir dalam berinteraksi sesama petani kelapa sawit. Berdasarkan hasil wawancara dengan petani sawit tingkat pendidikannya dapat diketahui tingkat pendidikannya pada tabel 11 berikut ini.

Tabel 11. Tingkat Pendidikan Data Responden

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	12	28,57
SMP	11	26,19
SMA	14	33,33
S1	5	11,9
Jumlah	42	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2019)

Sebagian besar petani sampel merupakan tamatan SD dengan jumlah 12 orang dengan persentase 28,57 %, kemudian diikuti dengan tamatan SMP dengan jumlah petani sebanyak 11 orang dengan persentase 26,19 %, kemudian tamatan SMA dengan jumlah petani sebanyak 14 orang dengan persentase 33,33 %, dan yang terakhir untuk S1 sebanyak 5 orang dengan persentase 11,90 %. Dengan tingkat pendidikan yang masih rendah dapat menyebabkan proses pengalihan teknologi dan keterampilan belum berjalan baik sesuai yang diharapkan, walaupun dengan tingkat pendidikan yang masih tergolong rendah akan tetapi petani perkebunan mempunyai pengalaman yang bertahun-tahun dalam pengelolaan kelapa sawit, sehingga pada umumnya keterampilan yang dimiliki petani ialah berasal dari pengalaman bertani dimilikinya. Dari uraian diatas

menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani sampel di Desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang Lawas sudah cukup baik.

Luas Lahan

Karakteristik responden berdasarkan luas lahan petani dalam penelitian ini dibagi pada tiga kelompok yaitu 1-4 hektar , 5-7 hektar, dan terakhir 8-10 hektar.

Tabel 12. Karakteristik Petani Responden Berdasarkan Luas Lahan

Luas Lahan	Frekuensi	Persentase (%)
1-4	23	54,76
5-7	15	35,71
8-10	4	9,52
Jumlah	42	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2017)

Berdasarkan pengamatan dilapangan menunjukkan bahwa luas lahan usaha tani kelapa sawit di Desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupaten Padang Lawas antara 1-4 hektar dimiliki oleh sebanyak 23 orang petani dengan persentase 54,76%, untuk luas lahan 5-7 hektar dimiliki sebanyak 15 orang petani dengan persentase 35,71 % dan terakhir luas lahan petani 8-10 hektar dimiliki sebanyak 4 orang petani dengan persentase 9,52%.

Jumlah Tanggungan Dalam Keluarga

Keluarga adalah semua orang yang tinggal dalam satu rumah tersebut atau yang menjadi tanggungan kepala keluarga . Mengenai besarnya tanggungan keluarga dpat dilihat pada Tabel 13 sebagai berikut :

Tabel 13. Karakteristik Petani Responden , Tanggungan Keluarga dan Frekuensi Serta Jumlah Keseluruhan Responden

Tanggungan Keluarga	Frekuensi	Persentase (%)
1-5	30	71,42
6-8	12	28,57
Jumlah	42	100

Sumber : Data Primer setelah diolah(2019)

Pada tabel diatas terlihat bahwa masyarakat yang mempunyai jumlah tanggungan 1-5 orang sebanyak 30 petani atau 71,42%, dan jumlah tanggungan sebanyak 6-8 tanggungan dimiliki oleh 12 orang petani atau 28,57%

Pedagang Pengumpul

Keberhasilan pengembangan kelapa sawit ditentukan oleh keberhasilan usahatani, seperti penggunaan bibit unggul yang bermutu, penanaman yang baik, pemeliharaan dengan tepat, melakukan pemupukan dengan tepat dan melakukan pengendalian hama dengan cepat. Petani Perkebunan rakyat dihadapkan pada masalah teknis budidaya, seperti sulit dan mahal nya mendapatkan bibit yang unggul dengan jarak tempuh yang cukup jauh dan mendapatkan pupuk yang bermutu. Masalah lain yang juga dihadapi petani adalah proses pasca panen dan tata niaga. Kelapa sawit di tingkat petani yang dipasarkan berupa tandan buah segar (TBS), yang digunakan sebagai bahan baku pengolahan kelapa sawit antara lain produk yang dihasilkan berupa minyak kelapa sawit (CPO). Ditingkat petani upaya peningkatan kualitas dilakukan dengan menjaga kebersihan buah dari kotoran atau tangkai, kualitas yang dihasilkan melalui potongan maupun sortasi.

Proses pemasaran tandan buah segar (TBS) di Desa Mananti Kecamatan Hutaraja Tinggi Kabupaten Padang Lawas, pedagang pengumpul memiliki peranan

yang paling besar dalam pemasaran tandan buah segar petani di desa ini. Hal ini dikarenakan tidak semua petani kelapa sawit memiliki akses untuk masuk ke dalam pabrik kelapa sawit. Dalam penelitian ini pengambilan sampel untuk pedagang pengumpul dilakukan dengan metode *Purposive* atau sengaja dengan bertemu langsung dengan pedagang pengumpul dan melakukan wawancara untuk mengetahui informasi tentang pemasaran tandan buah segar kelapa sawit rakyat, dan diperoleh pedagang pengumpul sebanyak 4 orang .

Karakteristik Pedagang Sampel

Penentuan pedagang sampel dilakukan dengan cara *Purposive* yaitu dengan cara sengaja menanyakan langsung atau bertemu dengan pedagang pengumpulnya langsung untuk menanyakan kemana dia menjual tandan buah segarnya kembali.

Tabel 14. Karakteristik Pedagang Sampel / Agen

No	Uraian	Range	Rataan
1	Umur (Tahun)	45-53	49,2
2	Tingkat Pendidikn	6-12	10,2
3	Pengalaman	3-15	8,6

Sumber : Analisis Data Primer (2017)

Dari tabel 14 dilihat rata-rata pedagang pengumpul berdomisili di desa Mananti berumur 49,2 tahun dengan range 45-53 . Di tingkat pendidikan rata-rata pendidikan yang telah ditempuh padagang pengumpul yaitu nilai rata-rata adalah 10,2 atau setara dengan tamatan SLTA, dengan range 6-12 . Untuk tingkat pengalaman pedagang pengumpul memiliki pengalaman rata-rata 8,6 tahun dengan range 3-15 tahun

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Kelapa Sawit

Saluran tata niaga merupakan serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran kepada konsumen. Panjang pendeknya saluran tataniaga tergantung beberapa hal antara lain kondisi hasil pertanian muda rusak atau tidak, besarnya modal yang dimiliki oleh petani /pedagang, jarak antara produsen dan konsumen banyak sedikitnya barang tersebut. Saluran Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Mananti sudah terbentuk sejak lama, melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang menyalurkan tandan buah segar kelapa sawit dari petani hingga sampai ke pabrik kelapa sawit.

Di Desa Mananti terdapat 3 saluran pemasaran tandan buah segar, yaitu sebagai berikut :

1. Petani –Pedagang Pengumpul-Pabrik Kelapa sawit
2. Petani-Pedagang Besar-Pabrik kelapa sawit
3. Petani-KUD (koperasi unit desa)-Pabrik kelapa sawit

Untuk lebih jelasnya saluran pemasaran kelapa sawit di desa Mananti dapat dilihat pada Gambar 4.

Saluran Tataniaga I



Gambar 4. Skema Saluran Pemasaran I Di Desa Mananti

Berdasarkan Gambar 4 diketahui bahwa saluran tata niaga I terdiri dari Petani, Pedagang pengumpul dan pabrik kelapa sawit. Proses saluran pemasaran kelapa sawit dari petani hingga kepada pabrik kelapa sawit dimulai dari penjualan kelapa sawit ke pedagang pengumpul/agen yang berada di dekat rumah petani. Oleh pedagang pengumpul dilakukan sortasi kualitas terhadap tandan buah segar kelapa sawit secara visual, artinya disini tidak dilakukan fungsi penyimpanan karena tandan buah segar kelapa sawit yang dibeli oleh pedagang pengumpul pada saat pagi hari, langsung dijual kepada pabrik kelapa sawit pada saat sore hari. Biasanya pedagang pengumpul melakukan penjemputan langsung apabila petani tidak memiliki atau terkendala dalam transportasi atau akses menuju kebun petani tersebut.

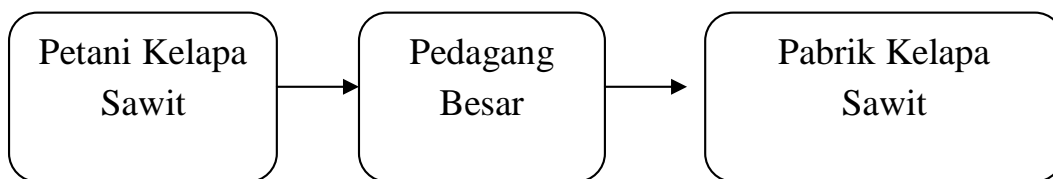
Saat panen tiba, pedagang pengumpul akan menjemput tandan buah segar di masing-masing TPH (tempat pengumpulan hasil) di kebun petani untuk mengambil tandan buah segar yang telah dipanen untuk dijual kembali ke pabrik kelapa sawit. Untuk sistem pembayaran dilakukan langsung oleh pedagang pengumpul kepada petani setelah penimbangan sawit selesai dan memberikan langsung bon sesuai dengan dengan jumlah timbangan. Petani melakukan saluran tata niaga ini karena petani tidak mempunyai alternatif lain dalam menyalurkan tandan buah segarnya. Hal yang mendasari petani menjual kepada pedagang pengumpul yaitu luas lahan yang kecil serta produksi yang sedikit menyebabkan petani harus menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul

Petani memiliki hak penuh untuk menjual tandan buah segar miliknya kepada pedagang yang dikehendakinya . Hal ini dikarenakan tidak adanya kontrak antara petani dengan pedagang pengumpul tersebut. Sedangkan pabrik kelapa sawit dalam

menetapkan harga tandan buah segar itu sendiri didasarkan pada kesepakatan dari Tim Penentuan harga tandan buah segar , dari dinas perkebunan tersebut , selanjutnya pabrik kelapa sawit akan memberitahukan kepada pedagang sebagai patokan harga dalam membeli tandan buah segar dari petani.

Saluran pemasaran tandan buah segar petani dilakukan untuk menjaga buah agar tidak busuk dan kualitas rendemen tetap terjaga. Pemasaran tandan buah segar hanya yang memiliki standar mutu yang memiliki akses masuk kedalam pabrik kelapa sawit.

Saluran Tataniaga II



Gambar 5. Skema Saluran II Tata niaga Tandan Buah Segar kelapa Sawit rakyat

Saluran tataniaga II tandan buah segar kelapa sawit rakyat dimulai dari petani menjual tandan buah segarnya ke pedagang besar dengan harga yang sudah ditentukan oleh pedagang besar tersebut. Pedagang besar langsung datang ke lahan dan menimbang hasil tandan buah segar petani dan langsung mengirimnya ke pabrik .yang langsung dikirim ke pabrik untuk menghindari biaya penyusutan .

Saluran Tata Niaga III



Gambar 6. Skema Saluran III Tata Niaga Tandan Buah Segar

Untuk saluran tataniaga III dimulai dari petani menjual hasil tandan buah segarnya ke pabrik melalui koperasi unit desa, disini koperasi unit desa ini berperan untuk menyediakan transportasi untuk petani membawa hasil tandan buah segarnya ke pabrik.

Fungsi-fungsi Pemasaran Yang Dilakukan Setiap Lembaga Pemasaran

Fungsi-fungsi pemasaran merupakan unsur yang paling penting dalam proses pemasaran kelapa sawit .Fungsi pemasaran dilakukan masing-masing lembaga pemasaran untuk memperlancar penyampaian hasil produksi kelapa sawit dari pihak petani kelapa sawit hingga kepada pabrik kelapa sawit.

Dalam proses pemasaran kelapa sawit, fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh petani dan lembaga pemasaran bervariasi. Setiap lembaga akan melakukan fungsi pemasaran mulai dari fungsi pembelian hingga ke penjualan . Fungsi-fungsi pemasaran kelapa sawit yang dilakukan masing-masing lembaga pemasaran dapat dilihat pada Tabel 15 berikut :

Tabel 15. Fungsi-fungsi Pemasaran Yang Dilakukan Setiap Lembaga Pemasaran

Fungsi Pemasaran	Agen	Pedagang Besar	PKS
Pembelian	V	V	V
Penjualan	V	V	V
Pengolahan	X	X	V
Sortasi	V	V	V
Transportasi	V	V	V
Bongkar Muat	V	V	V
Penyimpanan	V	V	X

Sumber : Analisis Data Primer (2019)

Keterangan :

V : Melaksanakan Fungsi Tersebut

X : Tidak Melaksanakan

Tabel 15 dapat dilihat bahwa masing-masing saluran pemasaran melakukan fungsi pemasaran sebagai berikut :

1. Pedagang pengumpul melakukan fungsi pemasaran sebagai berikut : pembelian, penjualan, sortasi, transportasi, bongkar muat, penyimpanan, dan penyusutan. Sortasi yang dilakukan oleh pedagang pengumpul bertujuan untuk memisahkan kelapa sawit yang berkualitas baik dan buruk dan tidak ada yang terjadi pengurangan jumlah dalam penjualan tandan buah segar kelapa sawit nantinya
2. Pedagang besar melakukan fungsi pemasaran sebagai berikut : pembelian, penjualan, sortasi, transportasi, bongkar muat, dan penyimpanan.
3. Pabrik kelapa sawit melakukan fungsi pemasaran sebagai berikut : pembelian, sortasi, transportasi, pengolahan, bongkar muat.

Analisis Biaya Tata Niaga Kelapa Sawit

Analisis ini dilakukan perhitungan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh tiap-tiap saluran pemasaran yang berperan dalam memasarkan Tandan Buah Segar kelapa sawit mulai dari pedagang pengumpul/ agen sampai kepada konsumen pabrik kelapa sawit, selain itu juga untuk mengetahui biaya yang ada di setiap saluran, margin, *share* margin pemasaran kelapa sawit di daerah penelitian. Analisis biaya, margin dan *share* margin oleh masing-masing lembaga saluran pemasaran kelapa sawit dapat dilihat sebagai berikut.

Tata Niaga Saluran I

Pada saluran tata niaga I, petani mengeluarkan biaya panen rata-rata sebesar Rp.68/Kg tandan buah segar, biaya ini mahal karena disebabkan oleh sedikitnya tandan

buah segar yang dipanen, serta jarak lokasi panen yang jauh dapat mengakibatkan biaya panen makin mahal jalan yang rusak juga dapat menjadi penyebab mahalnya biaya panen . Biaya yang dikeluarkan oleh peagang pengumpul pada saluran tata niaga I yaitu biaya transportasi sebesar Rp.51/Kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul Rp.51 /kg. .Berikut adalah tabel biaya tataniaga yang dikeluarkan lembaga tata niaga pada saluran.

Tabel 16. Biaya Tata Niaga Saluran Pemasaran I Kelapa Sawit Di Desa Mananti

Jenis Biaya	Rata-rata (Rp/Kg)
Petani	
Panen	68
Total	68
Pedagang Pengumpul	
Transportasi	51
Total	51
Total	51

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2019)

Tata niaga pada saluran II

Pada saluran tataniaga yang ke II para petani di datangi oleh pedagang besar . Hal ini dilakuan oleh pedagang besar untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak .Pada umumnya petani menjual kepada pedagang besar karena mereka sudah langganan lama dan berada di dekat sekitar rumah petani tersebut.

Tabel 17. Biaya Tataniaga Pada Saluran Pemasaran II

Jenis Biaya	Rata-rata (Rp/Kg)
Petani	
Biaya Panen	192
Total	192
Agen Besar	
Biaya Pengangkutan	50
Biaya Bongkar dan Muat	69
Total	119

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2019)

Pada tabel tata niaga saluran II diatas biaya yang dikeluarkan oleh petani adalah biaya pemanenan rata-rata Rp. 192/Kg .Biaya tata niaga yang dikeluarkan oleh agen besar yaitu biaya pengangkutan rata-rata sebesar Rp.50/Kg, untuk biaya bongkar dan muat sebesar Rp. 69/Kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar yaitu sebesar Rp.119/Kg.

Tata niaga pada saluran III

Pada saluran tataniaga yang III petani langsung mengirimkan tandan buah segarnya ke pabrik kelapa sawit , Biaya yang dikeluarkan petani adalah biaya pemanenan Rp. 163/Kg. Biaya tata niaga yang dikeluarkan petani yaitu biaya transportasi rata-rata sebesar Rp.46/Kg, biaya bongkar Rp.53/kg , biaya muat yaitu rata-rata sebesar Rp.55/Kg. Total biaya yang dikeluarkan petani yaitu sebesar Rp. 154/Kg. Berikut adalah biaya yang dikeluarkan petani pada saluran pemasaran III.

Tabel 18. Biaya Tataniaga Pada Saluran Tataniaga III

Jenis Biaya	Rata-rata(Rp/Kg)
Petani	
Biaya panen	163
Transportasi	46
Bongkar	55
Muat	53
Total	154

Sumber : Data Primer Diolah (2019)

Analisis Margin Tata Niaga

Analisis margin merupakan selisih harga ditingkat produsen dengan konsumen . Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribsui harga dari setiap biaya dari aktivitas pemsaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani. Margin di setiap saluran tataniaga berbeda-beda karena perbedaan biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh untuk setiap lembaga tataniaga. Nilai margin tataniaga yang kecil menunjukkan bahwa saluran tataniaga tersebut efisien karena perbedaan harga beli di lembaga tata niaga akhir kecil hal ini dapat menguntungkan petani. Nilai margin tata niaga yang besar menunjukkan bahwa saluran tataniaga tersebut tidak efisien karena perbedaan harga jual di tingkat petani dan harga beli di tingkat lembaga tataniaga terakhir besar hal ini akan merugikan petani , untuk melihat margin tata niaga tandan buah segar dpat dilihat pada tabel 19 Analisis margin pemasaran dari setiap saluran dapat dilihat pada Tabel dibawah ini .

Tabel 19. Margin Tata Niaga Tandan Buah Segar Setiap Saluran Di Desa Mananti

Saluran Pemasaran	Harga Beli		Margin Pemasaran
	Pedagang	Harga Jual	
I	821	1021	200
II	960	1160	200
III	1160	1160	0

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2019)

Analisis *Farmer Share*

Farmer's Share adalah selisih antara harga retail dan margin. Hal yang dapat digunakan untuk mengetahui porsi harga di tingkat konsumen yang dinikmati oleh petani dapat melalui *farmer share*, dapat diketahui sebuah saluran tataniaga, nilai *farmer share* yang besar berarti porsi yang dinikmati petani besar dan saluran tataniaga tersebut efisien sedangkan nilai *farmer share* yang kecil saluran tersebut tidak efisien. Analisis *Farmer Share* dari tandan buah segar dapat dilihat pada Tabel 20 sebagai berikut.

Tabel 20. Analisis *Farmer Share* Tata Niaga Di Desa Mananti

Saluran Tataniaga	Harga Di	Harga Di Tingkat	<i>Farmer Share</i> (%)
	Tingkat Petani	Konsumen	
I	821	1021	80,41
II	960	1160	82,75
III	1160	1160	100

Sumber : Analisis Data Primer Setelah Diolah (2019)

Farmer Share tertinggi terdapat pada saluran tataniaga III sebesar 100%, hal ini karena petani langsung menjual hasil tandan buah segar mereka ke pabrik kelapa sawit. Petani mempunyai transportasi langsung ke pabrik kelapa sawit dan kerjasama dengan pabrik tersebut dan sudah terjalin sejak lama. Nilai margin yang ada pada saluran lain terjadi karena adanya agen buah sawit. Hal ini memungkinkan terjadi apabila petani

tersebut mempunyai mobil angkutan sendiri dan sudah berbentuk badan hukum sehingga bisa memasukkan hasil panennya ke dalam pabrik kelapa sawit .

Sedangkan *Farmer Share* terkecil yaitu pada saluran I ini merupakan saluran terpanjang karena pada saluran ini melibatkan pedagang pengumpul dan pedagang besar, semakin kecil nilai yang di dapatkan keuntungan diperoleh petanidan semakin besar nilai margin tataniaga jika dihubungkan dengan perilaku dan sruktur pasar , kerjasama pada saluran I sudah terjalin sejak lama dan sulit bagi para lembaga tataniaga untuk melepaskan diri dari pasar ini. Penagngkutan pada saluran tataniaga I ini memakan biaya yang cukup besar, jika dilihat dari analisis margin tataniaga dan farmer share maka saluran tataniaga III dapat dikatakan efisien karena memiliki nilai margin saluran tataniaga III terkecil dari farmer share yang i dapatkan petani juga paling besar.

Efisiensi Tataniaga

Efisiensi tataniaga dapat tercapai apabila sistem tataniaga yang ada telah memberikan kepuasan kepada pelaku pelaku yang terlibat , mulai dari petani hingga pks . Berdasarkan hasil analisa tataniaga di desa Mannti diperoleh nilai efisiensi tata niaga pada masing-masing saluran pada Tabel 21.

Analisis Tingkat EfisiensiTata Niaga

Pemasaran tandan buah segar di desa Mananti dapat dikatakan efisien karena memiliki nilai $(EP) < 50$, yaitu masing-masing saluran I, II, III adalah 4,68 % , 10,37% , dan 15,06%. Hal ini menunjukkan bahwa saluran I paling efisien dibandingkan saluran II dan III , karena petani hanya mengeluarkan biaya transportas untuk pemasaran tandan buah segar berbeda dengan saluran II dan III petani mengeluarkan banyak biaya berbeda dengan petani yang ada di saluran I yang mengeluarkan sedikit biaya.

Tabel 21. Nilai Efisiensi Saluran Tata Niaga Di Desa Mananti

Saluran Pemasaran	Efisiensi Pemasaran (EP)
Saluran Pemasaran I	$(51 : 1021) \times 100\%$ $0,0047 \times 100\%$ 4,99%
Saluran Pemasaran II	$(120 : 1160) \times 100\%$ $0,1034 \times 100\%$ 10,25%
Saluran Pemasaran III	$(154 : 1160) \times 100\%$ $0,1327 \times 100\%$ 13,27%

Sumber : Data Primer Diolah (2019)

Masalah-Masalah Yang Dihadapi Oleh Petani

Dalam pemasaran kelapa sawit di desa Mananti terdapat berbagai masalah yang dihadapi oleh lembaga pemasaran. Dibawah ini akan diuraikan masalah yang dihadapi oleh lembaga pemasaran di daerah penelitian antara lain :

1. Kurangnya Peranan Lembaga Pendukung

Kurangnya lembaga pendukung dari pemerintah yang mendukung petani , seperti lembaga penyuluhan yang jarang sekali datang ke para petani untuk memberikan informasi mengenai pembudidayaan kelapa sawit atau informasi lainnya yang berkaitan dengan pemasaran kelapa sawit

2. Harga jual Kelapa Sawit yang berfluktuasi

Masalah lain yang dihadapi oleh petani di daerah penelitian yaitu mengenai harga jual kelapa sawit yang sering berfluktuasi dan saat ini masih dalam harga yang cukup rendah juga sangat membuat banyak petani sedih karena beberapa petani mempunyai lahan yang tidak terlalu banyak sehingga petani hanya sedikit mendapatkan keuntungan dari penjualan tandan buah segar mereka.

3. Mutu dan kualitas tandan buah segar yang berbeda-beda

Mutu dan kualitas tandan buah segar kelapa sawit ditingkat petani umumnya berbeda-beda antara satu petani dengan petani lainnya , yang menjadi masalah petani di daerah penelitian . Hal ini terjadi karena ketidaktahuan sebagian petani akan proses penanganan pasca panen kelapa sawit yang baik.

4. Pencurian Kelapa Sawit

Maraknya pencurian kelapa sawit di daerah penelitian sangat meresahkan warga apalagi jika sudah dekat dalam waktu panen pencurian tandan tersebut akan marak, terkadang para pencuri tersebut menyebabkan kerusakan pada kelapa sawit petani, karena mereka memanen tandan buah segar tersebut yang belum siap panen.

Upaya-upaya Yang Dilakukan ntuk mengatasi masalah-masalah pemasaran kelapa sawit

1. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kurangnya lembaga pendukung

Upaya yang dilakukan pemerintah dalam hal untuk mengatasi kurangnya lembaga pendukung yaitu dengan menggalakkan program bantuan penyuluhan dari dinas pertanian, khususnya dalam memberikan bantuan penyuluhan tentang budidaya kelapa sawit yang baik

2. Upaya untuk mengatasi harga jual kelapa sawit yang berfluktuasi

Upaya yang dilakukan yaitu adanya upaya untuk membuat suatu sistem penjualan bersama dalam hal ini yaitu dengan menetapkan harga yang sesuai untuk petani, sehingga petani dapat memiliki posisi dalam harga jual tandan buah segar

3. Upaya untuk mengatasi Mutu dan kualitas tandan buah segar yang berbeda-beda

Adanya upaya pemerintah untuk memberikan penyuluhan tentang bagaimana teknik usaha tani kelapa sawit yang baik, baik dalam penanamannya , pemeliharaan, penanganan hama, serta perlakuan pasca panen

4. Upaya untuk mengatasi pencurian kelapa swit

Dengan adanya kerjasama petani dengan pihak kepolisian untuk menangani pencurian yang sering terjadi di daerah penelitian

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari seluruh analisis yang dilakukan terhadap hasil penelitian Tata Niaga Tandan Buah Segar di Desa Mananti, dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat 3 (Tiga) Saluran Tata Niaga di Desa Mananti yaitu
Petani-Pedagang Pengumpul-Pedagang Besar-Pabrik Kelapa Sawit
Petani-Pedagang Besar-Pabrik Kelapa Sawit
Petani-Pabrik Kelapa Sawit
2. Total biaya tataniaga I sebesar Rp. 51/kg, total biaya tataniaga II sebesar Rp.119/kg, dan saluran tataniaga III sebesar Rp.154/kg. Untuk margin tata niaga disetiap saluran yaitu sebesar Rp.200.
3. Nilai *Farmer Share* pada saluran I sebesar 80,24%, saluran II sebesar 82,75%, dan untuk saluran tata niaga III yaitu sebesar 100%
4. Nilai Efisiensi Tata Niaga Saluran I sebesar 4,70%, Saluran Tata Niaga II sebesar 10,27%, dan saluran Tata Niaga III sebesar 13,27%

Saran

1. Kepada petani agar dapat melakukan penyetaraan mutu dan kualitas tandan buah segar kelapa sawit dapat dilakukan dengan penanaman bibit unggul atau penggunaan sarana dan prasarana produksi yang tepat
2. Bagi Pedagang agar diharapkan mampu meminimalkan biaya tataniaga
3. Kepada Pemerintah agar lebih memperhatikan dalam penyediaan lembaga-lembaga pendukung bagi petani, seperti membentuk kelompok tani, menggalakkan kegiatan penyuluhan pertanian

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Kunto.2010. “Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik”. Jakarta.
- Ari Setyaningrum,,2015. “Prinsi-prinsip Pemasaran”
- Asri.2017. Analisis efisiensi pemasaran kelapa sawit petani rakyat di Desa Prapat Janji Kecamatan Buntu Pane Kabupaten Asahan
- Badan Pusat Statistik sumatera Utara 2007-2015.Luas Tanaman Perkebunan Menurut Jenis Tanaman di Kabupaten Padang Lawas
- Dedi.Adhan.2013. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Kecamatan Long Ikis Kabupaten Pasir.Vol. 10 No.1 Hal. 35. Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman
- Dedi,Dkk.2014. Analisis Tata Niaga Pinang (Areca Catechu. L) Pada Pasar Produsen Di Kecamatan Muara Sabak Timur Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Vol.17 No. 2. Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
- Eka.W.2010.Analisis Marjin Pemasaran Jahe di Kabupaten Wonogiri. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.
- Elpawati.2014. Analisis Tata Niaga Ubi Jalar di Desa Purwasari Kecamatan Dramaga K abupaten Bogor, Jawa Barat. ISSN ISSN : 1979-0058 VOL Vol. 8, No. 2.
- Fajar,A.2016. Sistem Tata Niaga Tandan Buah Segar di Kecamatan Wampu, Kabupaten Langkat Sumatera Utara. Jurnal Agribisnis Sumatera Utara. ISSN : 1979-8164. Vol. 4 No. 2.
- Iyung. Pahan.2007.“Panduan Lengkap Kelapa Sawit”. Cetakan 3. ISBN 979-489-995-X. Jakarta
- Gustami,H.,Endang,S.,danMuhammad,R.2017.Analisis Efisiensi Tata Niaga Tandan Buah Segar Kelapa Sawit . ISSN: 2089-8592. Vol.6 No. 2.
- Mubyarto.1989. “Pengantar Ekonomi Pertanian”.Edisi 3. ISSBN: 979-8015-17-7. Jakarta
- Muhammad.2017. Analisis Saluran Pemasaran Jeruk Keprok Desa Yosowilangun Kidul , Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang. Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kotler, Philip,. 2007. “Manajemen Pemasaran”. Edisi 12 Jilid 1.

- Said.2018. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis Jacq.*) di Desa Tanjung Selamat Kecamatan Padang Tualang Langkat. ISSN : 2621-6566. Vol. 1 No. 2, April 2018.
- Sibuea,Muhammad Buhari, Muhammad Thamrin, and Juwita Tarigan."Kajian Efisiensi Pemasaran Jambu Air King Rose Apple." *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian* 18.2 (2015).
- Sugiyono, 2007. Metode Penelitian Bisnis CV. Alfabeta. ISBN 979-8433-36-9. Bandung.
- Sumiati.2017. Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. *Joural Tabaro*. Vol. 1 No.1.
- Thamrin abdullah, 2013. Manajemen Pemasaran. ISSBN 978-979-769-419-7. Jakarta.
- Tri. 2015. Analisis Tata Niaga Kubis (*Brassica Oleraceae*) Di Desa Deles Kecamatan Bawang Kabupaten Batang. Vol. 11 No.1 Hal 23-24

Lampiran 1. Karakteristik Petani Sampel

No	Sampel	Umur (Tahun)	Pekerjaan	Luas Lahan (Ha)	Pengalaman (Tahun)	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan
1	Wardah Hamidah	49	Petani	2	15	Laki-laki	6
2	Tajuddin Hasibuan	70	Petani	9	20	Laki-laki	12
3	Khoirul Saleh Hasibuan	22	Petani	2	10	Laki-laki	6
4	Alamsyah Hasibaun	46	Petani	3	10	Laki-laki	16
5	Zulpahri	43	Petani	5	15	Laki-laki	9
6	Kenek	42	Petani	5	5	Laki-laki	16
7	Julpan Harahap	42	Petani	3	5	Laki-laki	9
8	Marhalim Nasution	30	Petani	1	5	Laki-laki	16
9	Dewasa Pasaribu	44	Petani	5	15	Perempuan	12
10	Lias Hasibuan	43	Petani	5	15	Laki-laki	6
11	Amran Nasution	54	Petani	5	15	Laki-laki	12
12	Arip Harahap	45	Petani	2	15	Laki-laki	6
13	Bagus Harahap	48	Petani	5	15	Laki-laki	12
14	Andi Hasibuan	45	Petani	3	10	Laki-laki	12
15	Syahrin Nasution	43	Petani	8	15	Laki-laki	6
16	Sarwedi	50	Petani	4	15	Laki-laki	6
17	Maradoni	59	Petani	2	20	Laki-laki	6
18	Iman Harahap	45	Petani	6	10	Laki-laki	6
19	Tanggung Hasibuan	35	Petani	2	5	Laki-laki	6
20	Maraiman Hasibuan	45	Petani	5	15	Laki-laki	12
21	Ihdan Hasibuan	35	Petani	2	5	Laki-laki	9
22	Maradingin Nasution	46	Petani	5	10	Laki-laki	12
23	Amri Harahap	47	Petani	6	10	Laki-laki	12
24	Sutan Pulungan	45	Wiraswasta	10	10	Laki-laki	12
25	Juli	53	Petani	2	15	Perempuan	9
26	Aja Harahap	31	Petani	10	15	Laki-laki	9
27	Abdul Hadi	43	Petani	2	10	Laki-laki	12
28	Anto Harahap	45	Petani	4	10	Laki-laki	12
29	Syakirun Hasibuan	35	Wiraswasta	3	10	Laki-laki	9
30	Ali Hakim	42	Petani	3	15	Laki-laki	6
31	Syafii Hasibuan	60	Petani	5	20	Laki-laki	6
32	Wagio	35	Petani	2	10	Laki-laki	12
33	Mulia Nasution	46	Petani	1	15	Laki-laki	6
34	Ahmad Siregar	54	Petani	2	15	Laki-laki	12
35	Amran Nasution	45	Petani	5	15	Laki-laki	6
36	Suwardi	37	Petani	3	10	Laki-laki	12
37	Syahrir Hasibuan	47	Petani	7	15	Laki-laki	16
38	Andre Harahap	45	Petani	6	15	Laki-laki	16
39	Rajamuda Hasibuan	45	Petani	4	15	Laki-laki	9
40	Ali Syarif Hasibuan	45	Petani	2	10	Laki-laki	12
41	Saparuddin Siregar	43	Petani	5	10	Laki-laki	6
42	Adriansyah Harahap	45	Petani	2	10	Laki-laki	9
Jumlah		1869		173	520		501
Rata-rata		44,5		4,11	12,38		11,92

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2019)

Lampiran 2. Harga Jual pada Saluran I

Responden	Saluran	Nama	Harga jual(Rp)	Produksi(Kg)	Harga Beli (Rp)	Biaya Panen	Transportasi	Biaya Muat	Biaya Bongkar
1	I	Maradoni	1080	1500	880	200	50		
2	I	Mulia Nasution	880	700	680		50		
3	I	Ahmad Siregar	1080	1500	880		50		
4	I	Sarwedi	1080	1500	880	150	50		
5	I	Wagio	1080	1500	880	150	50		
6	I	Ihdan	880	1500	680	150	50		
7	I	Tanggung Hasibuan	880	1500	680	150	50		
8	I	Marhalim Nst	1080	500	880	100	50		
9	I	Nurhalizah	1080	1500	880	150	50		
10	I	Khoirul Saleh	1080	1000	880	150	50		
11	I	Wardah	1100	100	800	200	50		
12	I	Juli	1080	2000	880	200	50		
13	I	Syahrin	1000	6000	800	200	50		
Jumlah			13320	20800	11420	1800	660		
Rata-rata			1021	1600	821	138,46	51		

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2019)

Lampiran 3. Harga Jual Saluran II

Responden	Saluran	Nama	Harga jual(Rp)	Produksi(Kg)	Harga Beli (Rp)	Biaya Panen	Transportasi	Biaya Muat
1	II	Syakirun Hasibuan	1080	2000	880	250	50	70
2	II	Arip Harahap	1160	2000	960	200	50	80
3	II	Rajamuda hasibuan	1160	2000	880	150	50	70
4	II	Andi Hasibuan	1160	2000	960	150	50	60
5	II	Ali Syarif	1160	1500	960	200	50	70
6	II	Adrianyah	1160	1500	960	200	50	60
Jumlah			6880	11000	5600	1150	300	410
Rata-rata			1160	1,833.33	960	191.6	50	68,33

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2019)

Lampiran 4. Harga Jual Saluran III

Responden	Saluran	Nama	Harga jual(Rp)	Produksi(Kg)	Harga Beli (Rp)	Biaya Panen	Transportasi	Biaya Muat	Biaya Bongkar
1	III	Amri Harahap	1160	4000	1160	150	50	60	50
2	III	Iman Harahap	1160	4000	1160	150	60	50	50
3	III	Maraiman Hasibuan	1160	3000	1160	150	50	50	50
4	III	Aandre Harahap	1160	4000	1160	150	50	50	50
5	III	Syahrir Nasution	1160	6000	1160	200	50	80	80
6	III	Lias Hasibuan	1160	3000	1160	200	50	60	60
7	III	Kenek	1160	3000	1160	150	50	50	50
8	III	Dewasa Pasaribu	1160	3000	1160	150	50	50	50
9	III	Tajuddin	1160	7000	1160	150	50	50	40
10	III	Maradingin	1160	3000	1160	150	60	50	50
11	III	Bagus Harahap	1120	3000	1160	150	50	50	50
12	III	Zulpahri	1120	3000	1160	150	200	50	50
13	III	Saparuddin	1160	3000	1160	150	50	50	50
14	III	Sutan Pulungan	1160	8000	1160	150	50	50	50
15	III	Ali hakim	1160	1500	1160	150	50	150	150
16	III	Abdul Hadi	1160	2000	1160	150	40	100	50
17	III	Syafii Hasibuan	1160	3000	1160	200	50	100	100
18	III	Sarwedi Lubis	1160	2000	1160	250	40	50	50
19	III	Julpan harahp	1160	4000	1160	150	150	40	50
20	III	Aja harahap	1120	5000	1160	200		50	50
21	III	Amran Nst	1160	3000	1160	200		50	40
22	III	Saparuddin	1160	3000	1160	200	50	50	50
23	III	Adrianyah	1160	1500	1160	150	50	50	50
		Jumlah	26560	82000	26680	3750	1050	1260	1230
		Rata-rata	1154.7	3565.2	1160	163,04	46	54,78	53

Sumber : Data Primer Setelah Diolah (2019)

Identitas Responden Petani

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Status Pekerjaan :
6. Mata Pencaharian
 - Utama :
 - Sampingan :
7. Sudah berapa lama bertani kelapa sawit :
8. Berapa jumlah anggota keluarga :
9. Kenapa lebih memilih perkebunan kelapa sawit daripada kebun lainnya?
10. Berapa luas lahan kebun kelapa sawit bapak?
11. Biaya yang dikeluarkan :
 - a. Upah tenaga kerja :
 - b. pengangkutan :
9. Berapa kali melakukan pemanenan kelapa sawit dalam seminggu ?
10. Untuk pemakaian pupuk, merk pupuk apa yang bapak gunakan ?
11. Kendala apa saja yang bapak alami pada saat proses pemamanan dan pengangkutan ?
12. Berapa jumlah tenaga kerja bapak ?
13. Untuk 1x panen berapa produksi yang bapak dapatkan (ton) ?
14. Bapak memasarkan sawit dari pedagang pengumpul atau dari pabrik ?
15. Jika pemasarannya dari pabrik berapakah harga beli dari pabrik tersebut ?
16. Jika pemasarannya melalui pedagang pengumpul berapa harga beli pedagang pengumpul tersebut ?
17. Apa keluhan yang bapak alami selama proses dari panen sampai pemasaran ?
18. Jika harga tandan buah segar naik apa yang bapak lakukan untuk ?

Identitas Responden Pedagang Pengumpul

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Status Pekerjaan :
6. Mata Pencaharian bapak ?
 - a. Utama :
 - b. Sampingan :
7. Bapak sudah berapa lama menjadi pedagang pengumpul ?
8. Jumlah tanggungan bapak ?
9. Berapa harga pada saat bapak membeli tandan buah segar kepada petani ?
10. Berapa Produksi bapak sekali melakukan pembelian tandan buah segar (ton)?
11. Berapa jumlah tenaga kerja bapak ?
12. Biaya Pemasaran :
 - a. Transportasi :
 - b. Sortasi :
 - c. Bongkar muat :
13. Berapa harga jual bapak kembali setelah membeli tandan buah segar ini ?
14. Kemana bapak jualkan kembali tandan buah segar ini apakah ke pedagang besar atau pabrik ?
15. Berapa kali dalam seminggu bapak melakukan pembelian tandan buah segar

Identitas Pedagang Besar

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia
4. Pendidikan Terakhir ?
5. Status Pekerjaan ?
6. Jumlah tanggungan :
7. Mata Pencaharian bapak ?
 - a. Utama :
 - b. Sampingan :
8. Bapak sudah berapa lama menjadi pedagang besar ?
9. Jumlah tanggungan bapak ?
10. Berapa harga pada saat bapak membeli tandan buah segar kepada petani ?
11. Berapa Produksi bapak sekali melakukan pembelian tandan buah segar (ton)?
12. Berapa jumlah tenaga kerja bapak ?
13. Biaya Pemasaran :
 - a. Transportasi :
 - b. Sortasi :
 - c. Bongkar muat :
14. Berapa harga jual bapak kembali setelah membeli tandan buah segar ini ?
15. Berapa kali dalam seminggu bapak melakukan pembelian tandan buah segar

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Kunto. 2010. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta.
- Ari Setyaningrum,.2015. "Prinsi-prinsip Pemasaran"
- Asri. 2017. Analisis efisiensi pemasaran kelapa sawit petani rakyat di Desa Prapat Janji Kecamatan Buntu Pane Kabupaten Asahan
- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2007-2015. Luas Tanaman Perkebunan Menurut Jenis Tanaman di Kabupaten Padang Lawas
- Dedi. Adhan.2013. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Kecamatan Long Ikis Kabupaten Pasir. Vol. 10 No.1 Hal. 35. Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman
- Dedi, .Dkk. 2014. Analisis Tata Niaga Pinang (Areca Catechu. L) Pada Pasar Produsen Di Kecamatan Muara Sabak Timur Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Vol.17 No. 2. Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
- Eka.W. 2010. Analisis Marjin Pemasaran Jahe di Kabupaten Wonogiri. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.
- Elpawati. 2014. Analisis Tata Niaga Ubi Jalar di Desa Purwasari Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor, Jawa Barat. ISSN : 1979-0058 VOL Vol. 8, No. 2.
- Fajar, A. 2016. Sistem Tata Niaga Tandan Buah Segar di Kecamatan Wampu, Kabupaten Langkat Sumatera Utara. Jurnal Agribisnis Sumatera Utara. ISSN : 1979-8164. Vol. 4 No. 2.
- Iyung. Pahan. 2007. "Panduan Lengkap Kelapa Sawit". Cetakan 3. ISBN 979-489-995-X. Jakarta
- Gustami, H., Endang, S., dan Muhammad, R. 2017. Analisis Efisiensi Tata Niaga Tandan Buah Segar Kelapa Sawit . ISSN: 2089-8592. Vol.6 No. 2.
- Mubyarto.1989. "Pengantar Ekonomi Pertanian".Edisi 3. ISSBN: 979-8015-17-7. Jakarta
- Muhammad. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Jeruk Keprok Desa Yosowilangun Kidu 1, Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang. Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kotler, Philip,. 2007. "Manajemen Pemasaran". Edisi 12 Jilid 1.

- Said. 2018. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis Jacq.*) di Desa Tanjung Selamat Kecamatan Padang Tualang Langkat. ISSN : 2621-6566. Vol. 1 No. 2, April 2018.
- Sibuea, Muhammad Buhari, Muhammad Thamrin, and Juwita Tarigan."Kajian Efisiensi Pemasaran Jambu Air King Rose Apple." *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian* 18.2 (2015).
- Sugiyono, 2007. Metode Penelitian Bisnis CV. Alfabeta. ISBN 979-8433-36-9. Bandung.
- Sumiati.2017. Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Tabaro*. Vol. 1 No.1.
- Thamrin abdullah, 2013. Manajemen Pemasaran. ISSBN 978-979-769-419-7. Jakarta.
- Tri. 2015. Analisis Tata Niaga Kubis (*Brassica Oleraceae*) Di Desa Deles Kecamatan Bawang Kabupaten Batang. Vol. 11 No.1 Hal 23-24

Lampiran 1. Karakteristik Petani Sampel

No	Sampel	Umur (Tahun)	Pekerjaan	Luas Lahan (Ha)	Pengalaman (Tahun)	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan
1	Wardah Hamidah	49	Petani	2	15	Laki-laki	6
2	Tajuddin Hasibuan	70	Petani	9	20	Laki-laki	12
3	Khoirul Saleh Hasibuan	22	Petani	2	10	Laki-laki	6
4	Alamsyah Hasibaun	46	Petani	3	10	Laki-laki	16
5	Zulpahri	43	Petani	5	15	Laki-laki	9
6	Kenek	42	Petani	5	5	Laki-laki	16
7	Julpan Harahap	42	Petani	3	5	Laki-laki	9
8	Marhalim Nasution	30	Petani	1	5	Laki-laki	16
9	Dewasa Pasaribu	44	Petani	5	15	Perempuan	12
10	Lias Hasibuan	43	Petani	5	15	Laki-laki	6
11	Amran Nasution	54	Petani	5	15	Laki-laki	12
12	Arip Harahap	45	Petani	2	15	Laki-laki	6
13	Bagus Harahap	48	Petani	5	15	Laki-laki	12
14	Andi Hasibuan	45	Petani	3	10	Laki-laki	12
15	Syahrin Nasution	43	Petani	8	15	Laki-laki	6
16	Sarwedi	50	Petani	4	15	Laki-laki	6
17	Maradoni	59	Petani	2	20	Laki-laki	6
18	Iman Harahap	45	Petani	6	10	Laki-laki	6
19	Tanggung Hasibuan	35	Petani	2	5	Laki-laki	6
20	Maraiman Hasibuan	45	Petani	5	15	Laki-laki	12
21	Ihdan Hasibuan	35	Petani	2	5	Laki-laki	9
22	Maradingin Nasution	46	Petani	5	10	Laki-laki	12
23	Amri Harahap	47	Petani	6	10	Laki-laki	12
24	Sutan Pulungan	45	Wiraswasta	10	10	Laki-laki	12
25	Juli	53	Petani	2	15	Perempuan	9
26	Aja Harahap	31	Petani	10	15	Laki-laki	9
27	Abdul Hadi	43	Petani	2	10	Laki-laki	12
28	Anto Harahap	45	Petani	4	10	Laki-laki	12
29	Syakirun Hasibuan	35	Wiraswasta	3	10	Laki-laki	9
30	Ali Hakim	42	Petani	3	15	Laki-laki	6
31	Syafii Hasibuan	60	Petani	5	20	Laki-laki	6
32	Wagio	35	Petani	2	10	Laki-laki	12
33	Mulia Nasution	46	Petani	1	15	Laki-laki	6
34	Ahmad Siregar	54	Petani	2	15	Laki-laki	12
35	Amran Nasution	45	Petani	5	15	Laki-laki	6
36	Suwardi	37	Petani	3	10	Laki-laki	12
37	Syahrir Hasibuan	47	Petani	7	15	Laki-laki	16
38	Andre Harahap	45	Petani	6	15	Laki-laki	16
39	Rajamuda Hasibuan	45	Petani	4	15	Laki-laki	9
40	Ali Syarif Hasibuan	45	Petani	2	10	Laki-laki	12
41	Saparuddin Siregar	43	Petani	5	10	Laki-laki	6
42	Adriansyah Harahap	45	Petani	2	10	Laki-laki	9
Jumlah		1869		173	520		501
Rata-rata		44,5		4,11	12,38		11,92

Lampiran 2. Harga Jual pada Saluran I

Responden	Saluran	Nama	Harga jual(Rp)	Produksi(Kg)	Harga Beli (Rp)	Biaya Panen	Transportasi	Biaya Muat	Biaya Bongkar
1	I	Maradoni	1080	1500	880	200	50		
2	I	Mulia Nasution	880	700	680		50		
3	I	Ahmad Siregar	1080	1500	880		50		
4	I	Sarwedi	1080	1500	880	150	50		
5	I	Wagio	1080	1500	880	150	50		
6	I	Ihdan	880	1500	680	150	50		
7	I	Tanggung Hasibuan	880	1500	680	150	50		
8	I	Marhalim Nst	1080	500	880	100	50		
9	I	Nurhalizah	1080	1500	880	150	50		
10	I	Khoirul Saleh	1080	1000	880	150	50		
11	I	Wardah	1100	100	800	200	50		
12	I	Juli	1080	2000	880	200	50		
13	I	Syahrin	1000	6000	800	200	50		
Jumlah			13320	20800	11420	1800	660		
Rata-rata			1021	1600	821	138,46	51		

Lampiran 3. Harga Jual Saluran II

Responden	Saluran	Nama	Harga jual(Rp)	Produksi(Kg)	Harga Beli (Rp)	Biaya Panen	Transportasi	Biaya Muat
1	II	Syakirun Hasibuan	1080	2000	880	250	50	70
2	II	Arip Harahap	1160	2000	960	200	50	80
3	II	Rajamuda hasibuan	1160	2000	880	150	50	70
4	II	Andi Hasibuan	1160	2000	960	150	50	60
5	II	Ali Syarif	1160	1500	960	200	50	70
6	II	Adrianyah	1160	1500	960	200	50	60
Jumlah			6880	11000	5600	1150	300	410
Rata-rata			1160	1,833.33	960	191.6	50	68,33

Lampiran 4. Harga Jual Saluran III

Responden	Saluran	Nama	Harga jual(Rp)	Produksi(Kg)	Harga Beli (Rp)	Biaya Panen	Transportasi	Biaya Muat	Biaya Bongkar
1	III	Amri Harahap	1160	4000	1160	150	50	60	50
2	III	Iman Harahap	1160	4000	1160	150	60	50	50
3	III	Maraiman Hasibuan	1160	3000	1160	150	50	50	50
4	III	Aandre Harahap	1160	4000	1160	150	50	50	50
5	III	Syahrir Nasution	1160	6000	1160	200	50	80	80
6	III	Lias Hasibuan	1160	3000	1160	200	50	60	60
7	III	Kenek	1160	3000	1160	150	50	50	50
8	III	Dewasa Pasaribu	1160	3000	1160	150	50	50	50
9	III	Tajuddin	1160	7000	1160	150	50	50	40
10	III	Maradingin	1160	3000	1160	150	60	50	50
11	III	Bagus Harahap	1120	3000	1160	150	50	50	50
12	III	Zulpahri	1120	3000	1160	150	200	50	50
13	III	Saparuddin	1160	3000	1160	150	50	50	50
14	III	Sutan Pulungan	1160	8000	1160	150	50	50	50
15	III	Ali hakim	1160	1500	1160	150	50	150	150
16	III	Abdul Hadi	1160	2000	1160	150	40	100	50
17	III	Syafii Hasibuan	1160	3000	1160	200	50	100	100
18	III	Sarwedi Lubis	1160	2000	1160	250	40	50	50
19	III	Julpan harahp	1160	4000	1160	150	150	40	50
20	III	Aja harahap	1120	5000	1160	200		50	50
21	III	Amran Nst	1160	3000	1160	200		50	40
22	III	Saparuddin	1160	3000	1160	200	50	50	50
23	III	Adrianyah	1160	1500	1160	150	50	50	50
		Jumlah	26560	82000	26680	3750	1050	1260	1230
		Rata-rata	1154.7	3565.2	1160	163,04	46	54,78	53

Identitas Responden Petani

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Status Pekerjaan :
6. Mata Pencaharian
 - Utama :
 - Sampingan :
7. Sudah berapa lama bertani kelapa sawit :
8. Berapa jumlah anggota keluarga :
9. Kenapa lebih memilih perkebunan kelapa sawit daripada kebun lainnya?
10. Berapa luas lahan kebun kelapa sawit bapak?
11. Biaya yang dikeluarkan :
 - a. Upah tenaga kerja :
 - b. pengangkutan :
9. Berapa kali melakukan pemanenan kelapa sawit dalam seminggu ?
10. Untuk pemakaian pupuk, merk pupuk apa yang bapak gunakan ?
11. Kendala apa saja yang bapak alami pada saat proses pemanenan dan pengangkutan ?
12. Berapa jumlah tenaga kerja bapak ?
13. Untuk 1x panen berapa produksi yang bapak dapatkan (ton) ?
14. Bapak memasarkan sawit dari pedagang pengumpul atau dari pabrik ?
15. Jika pemasarannya dari pabrik berapakah harga beli dari pabrik tersebut ?
16. Jika pemasarannya melalui pedagang pengumpul berapa harga beli pedagang pengumpul tersebut ?
17. Apa keluhan yang bapak alami selama proses dari panen sampai pemasaran ?
18. Jika harga tandan buah segar naik apa yang bapak lakukan untuk ?

Identitas Responden Pedagang Pengumpul

1. Nama :
2. Jenis kelamin :

3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Status Pekerjaan :
6. Mata Pencaharian bapak ?
 - a. Utama :
 - b. Sampingan :
7. Bapak sudah berapa lama menjadi pedagang pengumpul ?
8. Jumlah tanggungan bapak ?
9. Berapa harga pada saat bapak membeli tandan buah segar kepada petani ?
10. Berapa Produksi bapak sekali melakukan pembelian tandan buah segar (ton)?
11. Berapa jumlah tenaga kerja bapak ?
12. Biaya Pemasaran :
 - a. -Transportasi :
 - b. -Sortasi :
 - c. -Bongkar muat :
13. Berapa harga jual bapak kembali setelah membeli tandan buah segar ini ?
14. Kemana bapak jualkan kembali tandan buah segar ini apakah ke pedagang besar atau pabrik ?
15. Berapa kali dalam seminggu bapak melakukan pembelian tandan buah segar

Identitas Pedagang Besar

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia
4. Pendidikan Terakhir ?
5. Status Pekerjaan ?

6. Jumlah tanggungan :
7. Mata Pencarian bapak ?
 - a. Utama :
 - b. Sampingan :
8. Bapak sudah berapa lama menjadi pedagang besar ?
9. Jumlah tanggungan bapak ?
10. Berapa harga pada saat bapak membeli tandan buah segar kepada petani ?
11. Berapa Produksi bapak sekali melakukan pembelian tandan buah segar (ton)?
12. Berapa jumlah tenaga kerja bapak ?
13. Biaya Pemasaran :
 - a. Transportasi :
 - b. Sortasi :
 - c. Bongkar muat :
14. Berapa harga jual bapak kembali setelah membeli tandan buah segar ini ?
15. Berapa kali dalam seminggu bapak melakukan pembelian tandan buah segar