

ABSTRAK

WILHELL MARTINES SIBURIAN, Analisis Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari. Dibimbing oleh **Ir. Emy Kernalis, M.P.** selaku Dosen Pembimbing I dan **Dr. Mirawati Yanita S.P., M.M.** selaku Dosen Pembimbing II.

Besarnya jumlah produksi kelapa sawit di Kecamatan Mersam memberi dampak positif terhadap kesejahteraan petani kelapa sawit. Akan tetapi besarnya produksi tidak didukung dengan harga jual dan system pemasaran yang melibatkan banyak lembaga pemasaran. Oleh karena itu penelitian ini ditujukan untuk : 1) Menggambarkan kegiatan distribusi pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit petani swadaya di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari dan 2) Menganalisis efisiensi pemasaran Tandan Buah Segar kelapa sawit petani swadaya di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari lapangan menggunakan metode survei dan data sekunder yang diperoleh dari instansi pemerintah Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian dan Perkebunan Provinsi Jambi, Dinas Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Batanghari. Untuk menggambarkan kegiatan distribusi pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, sedangkan untuk menganalisis efisiensi pemasaran TBS kelapa sawit di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari menggunakan analisis kualitatif dengan menghitung total biaya pemasaran terhadap total nilai produk. Hasil analisis menunjukkan bahwa 1) Distribusi pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit (TBS) di Kecamatan Mersam terdapat tiga saluran pemasaran. Kegiatan pemasaran menggunakan akses kendaraan darat. 2) Berdasarkan nilai *farmer's share* dan margin pemasaran serta perhitungan indikator nilai efisiensi bahwa setiap saluran pemasaran di Kecamatan Mersam sudah efisien. Saluran pemasaran III merupakan saluran yang paling efisien. Ukuran keberhasilan kegiatan pemasaran dapat ditingkatkan dengan memperpendek saluran pemasaran dan mengurangi tingkat margin yang terjadi antar lembaga pemasaran. Petani juga perlu membangun sebuah kemitraan bersama lembaga pemasaran yang ada sehingga dalam proses pemasaran TBS ke pabrik petani dapat menerima bagian harga yang jauh lebih tinggi.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Efisiensi, Kelapa Sawit