

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu Negara agraris dimana rata rata mata pencaharian masyarakat Indonesia adalah dengan bercocok tanam. secara keseluruhan, Geografis Indonesia juga adalah Negara dengan kepulauan yang memiliki banyak potensi alam yang besar dalam pengelolaan sektor pertanian. Dengan demikian Negara Indonesia dituntut agar Indonesia dapat meningkatkan kesejahteraan rakyatnya melalui perkembangan di dalam hal bidang pertanian. peningkatan petanian sendiri bukan hanya dalam budidaya tanaman, tetapi perlu lebih ditingkatkan dalam daya saing dan nilai tambah untuk menjadi suatu produk olahan yang baik. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan adanya upaya dalam perkembangan sektor perkembangan agroindustri saat ini. dan salah satu produk pertanian di Negara Indonesia ini yang mampu bersaing dan memiliki nilai tambah yang sangat baik dan dapat dibidang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah Tanaman Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis* Jack).

Tanaman Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis* Jack) sendiri merupakan komoditas perkebunan yang unggul dan utama di Indonesia. Tanaman yang produk utamanya terdiri dari minyak sawit (CPO) dan minyak inti sawit ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan menjadi salah satu penyumbang devisa negara terbesar dibandingkan dengan komoditas perkebunan lainnya. Hingga saat ini kelapa sawit telah diusahakan dalam bentuk perkebunan dan pabrik pengolahan kelapa sawit hingga menjadi minyak dan produk turunannya (Fauzi, dkk, 2012).

Menurut Rustam (2011) mengungkapkan bahwa Tanaman

Kelapa Sawit (*Elaeis Guineensis* Jack) berasal dari benua Afrika, Kelapa sawit banyak di jumpai di Hutan Tropis negara Camerun, Pantai Gading, Ghana, Liberia, Nigeria, Sierra Leone, Tongo, Angola, dan Kongo. Penduduk setempat menggunakan kelapa sawit untuk memasak dan untuk bahan kecantikan. Selain itu buah kelapa sawit itu dapat diolah menjadi minyak nabati. Di Indonesia kelapa sawit mulai dikenalkan pada tahun 1848 oleh pemerintah Belanda. Saat itu tanaman kelapa sawit itu dianggap sebagai tanaman hias yang di tanam di Kebun Raya Bogor, kemudian pada tahun 1853 tanaman kelapa sawit itu berbuah dan bijinya disebarkan secara gratis di beberapa daerah di Indonesia, sehingga dapat dibudidayakan secara komersil dalam bentuk perkebunan hingga saat ini. Provinsi Jambi merupakan salah satu provinsi yang memiliki kelapa sawit sebagai komoditas utamanya. Hal ini diperkuat dengan berkontribusinya perkebunan kelapa sawit terhadap pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PPRB) di Provinsi Jambi sebesar 54%. Selain itu juga di Jambi perkebunan kelapa sawit mencapai 134 ribu Ha dengan didukung oleh setidaknya lebih dari sekitar 200 ribu perkebun sawit. yang artinya kelapa sawit menjadi salah satu pendukung utama bagi roda perekonomian di Provinsi Jambi (Forum Kelapa Sawit Berkelanjutan Indonesia 2020).

Berikut adalah perkembangan Luas Tanaman Perkebunan Kelapa Sawit di Provinsi Jambi Tahun 2020 adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Perkembangan luas areal lahan persawitan provinsi jambi 2020

Wilayah	Luas Areal Lahan (Ha)
	2020
Provinsi Jambi	1033354.00
Kerinci	94.00
Merangin	140784.00
Sarolangun	72735.00
Batanghari	143456.00
Muaro Jambi	227125.00

Tanjung Jabung Timur	62904.00
Tanjung Jabung Barat	153515.00
Tebo	106052.00
Bungo	126689.00
Total	998.888.656

Sumber : Dinas Perkebunan Provinsi Jambi 2020

Tabel 1. dapat dilihat bahwa luas areal kelapa sawit pada setiap kabupaten memiliki luas lahan yang berbeda-beda. Akan tetapi luas lahan tidak menjamin Produktivitasnya tinggi. Hal ini mengungkapkan bahwa potensi kelapa sawit belum maksimal sehingga masih memungkinkan untuk ditingkatkan. Jika produktivitas kelapa sawit dapat berkembang dengan baik, maka selanjutnya adalah memperhatikan manajemen pemasaran agar para petani mendapatkan produksi tanaman kelapa sawit dengan harga yang layak.

Menurut Shinta (2011) mengungkapkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Seperti halnya sesuai dengan judul karya tulis ilmiah ini mengenai manajemen pemasaran TBS kelapa sawit. Tentunya dalam memasarkan suatu produk seperti salah satunya yaitu tanaman kelapa sawit, yang dibutuhkan adalah manajemen pemasaran yang baik dan benar. Hal ini berguna agar proses memasarkan tanaman kelapa sawit dapat berjalan dan terorganisir dengan baik, sehingga para petani tanaman kelapa sawit dapat berjalan dengan baik.

Provinsi Jambi sendiri merupakan salah satu penghasil minyak kelapa sawit di Indonesia. Perkebunan kelapa sawit di Provinsi Jambi

sendiri terbesar di berbagai kabupaten. Salah satunya adalah di Kabupaten Bungo Tepatnya di Desa Bungo Antoi, Kecamatan Tabir Selatan. Menurut Wikipedia.com, Desa Bungo Antoi terbentuk karena adanya program transmigrasi penataan pada tahun 1983 di mana masyarakat transmigrasi di Desa Bungo Antoi berjumlah ±500 kepala keluarga yang berasal dari berbagai daerah seperti Jawa Tengah, Jawa Timur, Daerah Istimewa Jogjakarta (DIY) dan Jawa Barat. Menurut berita di Jambi Pos Online (2017), Di Desa Bungo Antoi sendiri memiliki perkebunan kelapa sawit milik petani sekitar 1.250 Ha. Di Desa Bungo Antoi ini penduduknya banyak yang berprofesi sebagai petani khususnya petani di perkebunan kelapa sawit.

Maka dari itu, selain menanam dan memproduksi tanaman kelapa sawit di Desa Bungo Antoi, Para petani yang ada di perkebunan kelapa sawit di Desa ini perlu memasarkan tanaman kelapa sawit agar dapat memperoleh penghasilan yang sesuai dengan yang diharapkan, maka dari itu, peneliti merasa tertarik untuk membuat karya tulis ilmiah yang nantinya akan di teliti saat telah berlangsungnya kuliah kerja lapang dengan judul "Manajemen Pemasaran TBS Kelapa sawit di Desa Bungo Antoi Kecamatan Tabir Selatan Kabupaten Bungo".

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi yang telah di amati dalam praktik kerja lapangan yaitu :

1. Bagaimana proses manajemen pemasaran TBS kelapa sawit yang dilakukan petani kelapa sawit di Desa Bungo Antoi ?
2. Bagaimana cara Koperasi Unit Desa Hitam Jaya menjalankan manajemen pemasaran TBS kelapa sawit yang yang baik dan benar serta pemasaran di KUD berjalan dengan baik ?
3. Apakah Koperasi Unit Desa Hitam Jaya berjalan dengan baik

dengan ke 3 kemitraan yang bekerja sama ?

1.3 Tujuan Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Adapun tujuan Praktik Kerja Lapangan ini adalah sebagai berikut :

1. manajemen pemasaran TBS kelapa sawit yang dilakukan Mempelajari Koperasi/petani kelapa sawit di Desa Bungo Antoi.
2. Mengetahui apa saja kegiatan-kegiatan manajemen pemasaran yang di lakukan petani yang tergabung di Koperasi Unit Desa Hitam Jaya.

1.4 Manfaat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Manfaat dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam mengamati kondisi lapangan.menganalisis data dan membuat kesimpulan tentang manajemen yang diamati.
2. Menambah pengalaman dan pengetahuan tentang manajemen pemasaran TBS kelapa sawit serta memotivasi mahasiswa agar dapat mengelola suatu kegiatan dengan baik.
3. Menambah pengalaman dan keterampilan dalam bidang pertanian atau sebagainya.
4. Menambah ilmu bagi mahasiswa yang melakukan Praktik Kerja Lapang (PKL).