

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkebunan yang menyatakan perkebunan adalah segala kegiatan pengelolaan sumber daya alam, sumber daya manusia, sarana produksi, alat dan mesin, budi daya, panen, pengolahan, dan pemasaran yang terkait tanaman perkebunan (UU RI No 39, 2014).

Kontribusi subsektor perkebunan terhadap PDB Indonesia yaitu berkontribusi dengan rata-rata sebesar 3,65% dimana sub sektor perkebunan memegang peranan yang penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Sub sektor ini menduduki posisi kedua dalam memberikan kontribusi penyerapan tenaga kerja bagi penduduk Indonesia dengan kontribusi sebesar 34,66 persen (Kementerian Pertanian, 2023)

Kelapa sawit adalah salah satu komoditas perkebunan yang berperan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, menjadi sumber penghasilan, dan mendatangkan devisa bagi negara. Pada tahun 2023, luas areal perkebunan kelapa sawit di Indonesia tercatat mencapai 16.833.985 ha. Sebagian besar kelapa sawit diusahakan oleh perusahaan besar swasta (PBS) dengan nilai 54,94 persen atau seluas 7.942.335 ha. Kedua yaitu perusahaan besar negara (PBN) dengan nilai 4,27 persen atau seluas 617.501 ha. Terakhir yaitu perkebunan rakyat (PR) dengan nilai 40,79 persen atau seluas 5.896.755 ha (Kementerian Pertanian, 2022).

Provinsi Jambi merupakan salah satu penghasil kelapa sawit di Indonesia, dengan luas lahan sebesar 1.136.367 hektar pada tahun 2022, yang tersebar di beberapa kabupaten (Kementerian Pertanian, 2023). Perkebunan sawit di Provinsi Jambi didominasi oleh

perkebunan rakyat, yang mencapai 56% dari total luas lahan kelapa sawit di Provinsi Jambi (Lampiran 1). Dalam hal ini, perkebunan rakyat berperan penting dalam menjadi sumber utama pendapatan serta pendorong pertumbuhan ekonomi bagi sebagian besar masyarakat di Provinsi Jambi.

Pemasaran kelapa sawit dilakukan pada subsistem hilir, yang mencakup aktivitas distribusi hasil produksi dari petani hingga mencapai konsumen akhir, yaitu Pabrik Kelapa Sawit (PKS). Harga Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran hasil perkebunan, terutama bagi petani swadaya. Pemerintah melalui Dinas Perkebunan menetapkan harga TBS sebagai pedoman bagi para pelaku pemasaran untuk melindungi petani dari kerugian akibat fluktuasi harga pasar. Penetapan harga ini mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas TBS dan kondisi pasar, yang dilakukan melalui rapat koordinasi antara berbagai pihak terkait.

Tabel 1. Perkembangan Harga TBS yang ditetapkan Dinas Perkebunan per Bulan di Provinsi Jambi 2024.

Bulan	Harga TBS per Umur Tanaman (Tahun)/(Rp)			
	3 – 5	6 – 9	10 – 20	21 – 25
Januari	2.085,52	2.360,84	2.506,35	2.369,64
Febuari	2.170,80	2.457,71	2.609,49	2.467,56
Maret	2.332,87	2.641,02	2.803,96	2.651,24
April	2.401,60	2.720,10	2.889,07	2.733,26
Mei	2.282,12	2.586,17	2.747,11	2.600,05
Juni	2.369,75	2.684,76	2.852,21	2.699,29
Juli	2.446,45	2.772,26	2.945,72	2.788,52
Agustus	2.491,43	2.824,07	3.002,40	2.843,68

Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Jambi 2024.

Pada Tabel 1, terlihat bahwa setiap bulannya terdapat perubahan harga yang signifikan yang ditetapkan oleh Dinas Perkebunan Provinsi Jambi tahun 2024, berdasarkan umur tanaman kelapa sawit yang berkisar antara 3 – 25 tahun. Harga ini ditetapkan melalui hasil rapat yang dilakukan oleh pihak dinas. Untuk harga tertinggi

yang ditetapkan Dinas Perkebunan pada tanaman kelapa sawit cenderung terjadi pada bulan Agustus, sementara harga terendah terjadi pada bulan Januari. Selain itu, harga TBS meningkat seiring bertambahnya umur tanaman, di mana kelompok umur 10-20 tahun mendapatkan harga tertinggi dibanding kelompok umur lainnya.

Harga TBS yang ditetapkan oleh Dinas Perkebunan Provinsi Jambi seringkali berbeda dengan harga yang diterapkan oleh Pabrik Kelapa Sawit (PKS) di lapangan. Meskipun Dinas Perkebunan menetapkan harga pedoman, faktor-faktor eksternal yang tidak diperhitungkan membuat PKS perlu menyesuaikan harga untuk menjaga kelangsungan operasional. Berikut pada Tabel 2 disajikan data harga di lapangan, yang mencakup harga di tingkat pedagang pengumpul, pedagang besar, dan PKS.

Tabel 2. Perkembangan Harga TBS Kelapa Sawit per Bulan pada Tingkat Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar, dan PKS di Kecamatan Sekernan Tahun 2024.

Bulan	Pedagang Pengumpul Desa	Pedagang Besar	Pabrik Kelapa Sawit (PKS)
Januari	1.997,00	2.169,10	2.429,52
Februari	2.095,00	2.200,00	2.583,79
Maret	2.223,71	2.271.09	2.627,90
April	2.220,00	2.258.97	2.509,17
Mei	2.189,35	2.258,00	2.565,00
Juni	2.150,00	2.173,20	2.644,33
Juli	2.265,16	2.300,00	2.649,94
Agustus	2.357,74	2.370,00	2.700,48

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa harga TBS kelapa sawit mengalami fluktuasi di berbagai tingkatan pemasaran selama periode Januari hingga Agustus 2024. Pada tingkat pedagang pengumpul desa, harga terendah tercatat pada bulan Januari sebesar Rp 1.997,00/Kg, dan harga tertinggi pada bulan Agustus sebesar Rp 2.357,74/Kg. Pedagang besar dan PKS juga menunjukkan pola serupa, meskipun dengan harga yang lebih tinggi. Pedagang besar adalah pihak dengan kapasitas transportasi skala besar, volume

pembelian TBS dalam jumlah besar, serta logistik yang memadai untuk menjaga kualitas TBS. Mereka juga memiliki modal kuat, jaringan pemasaran luas, dan fasilitas penyimpanan sementara untuk mendukung efisiensi distribusi ke PKS. Sementara, PKS yang dimaksud sebagai konsumen akhir pada tabel diatas adalah PT. Brahma, PT. Kirana, PT. BBS yang berlokasi di Kecamatan Sekernan dan PT. PGK yang berlokasi diluar Kabupaten Muaro Jambi.

Perbedaan harga ditingkat provinsi dan ditingkat kecamatan disebabkan oleh biaya pemasaran yang di keluarkan oleh para pelaku pemasaran, seperti lembaga pemasaran yang terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pabrik kelapa sawit (PKS). Perbedaan harga tersebut terjadi karena lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran kelapa sawit mengeluarkan biaya-biaya dalam kegiatan pemasaran.

Jarak yang jauh antara petani dan konsumen akhir (pabrik kelapa sawit) membuat petani semakin bergantung pada lembaga pemasaran. Selain itu, tidak semua petani memiliki akses transportasi yang memadai untuk mengangkut TBS ke pabrik, sehingga mereka lebih memilih menjualnya melalui pedagang pengumpul desa, pedagang besar desa dan pedagang besar kecamatan yang memiliki fasilitas transportasi yang lebih baik. Setiap lembaga pemasaran kelapa sawit menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, seperti fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Pelaksanaan fungsi-fungsi ini oleh setiap lembaga menyebabkan peningkatan biaya pemasaran.

Lembaga ini berperan penting dalam memudahkan petani swadaya menjual dan mengangkut tandan buah segar (TBS) ke pabrik kelapa sawit (PKS). Dilihat dari fenomena dilapangan, petani swadaya di Kecamatan Sekernan menggunakan lima saluran pemasaran, yaitu: 1) Petani – Pedagang Pengumpul Desa – Pedagang Besar Desa – PKS,

2) Petani – Pedagang Pengumpul Desa – Pedagang Besar Kecamatan – PKS, 3) Petani – Pedagang Besar Desa – PKS, 4) Petani – Pedagang Besar Kecamatan – PKS, 5) Petani – PKS.

Rantai pemasaran yang panjang dengan keterlibatan lembaga pemasaran yang banyak akan menyebabkan tingginya margin pemasaran sehingga memengaruhi harga yang diterima petani, yang pada akhirnya menentukan *farmer's share*. Kondisi ini terjadi akibat posisi petani cenderung sebagai penerima harga (*price taker*). Pada sisi lain semakin berkurang keterlibatan pedagang perantara yang dapat memperkecil margin pemasaran dan memperbesar *farmer's share*. Hal ini dapat terjadi jika sebagian fungsi pemasaran diambil alih oleh petani.

Perbandingan efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa saluran yang lebih pendek cenderung lebih efisien karena biaya pemasaran yang lebih rendah dan margin harga yang lebih kecil. Keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran dan pasar yang dituju oleh lembaga pemasaran akan mempengaruhi efisiensi pemasaran, yang pada akhirnya berdampak pada keuntungan yang diperoleh petani maupun lembaga pemasaran.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Sawit (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi”**.

1.2 Perumusan Masalah

Petani swadaya adalah petani yang mengelola lahan perkebunan secara mandiri tanpa keterlibatan perusahaan besar atau kemitraan formal. Pemasaran hasil Tandan Buah Segar (TBS) menjadi permasalahan bagi petani di Kecamatan Sekernan. Petani membutuhkan pedagang perantara untuk dapat mengantarkan hasil produksinya sampai

ke konsumen akhir, yaitu Pabrik Kelapa Sawit (PKS). Hal ini membuat petani harus melalui saluran pemasaran yang panjang, semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, semakin besar pula margin pemasaran yang terbentuk, yang pada akhirnya mengurangi keuntungan yang diterima petani.

Rendahnya harga ditingkat petani, ditentukan oleh biaya dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran. Biaya pemasaran yang tinggi biasanya dipengaruhi oleh kondisi sarana dan prasarana dilapangan yang belum memadai, ini menyebabkan adanya biaya transportasi, biaya bongkar muat, biaya sopir, biaya penyusutan, dan biaya restribusi. Untuk menutup biaya pemasaran, lembaga pemasaran cenderung mengambil keuntungan yang lebih besar dari harga TBS yang diterima oleh petani. Hal ini menyebabkan tingginya margin pemasaran di kecamatan tersebut, yang pada akhirnya mengurangi *farmer's share* yang diterima petani.

Posisi tawar petani yang lemah menjadikan petani sebagai penerima harga (*price taker*), sehingga harga TBS ditentukan oleh pedagang di tingkat selanjutnya. Oleh karena itu, diperlukan sistem pemasaran yang efisien agar seluruh pihak yang terlibat dalam distribusi TBS di Kecamatan Sekernan mendapatkan pembagian keuntungan yang adil dan merata. Efisiensi sistem pemasaran dapat diukur dengan menganalisis margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya.

Berdasarkan dari uraian diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit petani swadaya di Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi?

2. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran setiap saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit petani swadaya di Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah di rumuskan maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui gambaran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit petani swadaya di Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi.
2. Untuk menganalisis tingkat efisiensi pemasaran setiap saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit petani swadaya di Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijabarkan, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan tentang analisis efisiensi pemasaran Tandan Buah Sawit (TBS) di Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam memutuskan kebijakan yang berhubungan dengan pemasaran Tandan Buah Sawit (TBS) di Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi.