

ANALISIS SALURAN PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS) KELAPA SAWIT DI KABUPATEN PASAMAN

THE ANALYSIS OF PALM OIL HARVEST (TBS) MARKETING CHANNELS IN WEST PASAMAN

Erda Wati, Novi Yanti

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasaman
email: erdawatis70@gmail.com

²Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti
email: dienqu955@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit di Kabupaten Pasaman Barat dan membandingkan efisiensi antar saluran pemasaran yang ada. Penelitian dilakukan terhadap 30 orang petani kelapa sawit dan 6 orang pengumpul di daerah Kinali sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran TBS kelapa sawit di Kabupaten Pasaman Barat yaitu saluran model I (petani - pengumpul - peron - pabrik), Saluran model II (petani – peron - pabrik) dan saluran model III (petani – pabrik). Saluran yang paling banyak digunakan oleh petani adalah saluran model I dikarenakan petani memiliki hasil panen yang sedikit, lokasi yang jauh dari lokasi pabrik dan tidak memiliki alat transportasi sendiri untuk membawa langsung ke pabrik. Bagian keuntungan yang diterima petani pada model I sebesar 67,64%, saluran pemasaran model II sebesar 84,88% dan saluran pemasaran model III sebesar 100%. Hasil penelitian ini merekomendasikan kepada Pemerintah atau Lembaga Swadaya Masyarakat untuk mengembangkan saluran distribusi yang lebih efisien sehingga porsi keuntungan yang diterima petani bisa lebih besar.

Kata Kunci: *Kelapa Sawit, TBS dan saluran pemasaran.*

ABSTRACT

This research aims to identify the marketing channel of palm harvest (TBS) in West Pasaman Regency and compare the efficiency between the existing marketing channels. The study was conducted on 30 Oil Palm Farmers and 6 collectors in Kinali as a sample. The results of the study show that there are three marketing channels for palm oil in West Pasaman, namely the model I channel (farmer - collector - platform - manufacturer), model II channel - (farmer - platform - manufacturer) and model III (farmer - factory) channel. The channel that is most widely used by farmers is model I channel because farmers only have little harvest, locations are far from factory and do not have their own means of transportation to bring them directly to the factory. Share of profits received by farmers in model I was 67.64%, marketing channel model II was 84.88% and marketing channel model III was 100%. The results of this study recommend to the Government or Non-Governmental Organizations to develop more efficient distribution channels so that the portion of profits received by farmers can be greater.

Key Words: *Palm Oil, TBS and marketing channels.*

PENDAHULUAN

Kebutuhan minyak nabati dan lemak dunia akan terus meningkat sebagai akibat dari pertumbuhan penduduk dan peningkatan pendapatan domestik bruto. Agar kebutuhan tersebut terpenuhi maka pemerintah mendorong peningkatan pengusaha kebun kelapa sawit

(Pahan, 2008:17). Hal ini dikarenakan kelapa sawit adalah salah satu komoditas yang memiliki kontribusi terbesar terhadap pendapatan asli daerah, produk domestik bruto dan juga kesejahteraan masyarakat. Kegiatan perkebunan kelapa sawit ini telah memberikan pengaruh eksternal yang positif bagi wilayah sekitarnya

(Syahza, 2011).

Menurut Pahan (2008:18) pembangunan perkebunan yang berkesinambungan haruslah menjawab dua tantangan nasional yaitu : 1. Memiliki daya saing global pada seluruh subsistem komoditas, baik industri hulu maupun industri hilir serta pemasarannya. 2. Dapat menjawab kebutuhan nasional dalam memberikan kesejahteraan bagi rakyat banyak.

Menuju tahun 2050, sekitar 40 persen dari kebutuhan minyak nabati dunia berada dipundak industry minyak sawit Indonesia, sementara kebutuhan minyak nabati dunia akan tergantung pada industry minyak sawit dunia. Hal ini didukung oleh sumber daya alam Indonesia yang masih sangat potensial sehingga menempatkan Indonesia sebagai salah satu produsen CPO terbesar di dunia (PT. KBPN dalam dahniar, 2016). Peningkatan permintaan akan minyak makan di dalam dan di luar negeri tersebut merupakan indikasi pentingnya peranan komoditas kelapa sawit dalam perekonomian bangsa. Oleh karena itu Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk melakukan pengembangan terhadap perkebunan kelapa sawit. Pengembangan perkebunan kelapa sawit ini harus didukung potensi ketersediaan dan kesesuaian lahan, produktivitas yang semakin meningkat dan berkembangnya industry hilir.

Kabupaten Pasaman Barat dengan luas wilayah 3.887,77 Km² salah satu komoditi unggulannya adalah kelapa sawit. Berawal dari suksesnya PT. Perkebunan Nusantara VI (persero) yang merupakan proyek pengembangan Perusahaan Inti Rakyat - Perkebunan (PIR-BUN) dengan bantuan kredit dari Pemerintah Jerman Barat yang beroperasi di Wilayah ini melalui Unit Usaha Ophir. Keberhasilan pola PIR-BUN inilah membuat para investor melirik kabupaten Pasaman Barat sebagai tempat berinvestasi melalui perkebunan kelapa sawit. Berdasarkan data pada Dinas Perkebunan Kabupaten Pasaman Barat untuk komoditi sawit tahun 2018 tercatat 17 perusahaan bergerak dibidang perkebunan kelapa sawit dengan total luas areal 80,580.34 Hektare (Ha), kebun Plasma swadaya, Koperasi Unit Desa (KUD) dan berbadan hukum CV 20.370, sedangkan luas area kebun rakyat berdasarkan data statistik 102.200 Ha. Jika ditotal keseluruhan areal kebun kelapa sawit di Pasaman Barat seluas 203,150.34 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 (Puteri, 2013).

Keberhasilan perusahaan dalam pengelolaan perkebunan kelapa sawit ini telah menjadi motivasi bagi masyarakat Pasaman barat secara mandiri untuk usaha berkebun kelapa sawit sebagai penunjang ekonomi masyarakat secara umumnya. Secara individu masyarakat mempunyai semangat yang tinggi ikut berkebun kelapa sawit (kebun rakyat) bahkan lahan yang biasa untuk becocok tanam padi dan tanaman palawija lainnya dijadikan kebun kelapa sawit. Dengan usaha berkebunan kelapa sawit ini petani merasa terbantu karena adanya penghasilan tambahan dari kebun kelapa sawit yang sangat berperan dalam menunjang perekonomian keluarga.

Meskipun minyak kelapa sawit telah menjadi komoditas minyak dunia, namun perlu dipahami bahwa kelapa sawit ini memiliki sifat tidak tahan lama dan mudah rusak, sehingga perlu secepatnya dijual oleh para petani untuk memperoleh penghasilan (uang) . Kondisi ini dimanfaatkan oleh para pedagang/pengumpul yang berperan sebagai penentu harga dimana petani hanya bias menerima harga tersebut.

Fokus penelitian ini adalah membahas permasalahan perkebunan rakyat, dimana kegelisahan dan jeritan masyarakat/ petani tentang harga jual yang rendah, harga beli ditingkat pengumpul bervariasi, dan harga jual diterima petani dari pengumpul jauh lebih kecil dibanding harga jual ke PKS (Pabrik Kelapa Sawit) serta faktor-faktor yang menyebabkan harga jual sawit rendah.

Harga yang ditetapkan pabrik cukup tinggi sementara petani tidak bisa langsung menjual ke pabrik terkendala hasil buah yang sedikit, tidak ada transportasi pribadi serta tidak memiliki SPB (Surat Pengantar Buah) sebagai syarat TBS bisa diterima dipabrik. Akhir-akhir ini permasalahan yang dihadapi oleh para petani adalah harga jual TBS antar daerah di kabupaten Pasaman Barat bervariasi dari pengumpul dan ini menjadi sebuah kerancuan.

Berdasarkan kondisi tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis Saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit di Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: bagaimana Saluran pemasaran dan margin TBS Kelapa sawit di Kabupaten Pasaman Barat; bagaimana selisih harga yang diterima petani dari pengumpul, peron, dan harga Pabrik; serta faktor-faktor yang menyebabkan harga TBS petani

mandiri rendah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. Lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan kinali, Kabupaten Pasaman Barat merupakan kecamatan yang kebun rakyatnya nomor dua terluas dikabupaten Pasaman Barat dengan luas area 12.351 Ha dan jumlah produksi 205,738.00 Ton berdasarkan data BPS Kabupaten Pasaman barat. Penelitian ini dilaksanakan terhitung dari bulan Februari s/d bulan Mei 2019. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari instansi terkait sesuai dengan variabel penelitian melalui observasi (pengamatan secara langsung) dan wawancara. Pengamatan secara langsung juga dilakukan terhadap kegiatan pemasaran, saluran pemasaran, dan lembaga-lembaga yang terlibat dalam saluran pemasara.n kelapa sawit. Sedangkan data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia (Astrid, 1998).

Teknik pengambilan sampel adalah non probability sampling. Mengingat waktu dan biaya maka ditetapkan sampel minimum sebanyak 36 responden, yang terdiri dari 30 responden petani sawit dan 6 responden pengumpul TBS dengan *Snow ball* Sampling. Penetapan sampel ini mengacu pada teori Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2009) ukuran sampel minimum 30. Sedangkan Pengambilan sampel untuk pengumpul TBS kelapa sawit dilakukan dengan menggunakan metoda *snow ball* sampling (metoda bola salju). Dalam teknik pengambilan sampel bola salju, peneliti memilih satu kelompok atau satu orang kemudian orang atau kelompok digunakan untuk menempatkan orang atau kelompok lain yang memiliki karakteristik serupa dan sebaliknya, mengidentifikasi yang lain. Ibarat bola salju yang menggiling, sehingga jika semakin lama maka jumlah sampel semakin banyak. (Sumarni dan Wahyuni, 2006).

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan informasi dan data-data yang diperoleh untuk mengungkapkan permasalahan yang terjadi melalui hasil wawancara (Sukmadinata, 2006). Analisis deskriptif yaitu metode untuk meneliti status kelompok, manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran maupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi umum Objek penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan dikecamatan Kinali yang memiliki luas wilayah 482,69 km² dengan jumlah penduduk sekitar 52.552 jiwa, kecamatan Kinali terdiri dari dua nagari, yakni Nagari Kinali dan Nagari Katiagan-Mandiangan, Penduduk Nagari Kinali bersifat heterogen yaitu tiga asal usul etnik utama yang menempati daerah ini, yakni Minang, Jawa dan Batak/ Mandailing. Perekonomian penduduknya bergantung pada sektor ekonomi pertanian dan perkebunan, terutama kelapa sawit. Ada tiga (3) buah pabrik pengolahan sawit yang beroperasi untuk menampung TBS masyarakat.

Deskripsi Identitas Responden

Dari penyebaran kuesioner dapat diperoleh data responden petani sawit mandiri dilihat dari Jenis kelamin Laki –laki 23 orang atau 76,6 % dan perempuan 7 orang atau 23,4 % dan kelompok umur terbanyak 41 – 55 tahun sebanyak 16 orang atau 53,3% dan terkecil umur 20 – 22 tahun 1 orang atau 3 %. Sedangkan pendidikan tingkat SMU kategori tertinggi yaitu 19 orang atau 63,3% terendah tingkat pendidikan SD yaitu 4 orang atau 13,3%. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan petani sawit di Kabupaten Pasaman Barat cukup baik.

Luas Lahan Petani Sawit

Dari seluruh petani responden dalam penelitian ini, dapat dilihat luas lahan yang mereka gunakan untuk perkebunan kelapa sawit pada tabel 1.

Tabel 1: Luas Lahan dan Frekuensi Persentase

Luas Lahan	Frekuensi	Presentase %
< 2 Ha	15	50%
2 – 4 Ha	7	23,3%
5 – 6 Ha	2	6,7%
Besar dari 7 Ha	6	20 %

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat petani yang memiliki luas lahan besar dari 7 Ha adalah sebanyak 6 orang atau 20%, 5-6 Ha sebanyak 2 orang petani dengan persentase 6,7%; luas lahan 2-4 Ha sebanyak 7 orang petani (23,3%). Petani dengan luas lahan kecil dari 2 Ha adalah sebanyak 15 orang petani (50%). Sehingga dapat disimpulkan rata-rata petani di Kabupaten

Pasaman Barat memiliki luas kebun kelapa sawit sangat kecil. Meskipun demikian semangat mereka untuk berkebun kelapa sawit terus meningkat.

Penjualan Tandan Buah Segar

Penjualan Tandan Buah Segar yang dilakukan oleh petani sawit di kecamatan Kinali dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2: Penjualan TBS dan Frekuensi Presentase

Penjualan	:	Frekuensi	:	Persentase %
Pengumpul	:	14	:	46,7 %
Peron/Toke	:	13	:	43,3 %
PKS	:	3	:	10 %

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat frekuensi penjualan TBS di Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat dimana petani lebih banyak menjual hasil sawitnya kepada pengumpul dengan persentase sebesar 46,7% atau sebanyak 14 orang. Petani yang menjual sawitnya ke peron atau toke adalah sebanyak 43,3% (13 orang). Sedangkan yang menjual ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS) hanya 3 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan terbesar dilakukan oleh petani kepada pengumpul. Hal ini dikarenakan para petani tidak bias menjual hasil kebunnya langsung ke PKS karena hasil

kebun mereka hanya sedikit (luas lahan < 7 Ha) dan mereka tidak memiliki transport sendiri/ mobil truk sebagai transportasi ke pabrik.

Rata-rata petani yang dapat menjual hasil kebunnya langsung ke pabrik adalah petani yang memiliki lahan yang luas serta dapat mengantarkan langsung ke pabrik sehingga harga jual TBS jauh lebih mahal dibandingkan dengan pengumpul.

Pendapatan Petani dari Penjualan TBS

Persentase pendapatan petani dari penjualan TBS dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3: Pendapatan dari Penjualan TBS

Pendapatan	:	Frekuensi	:	Persentase %
< 2 Juta	:	13	:	43,3 %
2 - 3 Juta	:	6	:	20 %
3,1 - 5 Juta	:	4	:	13,3 %
> 5 Juta	:	7	:	23,3 %

Dari tabel 3 dapat kita lihat bahwa sebanyak 13 orang petani mendapatkan pendapatan dari hasil penjualan TBS kurang dari 2 juta (43,3%). Sebanyak 6 orang petani berpendapatan 2 sampai dengan 3 juta (20%). Yang berpendapatan 3,1 – 5 juta adalah sebanyak 4 orang (13,3%). Untuk petani yang memiliki pendapatan lebih dari 5 juta hanya berjumlah 7 orang (23,3%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh petani di Kecamatan Kinali masih banyak yang tergolong rendah. Hal ini dikarenakan tidak adanya saluran pemasaran yang dapat menjembatani petani dengan PKS sehingga harga jual TBS dikendalikan oleh para pengumpul.

Model Rantai Pemasaran Kelapa Sawit Petani Mandiri

Pendapat Burharman dalam Widiastuti dan Harisudin (2013) yang menyatakan bahwa,

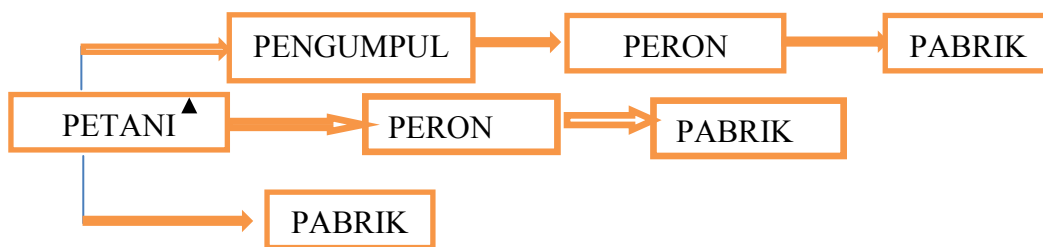
panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui oleh suatu hasil pertanian tergantung oleh beberapa faktor yakni : 1). Jarak antara produsen dan konsumen, semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen maka akan semakin panjang pula saluran pemasaran yang ditempuh. 2). Cepat tidaknya produk rusak, jika produk yang dihasilkan semakin cepat mengalami kerusakan maka produk tersebut harus cepat sampai ke konsumen, sehingga hal ini menghendaki saluran pemasaran yang pendek. 3). Skala produksi, jika skala produksi yang dihasilkan itu kecil maka tidak akan menguntungkan jika dijual ke pasar, karena akan melalui saluran pemasaran yang panjang. 4). Posisi keuangan pengusaha, produsen yang memiliki posisi keuangan yang kuat maka mereka akan cenderung memperpendek saluran pemasaran

Usaha-usaha memperpendek mata rantai pemasaran adalah salah satu jalan membantu

petani untuk meningkatkan pendapatannya (Kotler, 2001). Bentuk Rantai pemasaran diperoleh berdasarkan data survei terhadap rantai pemasaran

yang dimulai dari petani sampai ke Pabrik kelapa sawit (PKS). Adapun bentuk rantai pemasarannya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 1. Rantai Pemasaran TBS Kelapa sawit di Pasaman Barat



Berdasarkan gambar 1, terdapat tiga saluran pemasaran TBS Kelapa Sawit yang telah terbentuk

- a. Saluran Pemasaran
1: Petani → Pengumpul → Peron → Pabrik
- b. Saluran Pemasaran
2: Petani → Peron → Pabrik
- c. Saluran Pemasaran
3: Petani → Pabrik

Pada saluran pemasaran 1, rantai pemasarannya terlalu panjang dimana petani menjual langsung ke pengumpul karena hasil panen yang sedikit, dan tidak memiliki transportasi untuk mengantar TBS ke pabrik,. Alasan yang mendasari petani menjual kepada pengumpul hasil yang sedikit, tidak ada transportasi di dan jarak lahan perkebunan yang jauh dari PKS dan tempat pedagang besar (Lubis & Tinaprilla, 2016). Pedagang pengumpul berani membeli TBS kepada petani dengan harga bervariasi setiap bulannya, mulai dari harga Rp. 875 yang terendah sampai harga RP 1.275 yang tertinggi. Dibandingkan

di Kabupaten Pasaman Barat. Saluran tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: dengan harga TBS yang ditetapkan untuk pabrik pada tahun 2018 yaitu sebesar Rp. 1.740 rata-rata/tahun, maka harga pasar yang ditetapkan oleh petani pengumpul jauh lebih rendah.

Namun pada saluran pemasaran 2, rantai pemasarannya sudah lebih pendek dibandingkan saluran pertama. Petani yang menjual hasil TBS nya pada saluran ini tidaklah sebanyak petani di saluran pertama. Harga jual yang mereka terima hampir sesuai dengan harga TBS Kelapa Sawit yang sudah ditetapkan dan jauh lebih tinggi dari harga yang dibeli pengumpul.

Sedangkan pada saluran pemasaran 3 rantai pemasarannya cukup pendek dibanding saluran pertama dan kedua, yang menggunakan saluran ke tiga ini sangat sedikit. Saluran ini petani harus memiliki hasil yang besar, memiliki transport pribadi dan harus ada SPB.

Besarnya nilai share yang didapat oleh petani, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Analisis Farmer’s Share Saluran Pemasaran TBS di Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat rata-rata per tahun.

Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
Harga jual petani (Rp/kg)	1.177	1.477	1.740
Harga beli konsumen (Rp/kg)	1.740	1.740	1.740
Bagian petani (%)	67,64%	84,88%	100%

Berdasarkan tabel 4 terlihat besaran nilai bagian petani yang diterima pada saluran pertama sebesar 67, 64% lebih kecil dibandingkan saluran kedua yaitu sebesar 84,88%, sedangkan untuk saluran ketiga besaran nilai yang diterima petani sebesar harga yang ditetapkan Pabrik. Tetapi hanya sebagian kecil petani yang mampu langsung ke

pabrik, untuk langsung ke pabrik harus memiliki surat pengantar buah (SPB) ini bisa melalui kerja sama dengan pihak ketiga yang memiliki SPB. petani yang diperoleh melalui saluran pemasaran langsung (pabrik) atau melalui kelompok tani atau koperasi memberikan sumbangan nilai terbesar dibanding saluran pemasaran lainnya (Octaviani, M. W., Yaktiworo, I., & Suriaty, S., 2014).

Penelitian lain (Harahap, 2017); (Sumiati, Rusida, & Idawati, 2017); (Tety, Maharani, & Deswita, 2013) juga menyebutkan bahwa saluran pemasaran petani-pedagang pengumpul-pabrik merupakan saluran pemasaran yang lebih efisien dibandingkan saluran lain yang melibatkan lebih banyak lembaga pemasaran. Semakin pendek saluran tani-tani suatu barang hasil pertanian maka, biaya tataniaga semakin rendah, margin tataniaga juga semakin rendah, harga semakin tinggi. Petani umumnya memilih menjual langsung ke pedagang besar untuk menghindari penyusutan TBS sehingga dapat mengurangi kualitas Crude Palm Oil (CPO) yang dihasilkan (Harahap, Simanullang, & Romadon, 2017).

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

- a. Saluran pemasaran TBS di kecamatan Kinali Kabupaten pasaman Barat memiliki 3 pola saluran yaitu: 1) saluran pertama: Petani – pengumpul – Peron – Pabrik. Saluran ini lebih panjang dibandingkan petani yang menjual pada saluran kedua. Petani yang ada disaluran pertama ini memiliki hasil kebun sedikit. 2) Saluran ke dua : Petani -- Peron -- Pabrik. Saluran ini lebih panjang dari saluran ke tiga. Petani yang ada disaluran ke dua ini memiliki hasil kebun cukup banyak dan memiliki transportasi sendiri. 3) Saluran ke tiga : Petani – Pabrik. Petani yang ada pada Saluran ini memiliki hasil yang banyak dan memiliki transportasi sendiri serta memiliki Surat Pengantar Buah (SPB).
- b. Besaran nilai yang diterima petani dari harga jual TBS untuk saluran pertama sebesar 67,64% lebih kecil dibandingkan saluran kedua yaitu sebesar 98,33%, sedangkan untuk saluran ke 3 (100%) petani cukup puas karna sesuai dengan harga yang ditetapkan pada pabrik.

SARAN

Agar bagian yang diterima petani lebih besar maka sebaiknya petani mandiri yang ada di Desa Kinali Kabupaten Pasaman Barat menjual hasil TBS nya langsung ke PKS sehingga harga jualnya jauh lebih tinggi. Selain itu bagi petani yang tidak mampu menjual ke PKS sebaiknya dibentuk kelompok tani sekalian pengadaan transportasi guna memudahkan mengangkut hasil kebun mereka ke PKS. Walaupun luas lahan yang dimiliki relative lebih kecil, dan diharapkan adanya perhatian dari pihak pihak terkait dalam hal membantu petani mandiri baik dalam pengelolaan kebun maupun penjualan hasil kebun, agar petani

merasa terbantu khususnya untuk kesejahteraan ekonomi keluarga.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu didalam penelitian ini terutama kepada para petani mandiri dan pengumpul yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai dan juga mau memberikan informasi terkait data yang peneliti butuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Burharman dalam Widiastuti dan Harisudin (2013) Saluran dan margin pemasaran jagung di Kabupaten Grobogan. *SEPA* 9: 231-240.
- Dahnir, et. al, 2016. Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Industri Komoditi Kelapa Sawit di Kalimantan Selatan.
- Harahap, G., Simanullang, E. S., & Romadon, M. (2017). Analisis Efisiensi Tata niaga Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit (Study Kasus: Petani Perkebunan Inti Rakyat Desa Meranti Paham Kecamatan Panai Hulu, Kabupaten Labuhan Batu). *Journal Wahana Inovasi*, 6(2): 170–180
- Lubis, F. R. A., & Tinaprilla, N. (2016). Sistem Tataniaga Tandan Buah Segar Di Kecamatan Wampu, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. *Agrica (Jurnal Agribisnis Sumatera Utara)*, 4(2): 126-139.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta (ID): Ghalia Indonesia
- Octaviani, M. W., Yaktiworo, I & Suriaty, S. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jus Buah Segar Bandar Lampung. *JURNAL ILMU- ILMU AGRIBISNIS: Journal of Agribusiness Sciences*, 2(2): 133–141. <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v2i2.133-141>
- Pahan, Iyung, 2008. *Panduan Lengkap Kelapa Sawit: Manajemen Agribisnis Dari Hulu Hingga Hilir*, Cet-4 Jakarta : Penebar Swadaya.
- Sekaran, Uma. 2009. *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4 Buku 1 & 2. Jakarta, Salemba

Empat.

Sumarni, M dan Wahyuni, S. 2006. Metodologi Penelitian Bisnis. Andi, Yogyakarta.

Sukmadinata. 2006. Metode Deskriptif. Yogyakarta (ID). BPF, E.

Sumiati, S; Rusida, R., & Idawati, I. (2017). Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Journal TABARO, 1(1): 38-50.

Tety, E, Maharani E, & Deswita, S. (2013). Analisis Saluran Pemasaran Dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya Di Desa Sari Galuh Kecamatan Tapun Kabupaten Kampar. Pekbis Jurnal, 5(1): 13-23.