



HUBUNGAN ANTARA LUAS LAHAN, PRODUKSI, HARGA DITERIMA DAN SALURAN PEMASARAN KELAPA SAWIT (*Elaeis guineensis* Jacq.) KECAMATAN RUNDING KABUPATEN ACEH SINGKIL

SAID RIZAL¹

^{1,2} Program Studi Agribisnis, Fakultas Agroteknologi Universitas Prima Indonesia
email : saidrizal@unprimdn.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisa Hubungan Antara Luas Lahan, Produksi, Harga Diterima dan Saluran Pemasaran kelapa sawit Di Desa Harapan Baru Kecamatan Runding Kabupaten Aceh Singkil. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Berdasarkan analisis sistem pemasaran, saluran pemasaran II lebih banyak digunakan. Namun perlu diketahui bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran lainnya. Saluran ini sebaiknya digunakan oleh petani di Desa Harapan Baru. Agen merupakan lembaga pemasaran yang melakukan fungsi pemasaran tertinggi yaitu 83% dari keseluruhan fungsi pemasaran. Terdapat hubungan sangat erat antara luas lahan terhadap keputusan penjualan, produksi terhadap keputusan penjualan dan harga diterima terhadap keputusan penjualan.

Kata Kunci: Lahan, Produksi, Pemasaran, Harga, Kelapa Sawit

PENDAHULUAN

Perkebunan merupakan salah satu subsektor dari sektor pertanian yang mempunyai peranan penting dan strategis dalam pembangunan nasional. Peranannya terlihat nyata dalam penerimaan devisa negara

melalui ekspor, penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan konsumsi dalam negeri, bahan baku berbagai industri dalam negeri, perolehan nilai tambah, dan daya saing serta optimalisasi pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan. Sub sektor

perkebunan merupakan urutan pertama di sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan. Sub sektor perkebunan berfungsi sebagai penyedia bahan baku untuk sektor industri, penyerap tenaga kerja, dan penghasil penghasil devisa. (Badan Pusat Statistik, 2014).

Kelapa sawit merupakan salah satu komoditi utama perkebunan di Indonesia. Komoditas kelapa sawit mempunyai peran yang cukup strategis dalam perekonomian Indonesia. Kelapa sawit merupakan penghasil minyak sawit yang merupakan bahan utama minyak goreng. Minyak goreng banyak dikonsumsi pada rumah tangga-rumah tangga sebagai bahan pangan pokok. Hal ini membuat pasokan yang kontinu harus dijaga demi ikut menjaga kestabilan harga minyak goreng. Minyak goreng merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok kebutuhan masyarakat sehingga harganya harus terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, kelapa sawit salah satu komoditas pertanian ekspor non migas, komoditas ini memiliki prospek yang baik sebagai sumber

perolehan devisa maupun pajak. Secara makro ekonomi, proses produksi maupun pengolahan kelapa sawit mampu menciptakan kesempatan kerja dan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Soetrisno, 2008).

Provinsi Aceh merupakan salah satu daerah yang mengembangkan komoditas perkebunan kelapa sawit. Kabupaten Aceh Singkil 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.

Secara umum aktivitas masyarakat Kabupaten Aceh Singkil masih berorientasi pada usaha tanaman perkebunan dan menjadikan komoditas perkebunan menjadi mata pencaharian utama.

Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dan/atau jasa dari produsen ke konsumen (Rita Hanafi, 2010). Kegiatan seperti pengembangan produk, penelitian, komunikasi, distribusi, penetapan harga dan

layanan merupakan inti dari pemasaran. Saluran pemasaran sangat

penting, karena memudahkan produsen menjual produknya kepada konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Desa Harapan baru Kecamatan Runding Kota subulussalam Kabupaten Aceh Singkil. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Harapan Baru Kecamatan Runding Kota Subulussalam Kabupaten Aceh Singkil merupakan salah satu wilayah penghasil kelapa sawit di provinsi Aceh, yang cukup potensial. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli-Agustus 2018.

Pelaksanaan Penelitian

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dari pengamatan langsung (observasi) dan wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan yang tersaji pada kuesioner kepada petani kelapa sawit maupun pedagang pengumpul serta agen perantara yang ada di Desa Harapan Baru. Pengamatan secara langsung juga dilakukan terhadap kegiatan pemasaran kelapa sawit untuk mengetahui saluran pemasaran dan lembaga pemasaran yang terlibat pada alur pemasaran kelapa sawit. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dengan panduan kuesioner kepada pelaku saluran pemasaran kelapa sawit baik itu petani maupun agen. Selain para petani kelapa sawit, lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kelapa sawit di Desa harapan baru Kecamatan runding Kabupaten Aceh Singkil juga menjadi responden pada penelitian ini. Lembaga pemasaran dalam hal ini adalah agen kecil dan agen besar. Penarikan sampel akan dilakukan

dengan metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini

akan dilakukan pencarian informasi terkait dengan data kuantitatif seperti biaya yang dikeluarkan oleh para lembaga-lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran kelapa sawit serta penetapan harga di masing – masing lembaga yang selanjutnya akan dilakukan analisis dengan menggunakan berbagai alat analisis dan melalui analisis tersebut dapat ditentukan saluran pemasaran yang efisien untuk diterapkan.

Metode Pengambilan Sampel

Salah satu cara menentukan besaran sampel yang memenuhi hitungan itu adalah yang dirumuskan oleh **Slovin** sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Number of samples
(jumlah sampel)
N = Total population
(jumlah seluruh anggota populasi)
e = Error tolerance (^2 = pangkat dua)

Jumlah populasi yang ada di Desa Harapan Baru Kecamatan Runding Kota Subulussalam Kabupaten Aceh Singkil adalah 450 orang. Dan taraf yang saya gunakan untuk menentukan jumlah sampel yang saya ambil adalah 20%. Maka jika digunakan rumus Slovin jumlah sampel yang akan saya ambil adalah 25 orang.

Analisa Data

Analisa Lembaga dan Saluran Pemasaran

Analisis saluran pemasaran digunakan untuk mengetahui jenis dan jumlah saluran pemasaran.

Analisa Korelasi Variabel bebas terhadap variabel terikat

Analisa korelasi ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dimana variabel lainnya dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel control). Variabel yang diteliti adalah data rasio maka teknik statistik yang digunakan adalah korelasi Pearson Product Moment (Sugiyono,2013). Menurut Sugiyono (2013) penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan metode analisis korelasi Pearson Product Moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut: lembaga pemasaran/tata niaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran tata niaga Kelapa Sawit di Desa Harapan Baru, Kecamatan Runding, Aceh Singkil. Analisis dapat dilakukan dengan Tabel 3.1. fungsi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh masing-masing digunakan untuk mengetahui fungsi-

3.4.2 Analisa Fungsi Pemasaran

Analisa fungsi pemasaran

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} - \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi
x = variabel independen
y = variabel dependen
n = banyak sampel

Dari hasil yang diperoleh dengan rumus diatas, dapat diketahui tingkat pengaruh variabel X dan variabel Y. Pada hakikatnya nilai r dapat bervariasi dari -1 hingga +1, atau secara sistematis dapat ditulis menjadi $-1 \leq r \leq +1$. Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu:

1. Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Bila $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antar kedua variabel dikatakan positif.
3. Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antar kedua variabel dikatakan negatif.

Sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Hasil dan Pembahasan
Deskripsi Daerah Penelitian
Kondisi Geografi

Desa Harapan Baru berada dalam wilayah Kecamatan Runding Kabupaten Aceh Singkil. Secara administratif Desa Harapan Baru memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara :
Kecamatan Runding
2. Sebelah Selatan : Desa Sikalondang
3. Sebelah Timur : Desa Longkip
4. Sebelah Timur
Kecamatan Bakal
Buah

Karakteristik Responden

Petani kelapa sawit yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini berjumlah 25 orang, yang terdiri dari 21 orang laki-laki dan 4 orang perempuan. Para petani responden berasal dari Desa Harapan Baru Kecamatan Runding Kabupaten Aceh Singkil yang menjalankan usaha agribisnis pembudidayaan serta pemasaran komoditi kelapa sawit. Metode penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*). Para petani

responden pada umumnya menjadikan mata pencaharian sebagai petani kelapa sawit sebagai pekerjaan utama dan melakukan kegiatan budidaya kelapa sawit secara rutin.

Umur petani responden dalam penelitian ini rata-rata 36 tahun, di antara 21 - 60 tahun. Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebanyak 25 petani atau semua petani responden yang memiliki lahan sendiri.

Sementara itu petani dengan umur yang relatif muda 21 tahun, yang menjadi responden dalam penelitian ini hanya berjumlah 1 orang (4%). Data tersebut merupakan bahwa ketertarikan pemuda untuk ikut serta dalam aktivitas pembudidayaan kelapa sawit relatif sangat jarang ditemui di lokasi penelitian, hal ini dikarenakan sebagian besar pemuda di wilayah ini cenderung lebih memilih usaha di sektor lain khususnya menjadi buruh.

Analisa Saluran dan Lembaga Pemasaran

Analisis saluran pemasaran kelapa sawit di Desa Harapan Baru dari kebun petani hingga ke pabrik pengolahan melibatkan lembaga pemasaran. Pada penelitian ini, budidaya kelapa sawit yang

dijadikan lokasi penelitian berada di Desa Harapan Baru yang termasuk di dalam wilayah Kecamatan Runding Kabupaten Aceh Singkil. Penelusuran saluran pemasaran kelapa sawit dimulai dari pihak petani sebagai produsen primer, pihak agen hingga pihak pabrik pengolahan baik pabrik milik pemerintah maupun pabrik milik perusahaan swasta. Berdasarkan hasil wawancara melalui kuesioner ditemukan bahwa hasil produksi kebun kelapa sawit petani berupa tandan buah segar (TBS) diangkut ke lokasi pabrik pengolahan kelapa sawit (PKS) di sekitar wilayah Desa, yaitu PKS PT Longkip. Selain itu, petani menjual tandan buah segar (TBS) kepada agen, selanjutnya diangkut ke lokasi pabrik pengolahan kelapa sawit (PKS) di sekitar wilayah Desa, yaitu PKS PT Longkip. Saluran pemasaran menggambarkan keterkaitan antar pelaku pemasaran kelapa sawit di Desa Harapan Baru Kecamatan Runding Kabupaten Aceh Singkil dan pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran sebagai upaya peningkatan nilai tambah dari kelapa sawit yang dipasarkan.

Tabel 4.2
Pengujian Pearson Correlation

		Keputusan_1	Luas_Lahan	Produksi	Harga_diterima
Keputusan_1	Pearson Correlation	1	.901**	.866**	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	25	25	25	25
Luas_Lahan	Pearson Correlation	.901**	1	.960**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	25	25	25	25
Produksi	Pearson Correlation	.866**	.960**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	25	25	25	25
Harga_diterima	Pearson Correlation	1.000**	.901**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	25	25	25	25

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai efisiensi saluran pemasaran kelapa sawit di Desa harapan baru Kecamatan Runding Kabupaten Aceh Singkil dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya:

1. Saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit yang terdapat di Desa harapan baru Kecamatan Runding Kabupaten Aceh Singkil terdiri dari 2 macam, yaitu: Saluran Pemasaran I sebanyak 4 orang (16%) dan Saluran Pemasaran II sebanyak 21 orang (84%).

2. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi pemasaran, namun agen merupakan lembaga pemasaran yang melakukan fungsi pemasaran tertinggi yaitu 83%.

3. Terdapat hubungan sangat erat antara luas lahan terhadap keputusan penjualan, produksi terhadap keputusan penjualan dan harga diterima terhadap keputusan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka R. A. 2013. Analisa Tataniaga Kelapa Sawit di Desa Tanjung Jaya Kecamatan Bangun Rejo Kabupaten Lampung Tengah Provinsi Lampung.
- Boyd HW Jr, Walker OC Jr, Larreche Jean C. 2002. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global. Nurmawan I, penerjemah; Yatisumiharti, editor. Jakarta (ID): Erlangga. Terjemahan dari Marketing management, a strategic approach with global orientation.
- Firdaus M. 2009. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta (ID): Bumi Aksara
- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Nalurita, Sari. 2008. Analisis Efisiensi Pemasaran Belimbing Dewa di Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok Jawa Barat.
- Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang. Pertanian. Fakultas Pertanian. USU. Medan.
- Sinaga, J. C. 2007. Analisis Pemasaran CPO (Crude Palm Oil) PT. Perkebunan Nusantara IV (PTPN-IV). Departemen Sosial Ekonomi
- Siregar, Nurjannah. 2014. Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Petani Swadaya Di Desa Asam Jawa Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Sugiyono, 2013, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.