Seminar Nasional Ke-IV Fakultas Pertanian Universitas Samudra
"Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumber Daya Lokal di Era Revolusi Industri 4.0"
ISBN : 978-602-0768-77-9
Available online: *https://ejurnalunsam.id/index.php/psn*

Analisis Struktur Pasar Tanda Buah Segar (TBS) Sawit Rakyat Kota Langsa

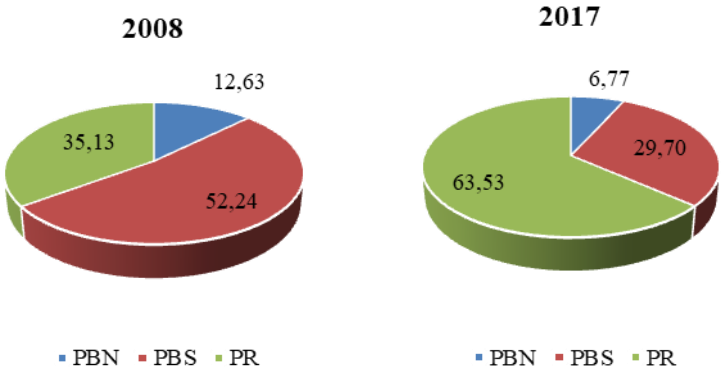
Fiddini Alham[1], Silvia Anzitha[2]
[1,2]Fakultas Pertanian, Universitas Samudra
Email:fiddinialham@unsam.ac.id

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan struktur pasar Tandan Buah Segar (TBS) sawit rakyat di Kota Langsa. Metode penelitian adalah survey, dengan jumlah sampel petani sebanyak 50 orang, sedangkan saluran pemasaran menggunakan metode *snowball sampling.* Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) sawit rakyat di Kota Langsa, yaitu a) petani → agen → pabrik, b) petani → pabrik. Dimana petani yang bisa menjual TBS ke pabrik adalah petani yang merangkap sebagai agen. Struktur pasar yang terbentuk adalah pasar oligopsoni, sehingga pasar tidak efisien.
Kata Kunci: langsa, oligopsoni, saluran pemasaran, struktur pasar.

Abstract
The research aim was evaluated market chain and market structure of Tandan Buah Segar (TBS) smallholder palm oil in Langsa. Research methode was survey, with 50 sampels, while the market chain using snowball sampling. The result were two market chain of Tandan Buah Segar (TBS) smallholder palm oil in Langsa, that is a) smallholder → agent → factory, b) smallholder → factory. Smallholder which sell TBS to factory is a agent. Market structure which formed was oligopsoni market, so unefficient.
Keyword: langsa, oligopsoni, market chain, market structure.

Pendahuluan

Perkembangan komposisi produsen sawit di Aceh bergerak dari kepemilikan Perkebunan Besar Swasta (PBS) dengan persentase 52,24% di tahun 2008, dan Perkebunan Rakyat sebesar 63,53% ditahun 2017 (Gambar 1). Kepemilikan lahan rakyat memang semakin bertambah, namun produktifitas semakin menurun.



Gambar 1. Perkembangan Komposisi Produsen Sawit di Aceh

ISBN : 978-602-0768-77-9
Available online: *https://ejurnalunsam.id/index.php/psn*

Sumber: CSSPO (*Consortium Studies on Smallholders Palm Oil*), 2018

Luas lahan sawit di Provinsi Aceh dapat dilihat pada Tabel 1. Luas lahan sawit di Kota Langsa bukan termasuk lahan teluas. Luas 409 Ha di tahun 2016, tentunya didomiasi oleh pihak swasta. Namun petani masih menggantungkan kehidupan perekonomian mereka dari usahata sawit tersebut. Sedangkan untuk harga TBS di tahun 2019 mengalami kondisi fluktuasi dari Rp 1.040,00/Kg, turun menjadi Rp. 950,00 di provinsi Aceh.

Tabel 1. Sebaran Kebun Pada Masing-Masing Kabupaten/Kota Provinsi Aceh

Kabupaten/Kota	Luas Lahan (Ha)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Simuele	3.202	3.387	3.813	3.813	3.813
Aceh Singkil	20.712	21.602	30.710	30.710	31.351
Aceh Selatan	7.464	7.908	7.975	7.975	9.270
Aceh Tenggara	7.666	7.454	6.739	6.739	2.406
Aceh Timur	19.798	19.854	25.298	25.298	25.842
Aceh Tengah	-	-	-	-	-
Aceh Barat	6.481	7.100	7.492	7.492	9.008
Aceh Besar	1.180	1.282	1.607	1.607	1.664
Pidie	77	77	84	84	99
Bireun	2..573	3.110	3.224	3.224	3.751
Aceh Utara	16.829	17.187	17.251	17.251	17.911
Aceh Barat Daya	17.045	17.200	17.100	17.100	17.314
Gayo Lues	-	-	-	-	-
Aceh Tamiang	20.150	20.154	20.347	20.347	20.902
Nagan Raya	39.322	40.216	40.216	40.216	49.399
Aceh Jaya	12.783	13.544	13.544	13.544	14.458
Bener Meriah	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300
Pidie Jaya	2.000	680	736	736	746
Banda Aceh	-	-	-	-	-
Sabang	-	-	-	-	-
Langsa	419	399	410	410	409
Lhokseumawe	208	208	208	208	210
Subussalam	15.422	15.593	16.796	16.796	18.377
Jumlah	194.640	198.246	214.850	214.850	228.230

Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik), 2017

Menurut Alham (2013), struktur pasar untuk komoditas pertanian cendrung mengarah oada pasar oligopoli. Dalam kegiatan pemasaran, kegiatan hilir didominasi oleh industri skala besar dan retail dengan jaringan yang kuat, sedangkan kegiatan hulu didominasi oleh pengolahan pertanian dengan teknologi

ISBN : 978-602-0768-77-9
Available online: *https://ejurnalunsam.id/index.php/psn*

yang sederhana (tradisional). Kegitan pemasaran dari hulu dan hilir perlu dikembangkan secara sinergis, sehinga terjadi distribusi keuntungan ekonomi yang lebih adil

Metode Penelitian

Objek penelitian adalah petani sawit di Kota Langsa. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei 2019-Agustus 2019. Populasi dan sampel petani pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2. Sedangkan untuk aliran pemasaran, peneliti menggunakan metode *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara untuk data primer.

Tabel 2. Populasi dan Sampel

No	Kecamatan	Populasi (orang)	Sampel (orang)
1	Kecamatan Langsa barat	20	1
2	Kecamatan Langsa Timur	124	8
3	Kecamatan Langsa Lama	102	7
4	Kecamatan langsa Baro	502	34
	Total	748	50

Hasil Dan Pembahasan

Dari hasil penelitian, disimpulkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran pada lokasi penelitian. Sebanyak 86% petani sampel (43 orang), menjual sawit mereka melalui agen. Agen adalah pedagang pengumpul ditingkat desa. Saluran pemasaran inni dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 2. Saluran Pemasaran I

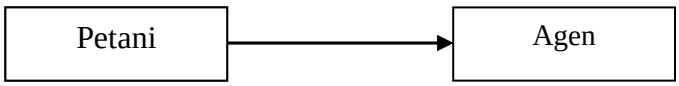
Pada saluran ini, agen menjemput langsung hasil panen ke lahan-lahan petani, biasa disebut dengan "*melansir*". Sehingga petani tidak kesulitan dalam mengangkut hasil panen mereka ke agen. Dari 43 petani sampel yang menjual sawit mereka ke agen, 42 petani memilih saluran tersebut dikarenakan sudah terbiasa (langganan). Kemudian 1 petani memilih menjual agen, karena masih memiliki hubungan keluarga dengan agen. Pemilihan saluran tersebut juga dikarenakan bahwa petani tidak memiliki pilihan saluran lain. Volume penjualan setiap bulan mencapai 38.893 Kg, dengan produktifitas 798 Kg/Ha. Adapun harga rata-rata pembelian sawit oleh agen di Kota Langsa Rp. 794,00/Kg. Agen kemudian akan menjual sawit yang telah dikumpulkan ke pabrik. Pabrik berada di Kabupaten Kuala Simpang yang jaraknya 33,2 Km dari Kota Langsa. Hal ini jugalah (akses dan

ISBN : 978-602-0768-77-9
Available online: *https://ejurnalunsam.id/index.php/psn*

sarana transportasi) yang menyebabkan petani tidak dapat menjual langsung sawit mereka ke pabrik.

Pada saluran ini dapat disimpulkan juga bahwa pasar yang terbentuk adalah pasar Oligopsoni. Dimana terdapat sedikit pembeli (agen) dan banyak penjual (petani sawit), begitu pula saluran berikutnya, terdapat beberapa agen, dan sedikit pabrik sebagai pembeli. Petani sawit sebagai produsen Tandan Buah Segar (TBS), hanya sebagai *price taker* (penerima harga). Harga sawit sendiri ditentukan oleh pabrik, informasi harga yang didapat oleh agen dan petani, berasal dari pabrik. Terdapatnya hambatan masuk pasar, ketika petani mau menjadi agen, maka petani harus memiliki modal yang besar.

Saluran ke dua pada penelitian ini, yaitu sebanyak 14% petani menjual langsung sawit mereka ke pabrik. Petani disini merangkap sebagai agen. Volume penjualan setiap bulan mencapai 3.016 Kg, dengan produktifitas 431 Kg/Ha. Biasanya petani-petani yang dapat menjual langsung TBS ke pabrik adalah petani-petani dengan luas lahan >10 Ha, serta memiliki modal yang besar untuk sarana transportasi. Saluran ke dua dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 3. Saluran Pemasaran II

Pemilihan saluran ini memang dikarenakan petani merangkap sebagai agen, namun hanya bisa dijual ke Pabrik yang berada di Kabupaten Kuala Simpang. Dikarenakan PTPN I di Kota Langsa tidak dapat membeli TBS sawit petani. Harga rata-rata penjualan sawit langsung ke Pabrik yaitu Rp. 1.100,00/Kg. Pasar yang terbentuk pun merupakan pasar oligopsoni. Fungsi pemasaran terdiri menjadi tiga, yaitu : fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran sawit ini tentunya melakukan fungsi-fungsi pemasaran tersebut. Fungsi pertukaran terdiri lagi menjadi penjualan dan pembelian. Untuk penjualan sawit, lembaga pemasaran tidak perlu melakukan promosi. Sedangkan fungsi fisik dan fungsi fasilitas setiap lembaga pemasaran berbeda-beda. Fungsi pemasaran setiap lembaga pemasaran disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Fungsi-Fungsi Pemasaran Lembaga Pemasaran

Lembaga Pemasaran	Fungsi Pemasaran	Keterangan
Petani	Fungsi Pertukaran	Pembelian
		Penjualan
	Fungsi Fisik	Penyimpanan
	Fungsi Fasilitas	Penanggungan risiko
		Pembiayaan

ISBN : 978-602-0768-77-9
Available online: *https://ejurnalunsam.id/index.php/psn*

Agen	Fungsi Pertukaran	Pembelian
		Penjualan
	Fungsi Fisik	Penyimpanan
		Pengangkutan
	Fungsi Fasilitas	Penanggungan risiko
		Pembiayaan
		Informasi pasar
Pabrik	Fungsi Pertukaran	Pembelian
		Penjualan
	Fungsi Fisik	Penyimpanan
		Sortasi
		Pengolahan
		Pengemasan
		Pengangkutan
	Fungsi Fasilitas	Penanggungan risiko
		Pembiayaan
		Informasi pasar

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat dua saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) sawit rakyat di Kota Langsa, yaitu a) petani → agen → pabrik, b) petani → pabrik. Dimana petani yang bisa menjual TBS ke pabrik adalah petani yang merangkap sebagai agen. Struktur pasar yang terbentuk adalah pasar oligopsoni, sehingga pasar tidak efisien.

Daftar Pustaka

Alham, Fiddini. 2013. Analisis Pemasaran Garam di Kabupaten Sumenep Jawa Timur. Thesis. Bogor: Institut Pertanian Bogor (IPB).

[BPS] Badan Pusat Statistik. 2017. Sebaran Kebun Pada Masing-Masing Kabupaten/Kota Provinsi Aceh. Aceh: BPS.

[CSSPO] *Consortium Studies on Smallholders Palm Oil*. 2018. Perkembangan Produksi Minyak Kelapa Sawit di Aceh. [diacu 2019 Mei 15]. Tersedia dari: *https://www.usu.ac.id/en/research/list-of-researches.html*.Medan: *Consortium Studies on Smallholders Palm Oil* (CSSPO).