

**AGRIBISNIS KELAPA SAWIT DITINJAU DARI
ASPEK EFISIENSI PEMASARAN DAN PENDAPATAN PETANI
DI KABUPATEN KOLAKA TIMUR PROVINSI SULAWESI TENGGARA**

***OIL PALM AGRIBUSINESS IN TERMS OF FARMER'S INCOME AND
MARKETING EFFICIENCY IN EAST KOLAKA DISTRICT, SOUTHEAST
SULAWESI PROVINCE***



**SAHRUL RAMADHAN
P042222018**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**AGRIBISNIS KELAPA SAWIT DITINJAU DARI
ASPEK EFISIENSI PEMASARAN DAN PENDAPATAN PETANI
DI KABUPATEN KOLAKA TIMUR PROVINSI SULAWESI TENGGARA**

**SAHRUL RAMADAN
P042222018**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**AGRIBISNIS KELAPA SAWIT DITINJAU DARI
ASPEK EFISIENSI PEMASARAN DAN PENDAPATAN PETANI
DI KABUPATEN KOLAKA TIMUR PROVINSI SULAWESI TENGGARA**

Tesis
Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar magister

Program Studi Agribisnis

Disusun dan diajukan oleh

SAHRUL RAMADAN
P042222018

Kepada



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

AGRIBISNIS KELAPA SAWIT DITINJAU DARI ASPEK EFISIENSI PEMASARAN DAN PENDAPATAN PETANI DI KABUPATEN KOLAKA TIMUR PROVINSI SULAWESI TENGGARA

SAHRUL RAMADAN
P042222018

telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Magister pada 16 Agustus 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

pada

Program Studi Agribisnis
Fakultas/Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Pipi Diansari, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19750829 200604 2 001

Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S
NIP. 19540815 197803 1 004

Ketua Program Studi
Agribisnis,

Dekan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin



ta Jamil, S.P., M.Si
12 1 001

Prof. dr. Budu, Ph.D., Sp. M(K), M.Med.Ed
NIP. 19361231 199503 1 009



Optimization Software:
www.balesio.com

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, tesis berjudul " Agribisnis Kelapa Sawit Ditinjau Dari Aspek Efisiensi Pemasaran Dan Pendapatan Petani Di Kabupaten Kolaka Timur Provinsi Sulawesi Tenggara" adalah benar karya saya dengan arahan dari tim pembimbing (Pipi Diansari, S.E.,M.Si.,Ph.D dan Prof. Dr.Ir Didi Rukmana, M.S). karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka tesis ini. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa tesis ini kepada Universitas Hasanuddin

Makassar, 16 Agustus 2024



SAHRUL RAMADHAN
NIM. P042222018



UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT., Alhamdulillah, atas segala karunia-Nya, berkat pertolongannya serta kekuasaan-Nya sehingga penulis diberi petunjuk dan kemudahan dalam proses penelitian hingga menyelesaikan penulisan tesis ini. Penelitian yang saya lakukan dapat terlaksana dengan sukses berkat doa, bantuan, bimbingan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada ibu Pipi Diiansari, S.E., M.Si.,Ph.D, sebagai pembimbing utama dan bapak Prof. Dr.Ir. Didi Rukmana, MS., sebagai pembimbing pendamping yang telah memberikan waktu, ilmu, arahan dan sarannya kepada penulis. Ditengah kesibukan bapak/ibu senantiasa meluangkan waktunya membimbing penulis dalam perencanaan penelitian, sehingga penyusunan tesis ini dapat terselesaikan. Penghargaan yang tinggi juga penulis sampaikan kepada ibu Dr. Nurdjanah Hamid, S.E.,M.Agr., Bapak Dr. Ariady Arsal, SP.,M.Si., dan Bapak Dr. Hari Iswoyo, S.P.,M.A., selaku penguji yang telah memberikan kritik dan saran dalam perbaikan penyusunan tesis ini. Penulis juga ucapkan terimakasih kepada pimpinan Universitas Hasanuddin dan Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin yang telah memfasilitasi penulis menempuh program magister serta para dosen program magister agribisnis dan staf akademik.

Terimakasih juga penulis sampaikan kepada masyarakat Kabupaten Kolaka Timur Provinsi Sulawesi Tenggara. Terkhusus masyarakat petani kelapa sawit yang telah membantu dan mengarahkan penulis serta memberikan saran kepada penulis pada saat melakukan penelitian, teruntuk saudara ratnawati arifin, imran dan keluarga besar arifin yang telah membantuk penulis dalam mencari dan mengunjungi responden di lapangan. Teruntuk, teman seperjuangan angkatan 2022-2 program studi magister agribisnis yang memberikan semangat, berjuang bersama-sama dan memberikan warna dalam perkuliahan.

Akhirnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada orangtua tercinta ayahanda Mansur Dg Mappile dan ibunda Sunarti Ato yang telah membesarkan, mendidik, memberikan kasih sayangnya, kesabaran dan doa yang selalu dipanjatkan untuk anaknya agar bisa menjadi orang yang sukses. Tulisan ini bisa menjadi kebanggaan untuk keluarga besar Mansur Dg Mappile. Adik-adikku yang tercinta terimakasih atas dukungan dan bantuannya selama ini,

Demikianlah dari penulis, mohon maaf dan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung yang tak mampu penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah Subhana wata`ala senantiasa membalas kebaikan kalian semua dan tesis ini bisa bermanfaat bagi kita semua, Aamiin

Penulis

Sahrul Ramadhan





ABSTRAK

SAHRUL RAMADAN. **Agribisnis Kelapa Sawit Ditinjau Dari Aspek Efisiensi Pemasaran Dan Pendapatan Petani Di Kabupaten Kolaka Timur Provinsi Sulawesi Tenggara.** (dibimbing oleh Pipi Diansari dan Didi Rukmana).

Pemeliharaan kelapa sawit merupakan salah satu sektor perkebunan yang menghasilkan tambahan pendapatan bagi masyarakat petani. Sistem pemasaran mempengaruhi tingkat pendapatan dengan menekankan pada tingkat produksi. Tetapi, sistem pemasaran yang efisien belum tersedia. Petani sangat menyadari pentingnya harga, dan beberapa pemasar menetapkan harga yang tidak sesuai dengan preferensi petani. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan besaran total pendapatan petani. Metode penelitian digunakan dengan sampel sebanyak 47 orang petani responden yang berusahatani kelapa sawit dan 12 orang informan pemasaran yang melakukan penjualan tandan buah segar di kabupaten kolaka timur. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Menggunakan analisis efisiensi pemasaran dan analisis besaran total pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran terdiri atas tiga saluran pemasaran yang terlibat yakni saluran pertama melalui Petani-Agen Pengumpul Kecamatan-Pedagang Besar- Pabrik Kelapa Sawit. Saluran kedua melalui Petani- Agen Pengumpul- Pabrik Kelapa Sawit. Saluran ketiga melalui Petani-Pabrik Kelapa Sawit. Margin pemasaran yang paling rendah terdapat pada saluran 1 dan saluran 2 sebesar Rp.9150-PerKg pada saluran 3 margin pemasaran sebesar Rp. 9175- per Kg. *Farmer's share* yang paling tinggi pada saluran 2 yakni 89,3% sedangkan saluran 2 sebesar 89,1% dan saluran 3 sebesar 88,2%. Rasio keuntungan tertinggi pada saluran 3 sebesar 18,76. Dan efisiensi saluran pemasaran yang efisien pada saluran 3 yakni 27%, saluran 1 sebesar 59% dan saluran 2 sebesar 53% pada kategori kurang efisien. Pendapatan yang diterima petani kelapa sawit sebesar Rp.11.503.078, /ha/periode.

Kata Kunci : Efisiensi Pemasaran, Kelapa Sawit, Pendapatan.

 GUGUS PENJAMINAN MUTU (GPM) SEKOLAH PASCASARJANA UNHAS	
Abstrak ini telah diperiksa. Tanggal : _____	Paraf Ketua / Sekretaris. 





ABSTRACT

SAHRUL RAMADAN. The impact of oil palm agribusiness on the income farmers and the Efficiency of marketing in the East Kolaka District of the Southeast Sulawesi Province. (under the supervision of Pipi Diansari and Didi Rukmana).

The maintenance of oil palm is one of the plantation sectors that generates additional income for agricultural communities. The marketing system influences income levels by emphasizing production levels; unfortunately, an effective marketing system is not yet accessible. Farmers are acutely aware of the importance of price, and some marketers establish prices that do not align with farmers' preferences. The objective of this research is to evaluate the total quantity of farmers' income, marketing efficiency, of this research is to evaluate the total quantity of farmers' income, marketing efficiency, marketing margin and marketing channels. A sample of 47 respondent farmers and 12 marketing informants in the East Kolaka District was used. Data is collected through documentation, interviews, questionnaires and observation. Marketing margin analysis, farmers' share, marketing efficiency, marketing ratio and farmer income analysis are the analytical methodologies employed. The findings indicated that the marketing channel was comprised of three marketing channels, specifically the farmers' collecting agents channel. 1. Farmers – Collecting Agents - Big trade – Palm oil mill; 2. Farmers – Collecting Agents- palm oil mills; 3. Farmers – Palm oil mills. The marketing margin in channels 1 and 2 is the lowest, at Rp. 9150 -/Kg. In channel 3, the marketing margin is Rp. 917-/Kg. The farmers' share is at its highest in channel 2 at 89.3%. In channel 2, it is 89.1%, and in channel 3 it is 88,2%. The profit ratio in channel 3 is the highest at 18.76. In the less efficient category, effective marketing channels in channel 3 are 27%, channel 1 is 59%, and channel 2 is 53%. Oil palm producers received an income of Rp. 11.503.078 -/hectare/period.

Keywords : Marketing Efficiency, Oil Palm, Income

 GUGUS PENJAMINAN MUTU (GPM) SEKOLAH PASCASARJANA UNHAS	
<p style="text-align: center;">Abstrak ini telah diperiksa.</p> <p>Tanggal : _____</p>	<p style="text-align: center;">Paraf Ketua / Sekretaris.</p> 



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Rumusan masalah.....	5
1.3. Tujuan penelitian	6
1.4. Manfaat penelitian	6
BAB II METODE PENELITIAN	
2.1. Lokasi Dan Waktu Penelitian	7
2.2. Populasi Dan Sampel	7
2.3. Jenis Dan Sumber Data.....	7
2.4. Metode Pengumpulan Data	8
2.5. Kerangka Pikir Penelitian.....	8
2.6. Definisi Operasional.....	9
2.7. Metode Analisis Data.....	10
2.7.1. Margin Pemasaran.....	10
2.7.2. Farmers Share	11
2.7.3. Efisiensi Pemasaran	11
2.7.4. Rasio Keuntungan Pemasaran	11
Biaya	12
Penerimaan.....	12
Kapalapan Ushaatani.....	12
a Pemasaran.....	13



2.7.9. Analisis Benefit Cost Rasio	13
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
3.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	14
3.2. Karakteristik Petani Responden	15
3.2.1. Umur Petani Responden	15
3.2.2. Tingkat Pendidikan Responden.....	16
3.2.3. Pengalaman Usahatani Responden.....	17
3.2.4. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden	18
3.2.5. Luas Lahan Responden	18
3.3. Karakteristik Informan Pada Lembaga Pemasaran	19
3.4. Kondisi Agribisnis Kelapa Sawit.....	21
3.4.1. Subsistem Hulu	21
3.4.2. Subsistem Usahatani	22
3.4.3. Subsistem Pemasaran	24
3.5. Saluran Distribusi Kelapa Sawit Di Kabupaten Kolaka Timur	28
3.6. Analisis Biaya Pemasaran Kelapa Sawit	29
3.7. Efisiensi Pemasaran	30
3.7.1. Farmers Share Pemasaran Kelapa Sawit Di Kabupaten Kolaka Timur.....	31
3.7.2. Rasio Keuntungan Dan Biaya Pada Usahatani Kelapa Sawit Di Kabupaten Kolaka Timur.....	32
3.8. Pendapatan Petani	34
BAB IV PENUTUP	
4.1. Kesimpulan.....	36
4.2. Saran	36
DAFTAR PUSTAKA.....	38
LAMPIRAN	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Data Produksi Kelapa Sawit Indonesia 2018-2022	2
Gambar 2. Data Produksi Kelapa Sawit Kab. Koltim 2019-2022.....	3
Gambar 3. Kerangka Pikir Penelitian	9
Gambar 4. Peta Kabupaten Kolaka Timur	14
Gambar 5. Pembibitan kelapa sawit.....	22
Gambar 6. Proses Panen Buah Segar Kelapa Sawit.....	23
Gambar 7. Proses pengumpulan Tandan Buah Segar	24
Gambar 8 Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kabupaten Kolaka Timur	25
Gambar 9. Pola pemasaran pertama	26
Gambar 10. Pola pemasaran kedua	26
Gambar 11. Pola pemasaran ketiga	27



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Produksi Perkebunan Kelapa Sawit Tahun 2019-2022 Di Kabupaten Kolaka Timur	3
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	15
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	16
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usahatani	17
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	18
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan.....	19
Tabel 7. Karakteristik Informan Pemasaran Di Kabupaten Kolaka Timur	20
Tabel 8. Rata-rata Komponen Subsistem Hulu.....	21
Tabel 9. Struktur Biaya Pemasaran Yang Dikeluarkan Lembaga Pemasaran Kelapa Sawit Di Kabupaten Kolaka Timur	29
Tabel 10. Margin Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kabupaten Kolaka Timur	31
Tabel 11. Analisis Farmers Share Tandan Buah Segar Di Kabupaten Kolaka Timur.....	32
Tabel 12. Rasio Keuntungan Dan Biaya Pemasaran Kelapa Sawit Di Kabupaten Kolaka Timur	32
Tabel 13. Nilai Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kabupaten Kolaka Timur	33
Tabel 14. Rata-Rata Total Pendapatan Petani Kelapa Sawit Di Kabupaten Kolaka Timur	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Identitas responden petani kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur	41
Lampiran 2. Karakteristik informan lembaga pemasaran.....	43
Lampiran 3. Total pendapatan petani kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur.....	44
Lampiran 4. Penggunaan pupuk pada usahatani kelapa sawit	48
Lampiran 5. Jumlah total produksi Tandan Buah Segar kelapa sawit.....	51
Lampiran 6. Harga jual beli lembaga pemasaran kelapa sawit pada saluran pemasaran pertama.....	54
Lampiran 7. Biaya-biaya yang dikeluarkan pada saluran pemasaran kedua di Kabupaten Kolaka Timur	56
Lampiran 8. Biaya- biaya yang dikeluarkan pada saluran pemasaran ketiga di Kabupaten Kolaka Timur	57
Lampiran 9. Kuisisioner penelitian.....	60
Lampiran 10. Dokumentasi penelitian.....	77



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Sektor perkebunan merupakan salah satu dari subsektor pertanian yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional (Diansari et al.,2023, Dahiri, 2022, Saragih et al.,2022), sebagian besar penduduk Indonesia kehidupannya tergantung pada pertanian (Hubillah, 2023). Sumber devisa negara salah satunya berasal dari sektor pertanian (Azwar et al.,2016), hal ini dapat dilihat bahwa besarnya pengaruh sektor pertanian tersebut dalam segala kegiatan ekonomi, baik perekonomian nasional maupun perekonomian masyarakat (Fadli et al.,2022).

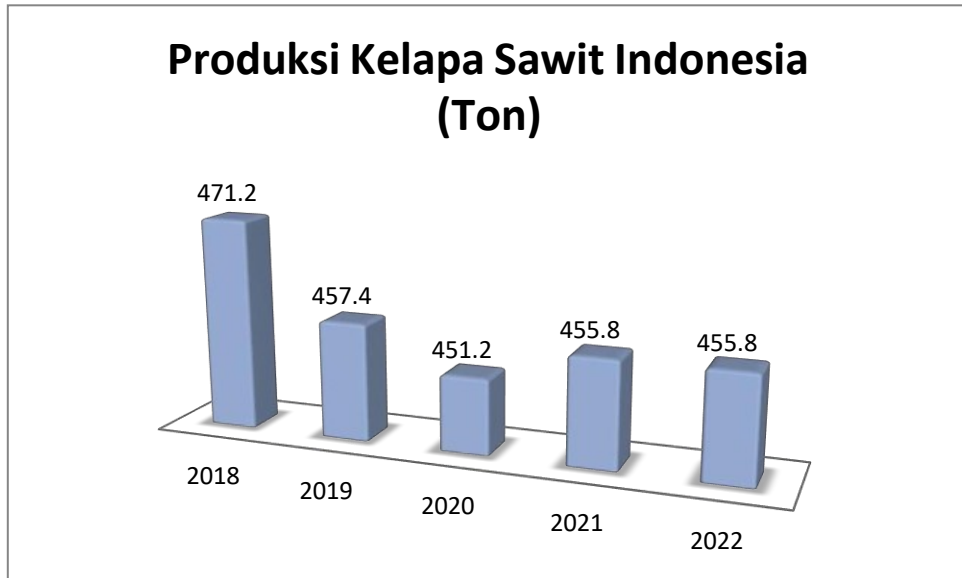
Tanaman perkebunan yang memiliki peluang untuk memenuhi kebutuhan pendapatan petani salah satunya adalah tanaman kelapa sawit (*Elaeis Guineensis Jacq*), tanaman ini ikut serta dalam peningkatan ekonomi rakyat (Siswandi, 2022). Kelapa sawit merupakan salah satu tanaman tahunan yang sangat produktif dengan siklus hidup 25 tahun (Murphy et al., 2021, Paspi, 2021). Kelapa sawit juga berfungsi sebagai sumber pendapatan bagi sebagian besar masyarakat di negara- negara berkembang (Bassey, 2016).

Kelapa sawit sebagai tanaman penghasil minyak kelapa sawit (*Crude palm oil/CPO*) (Murphy et al. 2021, Fadhillah et al., 2021) dan inti sawit merupakan salah satu primadona tanaman perkebunan yang menjadi sumber penghasil devisa nonmigas bagi Indonesia (Woittiez et al.,2017). Cerahnya prospek komoditas kelapa sawit dan produk turunannya didunia telah mendorong pemerintah Indonesia untuk meningkatkan produktivitasnya (Pardamean, 2017). Usahatani kelapa sawit merupakan sumber pendapatan bagi pekebun kelapa (Saeri,2018).

Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas andalan Indonesia pada sektor pertanian. Peningkatan perkebunan kelapa sawit ini juga mengakibatkan peningkatan pendapatan petani sawit (Utami et al. 2017). Kelapa sawit memiliki potensi pasar lebih tinggi dibandingkan perkebunan lainnya (Syahza et al. 2020). Selain peningkatan pendapatan, perkebunan kelapa sawit juga membawa dampak sosial ekonomi dengan memperluas lapangan pekerjaan (Klasibin et al. 2018). Proses pengelolaan dan budidaya perkebunan kelapa sawit menentukan hasilpanen dan pendapatan (Corley et al. 2016).

Salah satu aktor penting dalam industri kelapa sawit Indonesia adalah pekebun rakyat (Qaim et al. 2020., Kubitz, 2018), yang memiliki perkebunan kelapa sawit seluas 6.03 Juta hektar atau sekitar 41.24% dari total luas areal perkebunan Indonesia. Pekebun rakyat juga menyumbang sekitar 34% dari total sawit mentah atau biasa dikenal *Crude Palm Oil* (CPO) di Indonesia (Statistik, 2022). Pembudidayaan kelapa sawit oleh pekebun rakyat merupakan faktor utama (Naylor et al., 2019) ekonomi di wilayah perdesaan, yang mengurangi tingkat kemiskinan (Qaim et al., 2020., Schleicher et al., 2013). Peningkatan pendapatan (Budidarsono et al., 2013). Produksi kelapa sawit dapat dilihat pada grafik berikut.





Gambar 1. Data Produksi Kelapa Sawit Indonesia 2018-2022

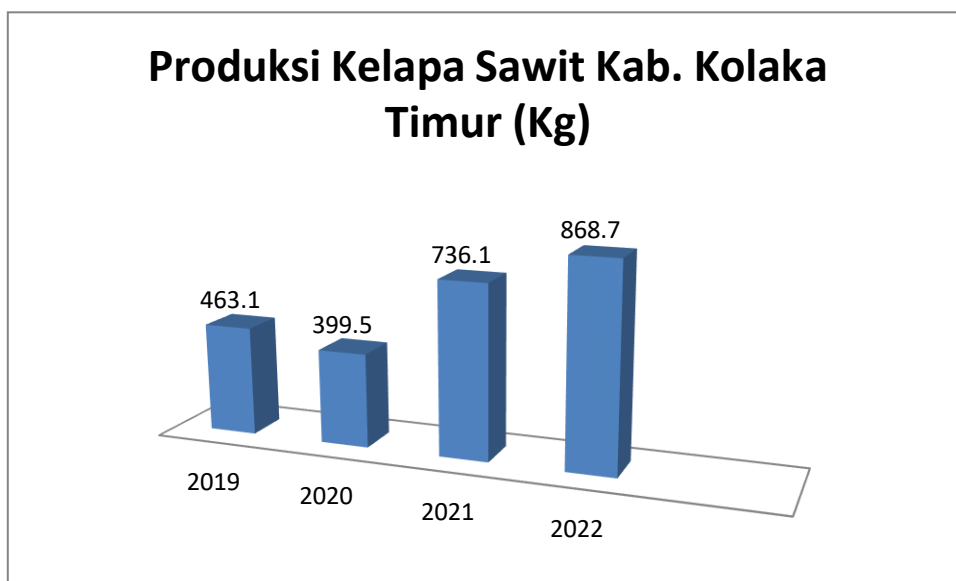
Sumber : Statistik Indonesia, 2023 (diolah)

Gambar 1.1. memperlihatkan produksi kelapa sawit Indonesia selama 5 (lima) tahun mengalami penurunan. Pada tahun 2018 jumlah produksi kelapa sawit sebanyak 471,2 ton, pada tahun 2019 sebanyak 457,4 ton. Juga tahun 2020 sebesar 451,2 ton. Penurunan pada tahun-tahun ini sangat drastis yang diakibatkan dengan permasalahan-permasalahan dilapangan. Pada tahun 2021 dan 2022 berada pada angka yang sama sebesar 455,8. Tahun ini mengalami peningkatan sedikit dibanding dengan tahun sebelumnya (BPS. Indonesia, 2023).

Provinsi Sulawesi Tenggara merupakan salah satu penghasil minyak kelapa sawit kasar atau *Crude Palm Oil* (CPO) terbesar di Indonesia. Khususnya di Kabupaten Kolaka Timur merupakan produksi kelapa sawit yang diperhatikan oleh masyarakat dan pemerintah, sebagaimana diperlihatkan pada grafik berikut.

Produksi kelapa sawit pada tahun 2019 sebesar 463,1 Kg, pada tahun 2020 memiliki penurunan jumlah produksi sebanyak 399,5 Kg. Hal ini memiliki penurunan produksi yang cukup menurun pada tahun 2019 dibanding tahun 2020, dikarenakan beberapa kecamatan tidak lagi membudidayakan kelapa sawit, tetapi pada tahun berikutnya mengalami peningkatan yang cukup tinggi dengan jumlah produksi sebesar 736,1 Kg dan terus mengalami peningkatan hingga pada tahun 2022 sebesar 868,7 Kg hasil produksi kelapa sawit di beberapa Kecamatan di Kabupaten Kolaka Timur





Gambar 2. Produksi Kelapa Sawit Kab. Kolaka Timur Tahun 2019-2022

Sumber : Badan Pusat Statistik Kab. Kolaka Timur Tahun 2023 (diolah)

Terkait hal tersebut, produksi kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur menyentuh pada level tertinggi pada tahun 2022. Adapun sentra produksi Kelapa sawit terbanyak di beberapa kecamatan yakni, Kecamatan Aere, Kecamatan Lambandia, Kecamatan Poli-Polia, dan Kecamatan Tirawuta.

Tabel 1. Produksi Perkebunan Kelapa Sawit Tahun 2019-2022 di Kabupaten Kolaka Timur

Kecamatan Kolaka Timur	Produksi (Kg)			
	2019	2020	2021	2022
Aere	172,0	148,0	437,90	438,90
Lambandia	68,0	47,0	13,00	172,43
Poli-polia	45,0	45,0	20,00	94,90
Dangia	17,8	14,8	33,00	25,12
Ladongi	36,0	20,0	87,00	20,00
Loea	13,5	13,5	25,00	54,80
Tirawuta	77,0	77,0	-	33,00
Lalolae	28,8	29,2	94,90	-
Mowewe	-	-	4,61	4,61
Tiponda	5,0	5,0	47,75	-
	-	-	-	-
	-	-	-	-
	463,1	399,5	736,16	868,76

Produksi Perkebunan dan Holtikultur Kab. Kolaka Timur



Besarnya jumlah produksi kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur belum mencerminkan sistem pemasaran yang efisien, saluran pemasaran juga bertujuan memberikan kepuasan pada konsumen (Nurmalina et al., 2015). Sistem pemasaran yang kurang efisien terutama pada bagian harga yang diterima petani. Tingginya produksi Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur tidak didukung oleh harga jual serta selisih harga yang tinggi ditingkat petani. Harga menjadi salah satu faktor yang menentukan salah satu elemen bauran dalam pemasaran dalam penentuan keefektifan masing-masing elemen juga semua elemen (Kohls et al., 2002). Harga yang cenderung rendah tentu menjadi masalah bagi petani kelapa sawit, karena dapat menyebabkan terjadinya penurunan penerimaan bagi keluarga petani.

Rendahnya harga jual Tandan Buah Segar (TBS) petani disebabkan oleh pemasaran yang tidak efisien akibat banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran TBS kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur. Rendahnya *farmer's share* tidak terlepas dari margin pemasaran dari lembaga yang terlibat. Penelitian yang dilakukan oleh Nasution, (2021) mengenai analisis pemasaran kelapa sawit di Desa Sampean Provinsi Sumatera Utara, menjelaskan bahwa efisiensi saluran pemasaran I, nilai efisiensi pemasaran sebesar 8,12%. Maka dari itu efisiensi pemasaran saluran I dinyatakan tidak efisien. Sedangkan saluran II, nilai efisiensi pemasaran sebesar 4,37%, maka dari itu efisiensi saluran pemasaran II dinyatakan efisien. Tambahan pula penelitian oleh (Kana, 2022) menyimpulkan bahwa ada dua (2) saluran pemasaran yang terjadi dan yang efisien yakni saluran pemasaran kedua (petani langsung ke pabrik).

Faktor lain yang menyebabkan pemasaran tandan buah segar tidak efisien adalah selisih harga tandan buah segar ditingkat petani terhadap harga tandan buah segar (TBS) ditingkat pabrik kelapa sawit (PKS). Umumnya pabrik kelapa sawit (PKS) memperoleh tandan buah segar (TBS) dari perkebunan petani sawit mandiri dan pedagang tandan buah segar, petani memproduksi tandan buah segar untuk dijual ke pabrik (Matondang et al., 2020). Besarnya selisih harga disebabkan oleh biaya pemasaran yang terjadi. Tingginya biaya pemasaran cenderung akan menyebabkan perbedaan atau selisih harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar konsumen semakin besar. Menurut (Mariyono et al., 2019) salah satu masalah penting dalam kegiatan pemasaran adalah terkait dengan saluran distribusi yang mencakup masalah margin atau selisih biaya pemasaran. Biaya pemasaran akan mempengaruhi besarnya margin pemasaran dan pembagian keuntungan yang akan diterima oleh semua pihak yang ikut serta didalam sistem pemasaran tersebut. Hal ini juga mempengaruhi tingkat pendapatan petani kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur, banyak petani memiliki pendapatan yang kurang sesuai dengan yang diharapkan penelitian yang dilakukan oleh Rizal, (2019) mengenai pendapatan usahatani kelapa sawit, menyimpulkan bahwa pendapatan usahatani kelapa sawit sebesar Rp.1.635.611/ha/bulan. Maka usahatani pemasaran dengan efisien. Lanjut, menurut Pratiwi, (2020) dalam penelitiannya bahwa usahatani kelapa sawit dan pendapatan usahatani secara signifikan.

Saluran pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja saluran pemasaran. Untuk mendapatkan pemasaran yang lebih efisien. (Pratiwi, 1989) ada dua persyaratan yang harus dipenuhi yaitu (a). Mampu



menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya semurah-murahnya. (b). Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu. Pemasaran kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur harus melewati rantai pemasaran yang panjang. Penelitian yang dilakukan oleh Zakaria, (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Bagian Harga yang diterima petani (*Farmer`s Share*) dan efisiensi saluran pemasaran tandan buah segar kelapa sawit petani swadaya di Kabupaten Banyausin” menggunakan metode (*farmer`s share*) menyimpulkan bahwa besar keuntungan pemasaran adalah sebesar Rp.45.000/Kg. Besar nilai margin pemasaran adalah sebesar Rp.260.00/Kg. Nilai persentase bagian harga yang diterima petani (*farmer`s share*) adalah sebesar 93,29 % dan besaran tingkat efisiensi pemasaran tandan buah segar kelapa sawit petani swadaya dinyatakan efisien dengan nilai efisiensi pemasaran sebesar 55,4%.

Berbeda dari penelitian sebelumnya penelitian ini menganalisis variabel penelitian yang terkait dengan efisiensi pemasaran dan pendapatan petani di lokasi penelitian yakni Kabupaten Kolaka Timur, dengan menggunakan analisis margin pemasaran, efisiensi pemasaran, *farmer`s share* dan rasio keuntungan pemasaran serta juga menghitung total pendapatan petani hasil produksi kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur. Kebaruan penelitian ini juga dapat dilihat dari bagaimana kondisi yang terjadi terkait agribisnis kelapa sawit yang mempengaruhi efisiensi pemasaran dan pendapatan petani khususnya pekebun rakyat dalam membudidayakan kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur

Berdasarkan uraian bahwa permasalahan yang terdapat saat ini adalah adanya perbedaan harga kelapa sawit pada daerah penelitian, perbedaan harga yang diberikan oleh para *stakeholder* kelapa sawit, dan pendapatan yang diperoleh petani. Tidak hanya itu sebagian petani juga kurang mengetahui informasi harga rata-rata yang diberikan oleh pedagang kelapa sawit (Sihombing dan Ernah. 2021). Permasalahan ini juga pada faktor-faktor yang mempengaruhi petani menjual tandan buah segar (TBS) ke pedagang Kelapa Sawit daripada ke Pabrik Kelapa Sawit.

1.2. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya Kabupaten Kolaka Timur merupakan salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Tenggara yang diperhatikan terkait produksi tanaman perkebunan kelapa sawit yang cukup tinggi. Tetapi, produksi kelapa sawit yang tinggi ini mempengaruhi pendapatan petani dan efisiensi saluran pemasaran yang terlibat, tingginya produksi kelapa sawit tidak memberikan pendapatan sesuai yang diharapkan petani, hal ini melibatkan lembaga saluran pemasaran yang membeli hasil produksi petani, adanya sistem pemasaran yang tidak efisien yang terjadi di Kabupaten Kolaka Timur.



Produk agribisnis dikatakan efisien apabila adanya peningkatan nilai yang dihasilkan keuntungan bagi setiap lembaga yang terlibat, margin relatif sesuai dengan fungsi pemasaran dan nilai *farmers share* relatif terhadap pemasaran dan nilai *farmer`s share* relatif merangsang kegiatan efisiensi pemasaran juga dikaitkan dengan pendapatan petani, pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh petani atas produk yang pada akhirnya akan memberikan pendapatan

berupa nilai uang yang diterima dari penjualan produk yang dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan. Dalam kegiatan pemasaran di Kabupaten Kolaka Timur harus dikaji untuk dapat memberikan informasi harga yang sesuai dalam peningkatan pendapatan petani kelapa sawit, berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut;

1. Bagaimana kondisi agribisnis kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur?
2. Bagaimana saluran pemasaran, marjin pemasaran dan efisiensi pemasaran dalam pemasaran kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur?
3. Berapa besar total pendapatan petani pada hasil perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur?

1.3. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut;

1. Mendeskripsikan kondisi agribisnis perkebunan rakyat pada tanaman kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur
2. Menganalisis saluran pemasaran, marjin pemasaran dan efisiensi pemasaran yang efektif pada perkebunan rakyat tanaman kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur
3. Menganalisis total pendapatan yang diperoleh petani pada usaha perkebunan rakyat tanaman kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur

1.4. Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah;

1. Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi pemerintah yang terkait.
2. Teruntuk kalangan akademisi, Penelitian ini sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang terkait
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan di kalangan peneliti.



BAB II

METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Kolaka Timur Provinsi Sulawesi Tenggara. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi ini tersebut merupakan salah satu kabupaten dengan luas lahan dan produksi tanaman perkebunan kelapa sawit. Kabupaten Kolaka Timur memiliki 12 (Dua belas) Kecamatan diantaranya 10 (Sepuluh) Kecamatan yang membudidayakan dan memproduksi kelapa sawit. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2023 – Januari 2024.

2.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah petani kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur. Populasi menurut sugiyono, (2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Berdasarkan kecamatan terpilih dan jumlah populasi yang diperoleh, dapat ditentukan besarnya sampel yang digunakan sebagai sumber data. Menurut Sugiyono, (2019) mengemukakan bahwa dalam penentuan sampel ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian berkisar antara 30 sampai dengan 500. Pada penelitian ini jumlah populasi petani kelapa sawit sebanyak 237 Petani kelapa sawit

Pengambilan sampel sebanyak 47 orang atau 20% dari total populasi. Sesuai dengan pernyataan Arikunto, (2010) bahwa pengambilan sampel untuk subjek yang jumlahnya >100 orang maka, sampel yang diambil sebaiknya 20-25% agar populasi terwakili. Sampel ditentukan secara acak melalui teknik *Simple Random Sampling*. Metode pengambilan responden dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa banyaknya petani yang membudidaya tanaman perkebunan kelapa sawit yang dikelola oleh petani sendiri.

Sedangkan Penentuan sampel informan pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran kelapa sawit ditentukan dengan menggunakan *snowball sampling*, dimana penentuan informsn pemasaran mengacu pada informasi dari petani responden, berikutnya berdasarkan lembaga pemasaran yang ditunjuk oleh petaniresponden, dan seterusnya sampai kejenuhan sampel atau sampel sulit dicapai. Model ini digunakan karena target populasi lembaga pemasaran tidak diketahui dengan jelas dan sulit untuk dideteksi dengan cara lainnya.

2.3. Jenis dan Sumber Data



Optimization Software:
www.balesio.com

yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, dan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa bilangan atau angka-angka berdasarkan hasil pengukuran atau penghitungan. Informasi bertujuan untuk mengetahui margin pemasaran dan total pendapatan perkebunan rakyat usahatani kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur Provinsi Tenggara.

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan responden menggunakan kuisisioner yang telah disusun sesuai dengan tujuan penelitian
2. Data sekunder yaitu data yang diperlukan untuk menunjang data primer yang tidak diolah sendiri oleh peneliti, data ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan langsung dengan pembahasan ini, juga informasi dari pihak lain yang berkaitan dengan masalah yang akan di bahas, dan instansi- instansi terkait serta pustaka yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan.

2.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada dasarnya menyangkut tentang cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, data yang diperlukan bersifat deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode obserasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati, melakukan pencatatan-pencatatan terhadap perilaku objek yang dituju.
2. Wawancara adalah teknik pengumpulan data melakukan proses tanya jawab secara lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.
3. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui fakta-fakta yang didapatkan di lapangan dalam bentuk foto, dokumen atau jurnal.

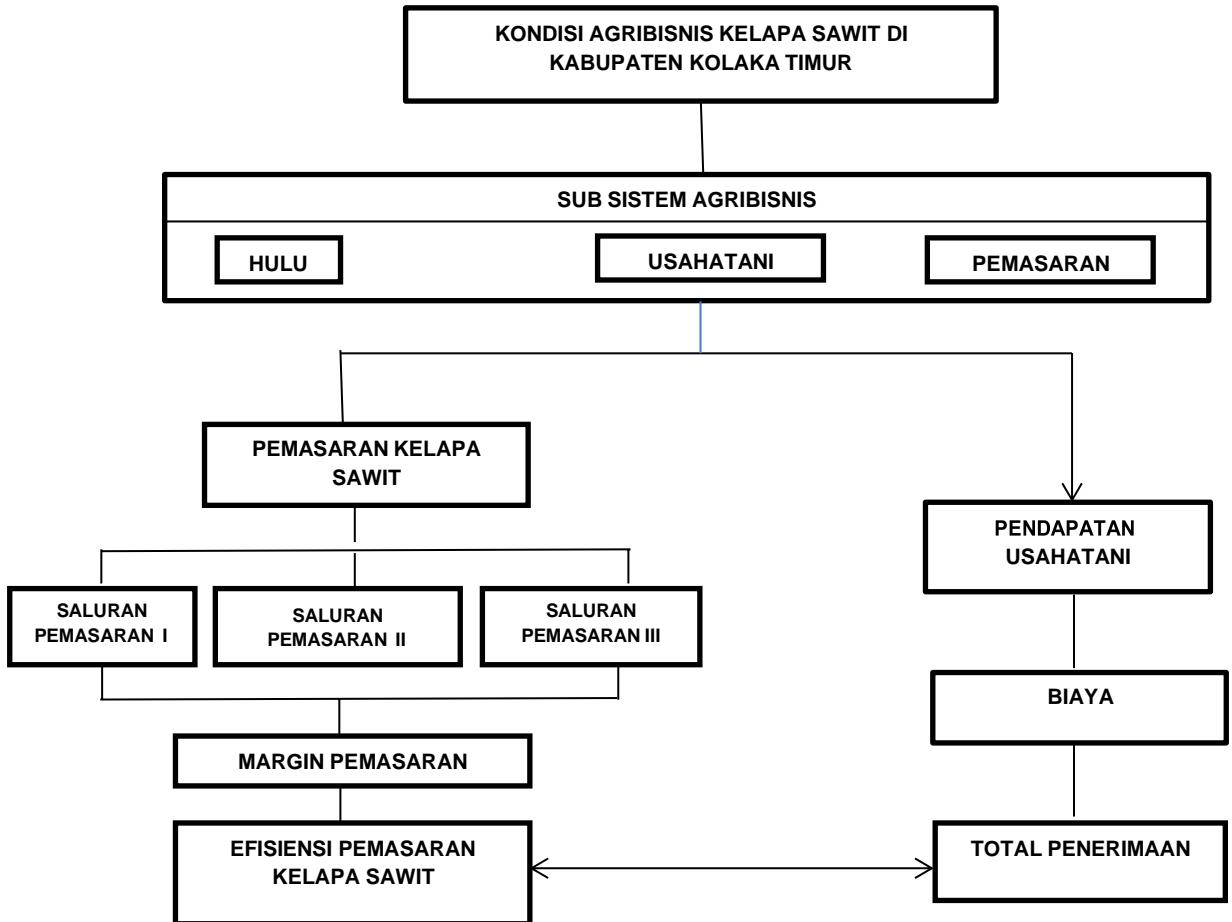
2.5. Kerangka pikir penelitian

Kelapa sawit merupakan salah satu tanaman perkebunan yang diusahakan dan sangat pesat perkembangannya dibandingkan komoditi lain dalam perkebunan di Kabupaten Kolaka Timur. Perkembangan agribisnis kelapa sawit ditinjau dari aktivitas pertanian dari hulu kehilir di Kabupaten Kolaka Timur. Kegiatan proses produksi kelapa sawit hingga kesaluran pemasaran yang terjadi di Kabupaten Kolaka Timur.

Kegiatan pemasaran yang terjadi di Kabupaten Kolaka Timur belum sesuai dengan ketentuan perusahaan dalam memperdagangkan tandan buah segar kelapa sawit, sehingga hal ini menjadi permasalahan yang mendalam. Maka dari itu dibutuhkan kajian lebih lanjut tentang analisis saluran pemasaran, fungsi pemasaran dan kajian efisiensi pemasaran dari sistem pemasaran melalui analisis margin pemasaran, *farmer's share* dan keuntungan rasio keuntungan biaya.

Harga di tingkat petani yang juga menjadi permasalahan terkait dengan harga yang ditawarkan dari pedagang kelapa sawit dengan petani yang akan memperdagang, hal ini juga harus dikaji lebih lanjut guna mengetahui data dan informasi yang didapatkan petani pekebun rakyat di Kabupaten Kolaka Timur. Kerangka pikir pada penelitian ini yaitu;





Gambar 3. Kerangka pikir

2.6. Definisi operasional

1. Subsistem usahatani adalah kegiatan produksi kelapa sawit mulai dari penanaman, pemeliharaan hingga tanaman menghasilkan
2. Subsistem hulu adalah kegiatan pengadaan sarana produksi yang dilakukan untuk usahatani kelapa sawit mulai dari penyiapan lahan hingga penanaman.
3. Subsistem pemasaran kelapa sawit adalah suatu jalur dari lembaga – lembaga pemasaran yang mempunyai kegiatan menyalurkan kelapa sawit dari produsen

kepada konsumen. Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang mengorganisir dan menggarakan aktivitas pemasaran.

Keuntungan pemasaran kelapa sawit adalah penjumlahan dari semua pendapatan yang diperoleh dalam tiap lembaga pemasaran yang merupakan pendapatan pemasaran dan biaya pemasaran (Rp/Kg).

Margin pemasaran kelapa sawit adalah penjumlahan biaya pemasaran yang dikurangkan dengan keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran. Semua



biaya yang digunakan dalam proses pemasaran kelapa sawit, meliputi biaya sortir, biaya pengangkutan, biaya penimbangan, biaya retribusi dan biaya penyusutan (Rp/Kg)

6. Margin pemasaran kelapa sawit adalah selisih atau perbedaan terhadap harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh produsen (Rp/Kg)
7. *Farmer's share* adalah pembagian harga yang diterima oleh produsen dengan harga di konsumen akhir dan dinyatakan dalam persen (%)
8. Efisiensi pemasaran adalah nilai harga yang diterima petani, nilai penerimaan dikurangi dengan total biaya dalam satu kali produksi yang dinyatakan dalam rupiah (Rp)
9. *Total cost* adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam setiap produksi usahatani (Rp).
10. Pendapatan petani adalah pendapatan yang diterima petani dalam sekali panen kelapa sawit, dimana setelah nilai penerimaan dikurangi dengan total biaya dalam satu kali proses produksi yang dinyatakan dalam rupiah (Rp).

2.7. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk menjawab beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini dilakukan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif, mendeskripsikan kondisi agribisnis kelapa sawit dan analisis saluran pemasaran yang dipakai oleh lembaga pemasaran untuk menyalurkan Tandan Buah Segar (TBS) ke pabrik kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur, dilakukan analisis saluran pemasaran menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Saluran pemasaran terbentuk melalui serangkaian kegiatan yang melibatkan berbagai lembaga pemasaran misalnya petani, pedagang kecil, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pabrik. Margin pemasaran adalah perbedaan harga ditingkat petani, produsen dengan harga di konsumen akhir. Analisis margin pemasaran digunakan untuk menganalisis sistem pemasaran produk dimulai dari petani sebagai produsen hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen.

2.7.1. Margin Pemasaran

Menganalisis margin pemasaran bertujuan untuk mengetahui tingkat pemasaran kelapa sawit di Kabupaten Kolaka Timur. Menurut (Riandi, 2017) Margin pemasaran dapat dihitung dengan cara menghitung perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, secara sistematis dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$



MP = Margin Pemasaran Kelapa Sawit (Rp/Kg)
Pr = Harga Kelapa Sawit Ditingkat Konsumen (Rp/Kg)
Pf = Harga Kelapa Sawit Ditingkat Produsen (Rp/Kg)

Kriteria Pengambilan Keputusan:

1. Margin pemasaran dikatakan efisien apabila angkanya mendekati 0.
2. Semakin kecil nilai margin pemasaran maka semakin efisien suatu pemasaran. Selain itu pemasaran dapat dikatakan efisien apabila nilai harga yang diterima petani lebih besar dari pada margin pemasaran keseluruhan.

2.7.2. Farmer`S Share

Pengukuran efisiensi ekonomis sering menggunakan margin pemasaran sebagai alat ukurnya. Efisiensi dari suatu sistem pemasaran dapat diketahui dengan menganalisis margin pemasaran dan memperhitungkan bagian yang diterima petani (Sudiyono,2022). Bagian yang di terima petani dapat dihitung menggunakan rumus (Riandi,2017);

$$FS \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

F`s : Bagian Yang Diterima Petani Petani Kelapa Sawit (%)

Pr : Harga Kelapa Sawit Ditingkat Pengecer (Rp/Kg)

Pf : Harga Kelapa Sawit Ditingkat Petani (Rp/Kg)

Indikator efisien pemasaran dapat diukur dengan kriteria sebagai berikut;

1. Jika share yang diterima petani lebih besar dari share margin pemasarannya atau share yang diterima petani mendekati 100%, maka saluran pemasaran tersebut dikategorikan efisien
2. Jika share harga yang diterima petani lebih kecil dari share margin pemasarannya, maka saluran pemasaran tersebut dikategorikan tidak efisien.

Saluran pemasaran yang efisien harus memberikan keuntungan yang merata bagi lembaga yang terlibat (Anindita. 2021).

2.7.3. Efisiensi pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran menurut (Riandi, 2017) dapat dihitung menggunakan rumus;

$$Ep \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk Yang Dipasarkan}} \times 100\%$$



ien
rang Efisien

68-100% = Tidak Efisien

2.7.4. Rasio Keuntungan Pemasaran

Rasio keuntungan Pemasaran adalah persentase keuntungan pemasaran dan biaya pemasaran yang secara teknis operasional untuk mengetahui tingkat efisiensinya. Secara sistematis rasio keuntungan terhadap biaya, dapat dihitung menggunakan rumus;

$$R/C \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Biaya Pemasaran}}$$

Rasio keuntungan dan biaya (R/C) dapat dikatakan efisien apabila rasio bernilai $R/C > 1$

Analisis biaya dan pendapatan. Dalam analisis biaya dan pendapatan terdapat jenis biaya antara lain;

2.7.5. Biaya total

Biaya total merupakan penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel. Besarnya biaya total dapat diketahui dengan menggunakan persamaan (Soekartawi, 2016);

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC : Biaya Total (Rp)

TFC : Biaya Tetap (Rp)

TVC : Biaya Variabel (Rp)

2.7.6. Penerimaan

Penerimaan merupakan hasil perkalian antara jumlah produk dengan harga jual produk. Penerimaan pada usahatani kelapa sawit dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Soekartawi, 2002);

$$TR = P \times Y$$

Keterangan:

TR : Penerimaan total Usahatani Kelapa Sawit (Rp)

P : Harga Jual Kelapa Sawit (Rp/Kg)

Y : Jumlah Tandan Buah Segar yang dihasilkan (Kg)

Pendapatan Usahatani

Pendapatan bersih atau keuntungan usaha diperoleh dari selisih antara pendapatan total dengan pengeluaran total. Pendapatan secara matematis dapat dihitung sebagai berikut;



$$Pd = TR - TC$$

Keterangan :

Pd : Pendapatan bersih usahatani kelapa sawit (Rp)

TR : Penerimaan usahatani kelapa sawit (Rp)

TC : Biaya Total produksi usahatani kelapa sawit (Rp)

2.7.9. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu produk atau komoditi dari produsen ke konsumen, dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Bp = Bp1 + Bp2 + \dots + Bpn$$

Keterangan

Bp : Biaya pemasaran kelapa sawit (Rp/Kg)

Bp1, Bp2...Bpn : Biaya pemasaran tiap-tiap lembaga pemasaran kelapa sawit (Rp/Kg)

2.7.10. Analisis R/C

R/C adalah singkatan dari Return Cost Ratio, atau dikenal sebagai perbandingan antara penerimaan dan biaya dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

R/C : *Return cost Ratio (BCR)*

TR : Penerimaan Usahatani (Rp)

TC : Total biaya Usahatani (Rp)

Menurut Suratiyah,(2016) Nilai R/C ratio > 1 (satu) menunjukkan bahwa suatu usaha layak untuk dijalankan. Nilai B/C ratio < 1 (satu) menunjukkan suatu usaha tidak layak dijalankan karena tidak mampu mengembalikan modal yang diinvestasikan

