

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan subsektor perkebunan khususnya kelapa sawit merupakan salah satu bagian penting dalam pembangunan pertanian serta merupakan bagian integral pembangunan nasional. Hal ini dapat dilihat dari beberapa hal, (a) kelapa sawit merupakan penggerak utama (*prime mover*) pengembangan agribisnis kelapa sawit mulai dari hulu hingga ke hilir (b) pembangunan subsektor kelapa sawit merupakan penyedia lapangan kerja yang cukup besar dan sebagai sumber pendapatan petani; (c) kelapa sawit merupakan salah satu komoditas yang memiliki andil besar dalam menghasilkan devisa Negara (Afifuddin,dkk, 2007)

Khusus untuk perkebunan rakyat, tujuan utama pengembangannya adalah untuk mengangkat harkat hidup petani dan keluarganya dengan cara meningkatkan produksi dan pendapatan usahatani melalui pengembangan kebun.. Tujuan lainnya yang lebih luas lagi yaitu pembangunan masyarakat pekebun yang berwiraswasta, sejahtera dan selaras dengan lingkungannya, dan mewujudkan perpaduan usaha yang didukung oleh suatu sistem usaha dengan memadukan berbagai kegiatan produksi pengolahan dan pemasaran hasil dengan menggunakan perkebunan besar sebagai inti dalam suatu kerjasama yang saling menguntungkan (Mulyana, 2008).

Salah satu masalah yang dipertentangkan adalah penetapan harga Tandan Buah Segar (TBS), untuk memberikan perlindungan dalam perolehan harga TBS produksi petani yang wajar serta menghindari adanya persaingan tidak sehat diantara Pabrik Kelapa Sawit (PKS), telah menyebabkan Departemen teknis

terkait dan pemerintah di beberapa daerah secara langsung melakukan intervensi. Beberapa bentuk regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah diantaranya adalah Permentan No. 395/Kpts/OT.140/11/2005 tentang Pedoman Penetapan Harga TBS Kelapa Sawit Produksi. Ruang lingkup peraturan ini meliputi rumus harga pembelian TBS, pembinaan dan sanksi. Peraturan ini dimaksudkan sebagai dasar hukum bagi pemerintah daerah dalam pelaksanaan pembelian Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit produksi petani (Departemen Pertanian, 2007).

Namun demikian, kebijakan penetapan harga pembelian TBS tersebut belum efektif dilaksanakan di seluruh daerah produsen, termasuk di daerah Kabupaten Labuhan Batu dan Kabupaten Serdang Bedagai. Hasil penelitian Wilson PAP (2010) menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan yang signifikan antara harga yang diterima petani rakyat dengan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Salah satu penyebabnya adalah perbedaan indeks "K" yaitu proporsi yang diterima oleh petani kelapa sawit. Menurut ketetapan pemerintah seharusnya petani menerima 84,11% dari indeks proporsi "K". Kenyataannya petani hanya menerima sebesar 68,47% dari indeks proporsi "K".

Saluran pemasaran sebagai seperangkat lembaga yang mengatur semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produksi ke konsumsi. Perubahan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perkebunan dalam kelapa sawit untuk merespon perubahan yang terjadi. Problem sentral yang dihadapi perkebunan kelapa sawit saat ini adalah bagaimana perkebunan tersebut menarik masyarakat dan mempertahankannya agar perkebunan kelapa sawit tersebut dapat bertahan dan berkembang. Tujuan

tersebut akan tercapai jika perkebunan kelapa sawit melakukan proses pemasaran (Kotler, 1996).

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, tetapi dalam pemasaran modern seperti ini paradigma pemasaran telah bergeser, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perkebunan kelapa sawit juga harus menjalin hubungan dengan pelanggan dalam waktu yang panjang. Paradigma tersebut disebut *relationship marketing*. Dasar pemikiran dalam praktek pemasaran ini adalah, membina hubungan yang lebih dekat dengan menciptakan komunikasi dua arah dengan mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perkebunan kelapa sawit. Salah satu indikator yang cukup handal untuk kelangsungan hidup dan keuntungan dari suatu proses bisnis adalah kelanjutan dari kepuasan pelanggan. Perkebunan kelapa sawit harus mempunyai strategi untuk dapat selalu mempertahankan konsumennya, disamping itu perkebunan kelapa sawit harus bisa mengidentifikasi apa yang diharapkan atau yang diinginkan konsumen (Muhammad Nur, 2006).

Relationship marketing adalah hubungan dan ikatan jangka panjang antara produsen, konsumen, pemasok, serta para pelaku lainnya. *Relationship Marketing* inovasi pemasaran adalah pertukaran yang terus menerus dan dituntut untuk saling kepercayaan dan ketergantungan. Sehingga dalam konsep *relationship marketing*, pemasar sangat menekankan pentingnya hubungan baik jangka panjang dengan

konsumen, yang dapat menciptakan kesadaran dalam bentuk hubungan dan komitmen yang menyeluruh.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidakesesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Memiliki konsumen yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Griffin (2003:5) menyatakan bila seseorang merupakan pelanggan loyal, ia menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian *nonrandom* yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan. Loyalitas pelanggan adalah suatu mesin penggerak kesuksesan suatu bisnis.

Didalam menjalankan usahatani perkebunan kelapa sawit masyarakat kecil sering dianggap sebagai suatu titik kelemahan dalam perkembangan hasil produksi tanaman perkebunan. Kualitas dan hasil produksinya dianggap rendah menurut standar pasar dunia, kontinuitas hasil produksinya pun tidak teratur, akhirnya peningkatan kesejahteraan petani perkebunan sulit tercapai. Namun demikian perkebunan rakyat memiliki peran penting, bila dilihat dari; 1) secara keseluruhan kontribusinya terhadap penerimaan devisa dari subsektor perkebunan masih dominan; 2) Produk Domestik Bruto (PDB) dari perkebunan rakyat lebih

tinggi dari perkebunan besar, dan 3) Perkebunan rakyat jauh lebih luas dari perkebunan besar kecuali untuk komoditi kelapa sawit (Syarfi, 2004).

Pembangunan perkebunan kelapa sawit memiliki tiga buah konsep dalam pengembangannya, yakni Pola Perusahaan Inti Rakyat (PIR), Pola Unit Pelayanan dan Pengembangan (UPP), dan terakhir adalah pola swadaya. Namun secara umum, konsep pembangunan perkebunan di Indonesia, yang telah dilaksanakan selama ini adalah dengan menggunakan konsep pembangunan perkebunan PIR (Pola Inti Rakyat) (Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal, 2004).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata swadaya berarti kekuatan (tenaga) sendiri. Berdasarkan pengertian ini, maka kata petani perkebunan sawit rakyat swadaya, dapat diartikan sebagai suatu usaha pembangunan perkebunan sawit yang didasarkan pada kemampuan, kekuatan, atau inisiatif yang diambil sendiri oleh rakyat petani dan tidak lagi berhubungan dengan perkebunan besar (inti) (Pusat Bahasa, 2008).

Petani swadaya (perkebunan rakyat) merupakan petani yang mengusahakan kebun yang dimilikinya di bangun di atas tanah milik sendiri atau tanah milik komunitas/ulayat. Dalam hal penentuan luas, didasarkan pada kebutuhan ekonomi rumah tangga dan sistem pembangunan dilakukan secara individu (Serikat Petani Kelapa Sawit, 2009).

Kecamatan Simangambat merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Padang Lawas Utara Propinsi Sumatera Utara. Di kecamatan ini umumnya masyarakat mempunyai profesi sebagai petani dan khususnya petani

kelapa sawit. Seiring dengan semakin luasnya perkebunan kelapa sawit yang diusahakan oleh masyarakat Kecamatan Simangambat, maka banyak investor yang tertarik dan membangun pabrik pengolahan kelapa sawit (PKS). Banyaknya PKS yang ada di kecamatan ini tentunya dari sisi petani sangat menguntungkan karena petani mempunyai banyak pilihan untuk menjual tandan buah segar (TBS) miliknya melalui agen-agen sawit sebagai perpanjangan tangan PKS masing-masing. Petani dalam menentukan keputusan untuk menjual ke PKS mana tentu memerlukan berbagai pertimbangan sehingga ketika menentukan PKS yang dipilihnya akan mendapatkan kepuasan dari berbagai aspek pula.

Dalam praktek dilapangan agen-agen sawit menjalankan berbagai fungsi pemasaran dimulai dari fungsi pertukaran (jual-beli), pengangkutan, bongkar muat, sortasi dan pembiayaan. Yang menarik terdapat dua kelompok secara garis besar tipe petani perkebunan kelapa sawit yang ada di Kecamatan Simangambat, kelompok pertama adalah kelompok petani yang melakukan peminjaman modal kepada agen sawit dan kedua adalah kelompok petani tanpa peminjaman modal kepada agen sawit. Pinjaman modal yang diberikan agen sawit mempunyai tujuan untuk membantu petani perkebunan kelapa sawit dalam penyediaan sarana produksi bagi usahatani kelapa sawit yang dikelola oleh petani peminjam. Dari sisi agen sawit pinjaman modal kepada petani sebagai ikatan kerjasama agar petani kelapa sawit tetap menjual TBSnya kepadanya. Secara teori maka seharusnya petani perkebunan kelapa sawit dengan pinjaman tentu memiliki pendapatan yang lebih besar dibandingkan petani perkebunan kelapa sawit tanpa pinjaman modal. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik

dan merasa penting untuk meneliti tentang analisis alternative pendapatan petani perkebunan kelapa sawit dengan pinjaman dan non pinjaman di Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah yang akan diteliti sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik petani perkebunan kelapa sawit dengan pinjaman dan non pinjaman di Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara ?
2. Apakah ada perbedaan pendapatan petani perkebunan kelapa sawit dengan pinjaman dan non pinjaman di Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui karakteristik petani perkebunan kelapa sawit dengan pinjaman dan non pinjaman di Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara.
2. Untuk menganalisis perbedaan pendapatan petani perkebunan kelapa sawit dengan pinjaman dan non pinjaman di Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

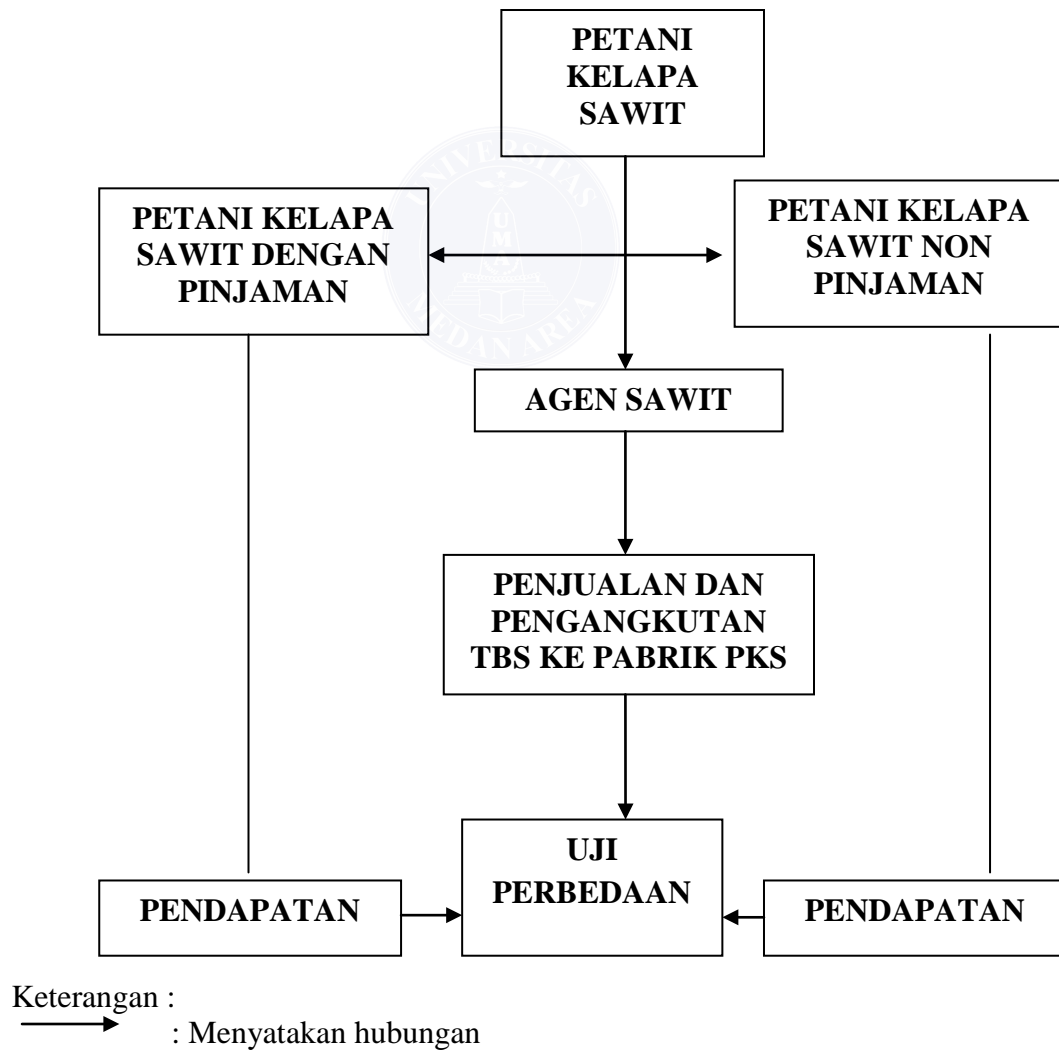
1. Karakteristik petani perkebunan kelapa sawit dengan pinjaman dan non pinjaman di Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara.
2. Perbedaan pendapatan petani perkebunan kelapa sawit dengan pinjaman dan non pinjaman di Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara.
3. Sebagai bahan referensi penelitian yang sejenis diwaktu yang akan datang.

1.5. Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam penelitian ini petani perkebunan kelapa sawit diposisikan sebagai konsumen yang menggunakan jasa agen sawit untuk menjual dan mengangkut TBS ke pabrik pengolahan kelapa sawit (PKS).. Sedangkan agen sawit diposisikan penyedia jasa pembelian dan pengangkutan TBS dari petani ke PKS. Konsumen dikenal yaitu individu dan organisasi. Konsumen individu adalah orang yang menggunakan jasa dan dipergunakan sendiri untuk keperluan anggota keluarga seperti ayah, ibu, anak dan saudara untuk keperluan teman petani. Sedangkan konsumen organisasi adalah keseluruhan orang yang menggunakan jasa untuk keperluan organisasi contohnya kelompok tani dan koperasi.

Perilaku konsumen merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam upaya pemasaran produknya. Perilaku konsumen adalah segala kegiatan yang secara langsung ditujukan untuk mendapatkan, menggunakan dan menyimpan atau membuang produk, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen dipengaruhi dan dibentuk oleh faktor lingkungan, perbedaan individu dan proses psikologis.

Pada sisi sistem pemasaran kelapa sawit, pendapatan petani akan meningkat dengan semakin efisiennya pemasaran kelapa sawit. Persoalan kelancaran pemasaran sangat tergantung pada kualitas produk yang di hasilkan oleh petani produsen dan juga upaya penyempurnaan kinerja lembaga-lembaga pemasaran dan sistem pemasaran itu sendiri sehingga pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan serta kualitas tingkat kesejahteraan petani kelapa sawit yang memadai. Berikut disajikan kerangka pemikiran konseptual penelitian:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Konseptual

1.6. Hipotesis Penelitian

1. Ada perbedaan karakteristik petani perkebunan kelapa sawit dengan pinjaman dan non pinjaman di Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara.
2. Ada perbedaan pendapatan petani perkebunan kelapa sawit dengan pinjaman dan non pinjaman di Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara.

