

ANALISIS HARGA TANDAN BUAH SEGAR KELAPA SAWIT DI KABUPATEN PASANGKAYU

Hasriani ¹⁾, Buyung Romadhoni ²⁾, Andi Mappatempo ³⁾

¹⁾Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar
email: hasriany@gmail.com

²⁾Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar
email: buyung@unismuh.ac.id

³⁾Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar
email: andi.mappatempo@unismuh.ac.id

Abstract

This study aimed to determine the difference in the price of palm tree fresh fruit bunch in Pasangkayu Regency and to find out why the various traders' behavior in giving prices to farmers. This study used qualitative research. The type of this research approach was descriptive. To determine the informants in this study was through the snowball sampling technique. Snowball technique was a sampling method in which informants are obtained through a rolling process from one informant to another. The number of informants in this study were 8. The results showed that differences in ownership of ISPO and RSPO certificates for each palm oil company affects the price policy offered by each company. The difference in prices received by farmers was also influenced by the behavior of collectors in determining prices, each of them incurs a different amount, the costs are transportation, wage of workers, distance, quality of fruit, and operational costs as well as the amount of profit that collectors want to get.

Keywords: Price, Fresh Fruit Bunches.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan harga tandan buah segar kelapa sawit di Kabupaten Pasangkayu dan untuk mengetahui mengapa perilaku pedagang pengepul berbeda dalam memberikan harga kepada petani. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penentuan informan pada penelitian ini menggunakan Teknik sampling snowball. Teknik snowball adalah metode sampling dimana informan diperoleh melalui proses bergulir dari satu informan ke informan yang lain. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 8 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan kepemilikan sertifikat ISPO dan RSPO setiap perusahaan kelapa sawit mempengaruhi kebijakan harga yang diterima oleh petani juga dipengaruhi oleh perilaku pengepul dalam menentukan harga, setiap pengepul mengeluarkan biaya yang berbeda jumlahnya, biaya yang dimaksud adalah transportasi, upah bekerja, jarak, kualitas buah, dan biaya operasional serta besarnya keuntungan yang ingin didapatkan pengepul.

Kata kunci: Harga, Tandan Buah Segar.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara kepulauan yang memiliki lahan potensial untuk pertanian. Kepala BPS mengemukakan bahwa pada periode Agustus 2014, sektor pertanian menyerap 34% dari total angkatan kerja. Sektor pertanian juga berperan sebagai andalan penyedia bahan baku bagi industri serta sumber pendapatan devisa dari ekspor (BPS 2014).

Komoditas pertanian yang dikembangkan di Indonesia adalah perkebunan kelapa sawit, Indonesia memiliki perkebunan kelapa sawit yang telah tersebar luas di 22 provinsi (BPS 2016) salah satunya ialah Kabupaten Pasangkayu yang berada di Sulawesi Barat, merupakan kabupaten dengan penghasil kelapa sawit yang besar, jumlah petani kelapa sawit yang berada di Pasangkayu sebanyak 21.358.000 orang, meningkatnya antusias masyarakat terhadap perkebunan kelapa sawit selain menyebabkan meluasnya lahan juga membuat bertambahnya jumlah tandan buah segar yang di hasilkan, berikut data BPS Pasangkayu tahun 2015-2016.

Tabel
Jumlah Produksi Kelapa Sawit

| NO | KECAMATAN | Jumlah Produksi (Ton) | |
|----|-------------|-----------------------|----------|
| | | 2015 | 2016 |
| 1 | Sarudu | 58310 | 42885.71 |
| 2 | Dapurang | 62856.50 | 49495.24 |
| 3 | Duripoku | 131274.75 | 94019.29 |
| 4 | Baras | 93434.20 | 66281 |
| 5 | Bulu Taba | 123597.75 | 90652.38 |
| 6 | Lariang | 44192.25 | 34461.90 |
| 7 | Pasangkayu | 49200 | 38400 |
| 8 | Tikke Raya | 64143.25 | 46723.81 |
| 9 | Pedongga | 40094.25 | 30033.33 |
| 10 | Bambalamotu | 20696.55 | 15685.71 |
| 11 | Bambaira | 5001.25 | 4238.10 |
| 12 | Sarjo | 1997.50 | 1928.57 |
| | Jumlah | 107501 | 10468 |

Sumber: BPS Pasangkayu

Berdasarkan tabel di atas maka dapat di simpulkan bahwa petani sawit pada tiap Kecamatan yang berada di Kabupaten Pasangkayu menghasilkan kelapa sawit dalam jumlah besar, meski mengalami fluktuasi. Salah satu keunikan pasar tandan buah segar dibandingkan dengan komoditas lainnya di Indonesia adalah dalam penetapan harga pemerintah melakukan pengendalian harga. (Rahman dkk : 2018).

Sesuai dengan ketentuan Pemertan nomor 17 tahun 2010 Pemerintah Daerah dalam hal ini Gubernur membentuk Tim Penetapan Harga TBS di Tingkat Provinsi yang beranggotakan wakil petani (Asosiasi Petani), unsur instansi pemerintah daerah, pelaku industri kelapa sawit dan perguruan tinggi. Salah satu tugas tim tersebut sebagaimana tercantum dalam pasal 8 ayat 2 Pemertan nomor 17 tahun 2010 adalah merumuskan dan mengusulkan besarnya indeks “K” dan komponen lainnya yang terkait dengan rumus harga pembelian TBS, dalam menetapkan indeks “K” dan harga patokan TBS.

Tujuan utama dari terbitnya peraturan Menteri Pertanian tersebut adalah memberikan perlindungan dalam perolehan harga wajar dari kelapa sawit produksi petani dan menghindari adanya persaingan tidak sehat diantara pabrik kelapa sawit, meskipun pemerintah telah menetapkan peraturan tentang harga tandan buah segar.

Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Jika salah dalam menentukan harga maka akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Menurut Abubakar dan Rusydi (2018:40) Harga ialah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam penerapannya, harga merupakan masalah yang penting dan sangat sensitif, baik bagi penjual maupun pembeli serta pihak lain yang berkaitan langsung dengan proses dari dimulainya produksi sampai produk itu sampai di tangan konsumen.

Harga merupakan satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan jualan barang dan jasa. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS An-Nisa ayat 29

مِنْكُمْ ۖ وَلَا يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar). Kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.

Firman Allah SWT yang terdapat dalam QS An Nisa ayat ke 29 dapat kita tarik kesimpulan bahwa Allah tidak mengizinkan adanya perdagangan yang terjadi bukan karena suka sama suka atau dengan kata lain ada satu pihak yang merasa dirugikan, Apabila penjual dan pembeli saling tipu menipu atau merahasiakan tentang apa yang seharusnya dikatakan maka tidak akan ada nilai dan manfaat.

Islam sangat menghargai sifat kejujuran dan melarang sikap khianat. Oleh sebab itu, seorang muslim yang menjadi pelaku bisnis hendaknya taat pada janji dan amanat. Dilarang berkhianat dengan siapapun, apalagi kepada mitra bisnis termasuk pelanggan atau konsumen.

Petani pada Kabupaten Pasangkayu melakukan pemasaran tandan buah segar melalui saluran pemasaran dari produsen ke konsumen. Dalam hal ini petani adalah produsen dan pabrik adalah konsumen tandan buah segar.

Menurut Abubakar dan Rusydi (2018:60) saluran distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan. Sedangkan menurut Sunyoto (2015:189) saluran distribusi dapat diartikan sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari sutuproduk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu.

Permasalahan yang dihadapi petani tandan buah segar pada Kecamatan Sarudu adalah perbedaan harga yang mereka terima dari pedagang pengepul tempat mereka menjual hasil panen sehingga berpengaruh pada penerimaan petani. 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 bisa menerima harga tersebut (Wati dan Yanti 2020)

Permasalahan yang dihadapi oleh petani adalah perbedaan saluran distribusi tersebut akan memengaruhi harga yang diterima petani sehingga berpengaruh pada penerimaan petani. Petani sebagai produsen umumnya menerima harga yang relatif rendah dibandingkan dengan harga yang di bayarkan oleh konsumen. Hal ini dikarenakan terjadinya rantai pemasaran serta tingginya biaya pemasaran pada tiap lembaga pemasaran, tingginya biaya pada tiap lembaga pemasaran itu antara lain dipengaruhi oleh berbagai faktor di antaranya proses pengangkutan dari lahan sampai ke pinggir jalan, transportasi, kerusakan atau tingginya keuntungan yang ingin diperoleh pada lembaga pemasaran.

Penelitian ini juga menjadi penting untuk dilakukan karena terdapat ketidak konsistenan penelitian, penelitian yang dilakukan oleh A.Rahman pada tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang menentukan dalam menghitung besaran nilai indeks K dan kebijakan penetapan harga dipengaruhi oleh faktor biaya pengolahan, biaya pemasaran, dan biaya tidak langsung. Penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Misra Yeni.R, Ronald N Girsang pada tahun 2019 yang menyatakan bahwa harga yang diterima oleh petani di pengaruhi oleh faktor jarak. Semakin jauh jarak dari perusahaan maka akan semakin murah harga yang diterima oleh petani.

Sedangkan, pada penelitian yang dilakukan oleh Jefferson sitomorang, pada tahun 2014 mengungkap bahwa harga yang diterima oleh petani, tidak ditentukan oleh biaya pengelolaan, biaya pemasaran, dan biaya operasional. Hal ini disebabkan karena petani tidak lagi dikenakan biaya apapun dalam proses pengangkutan, namun harga berdasarkan kebijakan perusahaan langsung.

2. KAJIAN PUSTAKA

a. Kajian Teoritis

1) Manajemen Pemasaran

Pemasaran menurut Kotler & Amstrong dalam bukunya Prinsip-prinsip Manajemen (2008:6) pemasaran adalah proses yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan itu sendiri dan mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai balasannya. Dari definisi di atas bahwa pemasaran dapat membangun nilai pelanggan dan mempererat hubungan pelanggan dengan perusahaan sehingga perusahaan bukan hanya mendapatkan pelanggan yang setia, tetapi juga dapat mencapai tujuan.

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Prof. Dr. H. Buchari Alma (2006:130), pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan manajemen pemasaran berkaitan dengan kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi program perusahaan dalam mencapai tujuan. Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok dibidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Daryanto (2011:1) mengemukakan bahwa: Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Sedangkan *According to the American Marketing Association* (Malau, 2017:15) mengemukakan bahwa: Pemasaran adalah aktivitas, mengatur, lembaga, dan proses untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya. Dari definisi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan perekonomian yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan.

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Menurut W Stanton pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial.

2) Harga

a) Pengertian Harga

Setiap perusahaan selalu mengejar keuntungan guna kesinambungan produksi. Keuntungan yang diperoleh ditentukan pada penetapan harga yang ditawarkan. Harga suatu produk ditentukan dari pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa dan laba atau keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu, penentuan harga produk dari suatu perusahaan merupakan masalah yang cukup penting.

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:141) harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai, pada konsep tentang harga tentu mempunyai banyak penafsiran, menurut Kotler (2009 : 69) pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler, bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place* dan *Promotion*). Harga bagi suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan (*income*), adapun adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat/saluran) dan *Promotion* (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha/badan usaha.

b) Tujuan Penetapan Harga

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:142), terdapat beberapa tujuan ditetapkannya harga suatu produk, antara lain:

- Mencapai keuntungan Keuntungan merupakan hasil perkalian antara omset dan harga jual lalu dikurangi harga pokok produksi, biaya pemasaran, dan biaya distribusi. Dengan demikian harga menjadi salah satu indikator untuk mencapai tingkat keuntungan tertentu.
- Mencapai tingkat penjualan Perusahaan dapat menetapkan harga tertentu, misalnya dengan harga jual rendah diharapkan mencapai tingkat penjualan yang tinggi.
- Mencapai pangsa pasar Pangsa pasar merupakan jumlah pelanggan potensi yang dimiliki oleh perusahaan. Harga dapat dijadikan sebagai strategi untuk mencapai pangsa pasar yang tinggi.

Jika perusahaan menetapkan harga jual yang paling rendah dibandingkan dengan semua harga produk pesaing, maka diharapkan dapat mencapai omset yang besar bahkan menjadi market leader.

c) Tahap-Tahap Penetapan Harga

Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai perusahaan. Dalam penetapan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung :

- Faktor yang secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan faktor lainnya.
- Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penetapan harga adalah antara lain yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.

3) Konsep Harga dalam Ekonomi Islam

Islam memberikan kebebasan dalam harga, yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam. Selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridai oleh kedua pihak yang akad.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa di mana kesepakatan tersebut diridai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/ jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Banyak ayat Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Dalam Islam adil didefinisikan sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi.” Implikasi nilai ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan membuat kelompok dalam berbagai dorongan, di mana golongan tersebut akan menzalimi golongan lain, sehingga akan terciptanya eksploitasi manusia atas manusia.

4) Kelapa Sawit

Tanaman kelapa sawit (*Elaeis guinensis* Jack.) berasal dari Nigeria, Afrika Barat, meskipun demikian, ada yang menyatakan bahwa kelapa sawit berasal dari Amerika Selatan yaitu Brazil karena lebih banyak ditemukan spesies kelapa sawit di hutan Brazil dibandingkan dengan Afrika, pada kenyataannya tanaman kelapa sawit hidup subur diluar daerah asalnya, seperti Malaysia, Indonesia, Thailand, dan Papua Nugini. Bahkan mampu memberikan hasil produksi per hektar yang lebih tinggi. Kelapa sawit pertama masuk ke Indonesia pada tahun 1848, dibawa dari Mauritius dan Amsterdam oleh seorang warga Belanda. Bibit kelapa sawit yang berasal dari kedua tempat tersebut masing-masing berjumlah dua batang dan pada tahun itu juga ditanam di Kebun Raya Bogor. Kelapa sawit kini telah menyebar di Indonesia, bahkan sebagian besar perkebunan rakyat telah dialih fungsikan menjadi kebun kelapa sawit. Pengembangan perkebunan tidak hanya diarahkan pada sentra-sentra produksi seperti Sumatera dan Kalimantan, tetapi daerah potensi pengembangan seperti Sulawesi dan Irian Jaya terus dilakukan.

Ciri-ciri fisiologi kelapa sawit yaitu:

- Daun Daun kelapa sawit merupakan daun majemuk berwarna hijau tua, pelapah berwarna sedikit lebih muda. Penampilannya sangat mirip dengan tanaman salak hanya saja dengan duri yang tidak terlalu keras dan tajam.
- Batang Batang tanaman diselimuti bekas pelapah hingga umur ± 12 tahun. Setelah umur ± 12 tahun pelapah yang mengering akan terlepas sehingga menjadi mirip dengan tanaman kelapa.
- Akar Akar serabut tanaman kelapa sawit mengarah ke bawah dan samping. Selain itu juga terdapat beberapa akar napas yang tumbuh mengarah ke samping atas untuk mendapatkan tambahan aerasi.

- Bunga Bunga jantan dan betina terpisah dan memiliki waktu pematangan berbeda sehingga sangat jarang terjadi penyerbukan sendiri. Bunga jantan memiliki bentuk lancip dan panjang sementara bunga betina terlihat lebih besar dan mekar.
- Buah Buah sawit mempunyai warna bervariasi dari hitam, ungu, hingga merah tergantung bibit yang digunakan.

b. Kajian Penelitian yang Relevan

Andy Muliana, 2015. *Penetapan harga tandan buah segar kelapa sawit di Sumatera selatan dari perspektif pasar monopoli bilateral*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga TBS ditetapkan pemerintah daerah telah melindungi petani plasma dari kemungkinan harga pasar monopsoni yang dapat terjadi tanpa intervensi kebijakan. Namun tingkat harga TBS tersebut dalam perspektif pasar monopoli bilateral, dimana KUD merepresentasikan petani sebagai monopolis, masih cenderung lebih dekat ke harga monopsonis.

Elisa Wildayana, 2016. *Pendekatan Pengendalian Fluktuasi Harga Tandan Buah Segar Terhadap Pendapatan Petani Kelapa Sawit*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan produksi TBS yang nyata antara petani plasma dan petani lokal karena semua petani menggunakan input produksi yang sama. Pendapatan petani berbeda nyata dimana pendapatan petani plasma lebih besar (Rp29,33 Juta/ha/tahun) dan petani lokal sebesar Rp22,67 Juta/ha/tahun, demikian juga penerimaan petani berbeda nyata yang disebabkan oleh perbedaan harga TBS, walaupun produksi petani plasma lebih rendah dari petani lokal.

Lisa Nesti, Firwan Tan, Endrizal Ridwan, Rika Ampuh Hadiguna 2018. *Government Policy Analysis Of Sales Realization At The Independet Farmer Price Of Ffb In West Sumatera Province*. Jurnal Teknologi Industri Pertanian. Penelitian menunjukkan bahwa kondisi saat ini dimana pasokan TBS petani swadaya dengan permintaan TBS dari pabrik pengolahan kelapa sawit di Provinsi Sumatera Barat sering terjadinya *over supply* TBS. oleh sebab itu PKS dapat menekan harga jual TBS petani swadaya. Dengan menggunakan *Error Correction Model* (ECM) dinyatakan bahwa harga TBS realisasi penjualan ditingkat Pengumpul, harga CPO realisasi penjualan ekspor dan lokal, harga kernel realisasi penjualan ekspor dan lokal terbukti berpengaruh nyata terhadap penetapan harga TBS realisasi penjualan ditingkat petani swadaya tapi kebijakan pemerintah terkait penetapan harga TBS belum berpengaruh nyata terhadap harga realisasi penjualan ditingkat Petani Swadaya.

Anggresia Helfrida Tobing, 2016, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Tandan Buah Segar di Sumatra*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa produksi kelapa sawit tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga Tandan Buah Segar kelapa sawit di Provinsi sumatra Selatan. Hal ini didasarkan pada nilai *t* Hitung yang lebih kecil daripada *t* tabel. Tidak terdapatnya pengaruh antara produksi kelapa sawit terhadap harga TBS, dikarenakan peningkatan hasil buah kelapa sawit tidak diimbangi dengan permintaan produksi TBS oleh perusahaan pengelolaan kelapa sawit untuk di olah.

c. Kerangka Pikir

Tjiptono (1997:151) mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Kemudian Tjiptono mengatakan bahwa harga dapat dipadankan dengan hal lain seperti iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honor, SPP, dan sebagainya. Harga dapat dilihat dari sudut pandang lain seperti pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Alexander Sindoro dan Benyamin Molan (2012: 318), menjelaskan ada empat ukuran yang dapat mencirikan harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing.

Kabupaten Pasangkayu merupakan Kabupaten yang memberi sumbangsih hasil perkebunan Kelapa sawit yang cukup besar, Petani kelapa sawit yang memiliki perkebunan lalu di panen dan

dijual dalam bentuk tandan Buah Segar seringkali mengalami ketidak merataan harga, hal ini terjadi karena ketika petani menjual tandan buah segar kepada agen pengumpul, diduga terdapat permainan harga bahkan kesenjangan harga ketika agen membeli kepada petani, lalu agen kembali menjualnya ke pabrik.

3. METODE

a. Desain Dan Jenis Penelitian

Desain yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bertujuan untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data yang dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai penentuan harga tandan buah segar pada Kabupaten Pasangkayu. Jenis penelitian yang di gunakan deskriptif kualitatif..

b. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah Kecamatan Sarudu, Kabupaten Pasangkayu, Provinsi Sulawesi Barat. Waktu dalam penelitian ini tidak dibatasi, peneliti akan terus melakukan penelitian hingga mendapat informasi yang cukup.

c. Unit Analisis dan Penentan Informan

Penelitian ini akan meneliti lebih lanjut mengenai penentuan harga tandan buah segar pada Kabupaten Pasangkayu, penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik sampling *snowball*. Teknik *snowball* adalah metode sampling di mana informan diperoleh melalui proses bergulir dari satu informan ke informan yang lain.

d. Metode Pengumpulan Data

- 1) Observasi secara partisipan (*participant observation*) yaitu peneliti akan terlibat dengan subjek yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.
- 2) Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yaitu melalui hubungan pribadi antara peneliti dengan sumber data. Wawancara dilakukan karena ada anggapan bahwa hanya subjeklah yang mengerti tentang diri mereka sendiri sehingga informasi yang tidak didapatkan melalui pengamatan atau alat lain, akan diperoleh melalui wawancara.
- 3) Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel kalau didukung oleh dokumen-dokumen yang bersangkutan.

e. Teknik Analisis Data

1) Reduksi Data (*Reduction Data*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemisahan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Laporan atau data yang diperoleh di lapangan akan dituangkan dalam bentuk uraian yang lengkap dan terperinci. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya akan cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya.

2) Data Display

Setelah data reduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, dan sejenisnya.

3) Verifikasi dan penegasan kesimpulan

Data yang telah dianalisis, dijelaskan dan dimaknai dalam bentuk kata-kata untuk mendeskripsikan fakta yang ada di lapangan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kemudian diambil intisarinnya.

f. Pengecekan Keabsahan Temuan

Keabsahan data dapat dicapai dengan menggunakan proses pengumpulan data yang tepat, salah satu caranya yaitu dengan proses triangulasi, menurut triangulasi ialah teknik pemeriksaan keabsahan

data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan :

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- 3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
- 4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kondisi Geografis

Kabupaten Pasangkayu yang beribukota di Pasangkayu terletak di bagian utara Provinsi Sulawesi Barat atau pada bagian barat dari Pulau Sulawesi. Secara astronomis, Kabupaten Pasangkayu yang termasuk dalam wilayah Indonesia tengah ini terletak di sekitar garis khatulistiwa, dengan koordinat antara 00°40'10" hingga 10°50'12" Lintang Selatan dan 119°25'26" hingga 119°50'20" Bujur Timur. Wilayah Kab. Pasangkayu berbatasan langsung dengan Selat Makasar di sebelah barat, Kabupaten Mamuju di sebelah selatan dan Provinsi Sulawesi Tengah (Kab. Donggala) di sebelah utara dan timur.

Kabupaten Pasangkayu merupakan Kabupaten terluas kedua di Provinsi Sulawesi Barat setelah Kabupaten Mamuju. Kabupaten Pasangkayu memiliki luas wilayah 3.043,75 km² atau sekitar 17,39% dari luas wilayah Provinsi Sulawesi Barat. Kabupaten Pasangkayu secara administrasi pemerintahan terdiri atas 12 kecamatan. Kecamatan Dapurang merupakan kecamatan terluas (930,06 km²), sedangkan kecamatan dengan luas terkecil adalah Kecamatan Sarjo (36,49 km²). Berdasarkan kondisi topografi wilayah, Kabupaten Pasangkayu memiliki karakteristik bentang lahan yang sangat beragam. Secara umum ketinggian wilayah ini berada pada 0-2.175 meter di atas permukaan laut (dpl) dengan kelerengan lahan yang didominasi oleh datar (0-2%) sebesar 36,59%, diikuti curam (>40%) sebesar 25,04%. Kelerengan lahan merupakan salah satu faktor dalam menentukan kesesuaian atau daya dukung lahan. Sebagaimana daerah-daerah lain di Indonesia, Kabupaten Pasangkayu beriklim tropis yang memiliki dua musim. Selain itu memiliki karakter cuaca dengan suhu udara yang bertemperatur tinggi. Pada tahun 2016, curah hujan Kabupaten Pasangkayu bervariasi dengan curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Oktober (402 mm³). Sementara jumlah hari hujan tertinggi pada bulan Mei, November, dan Desember yang mencapai 27 hari.

b. Analisis Hasil Penelitian

Penetapan harga pembelian tandan buah segar dilakukan oleh Gubernur setiap Provinsi, harga tandan buah segar pada Kabupaten Pasangkayu ditentukan oleh Gubernur Provinsi Sulawesi Barat, penetapan harga dilakukan minimal satu kali sebulan. Penetapan harga dibantu oleh Tim Penetapan Harga Pembelian TBS (Tandan Buah Segar) yang dibentuk oleh Gubernur dengan keanggotaan berasal dari unsur pemerintah Provinsi dan kabupaten/kota yang membidangi perkebunan, perusahaan perkebunan dan atau asosiasi pengusaha kelapa sawit, dan perwakilan petani yang meliputi kelembagaan pekebun atau asosiasi petani kelapa sawit. Harga CPO (*Crude Palm Oil*) atau minyak sawit mentah didalam negeri sangat ditentukan oleh keadaan harga di Kualalumpur, dan Rotterdam. Harga CPO di Rotterdam sangat terkait situasi permintaan dan penawaran minyak kedelai sebagai bahan substitusi penting minyak goreng asal kelapa sawit. Produk akhir yang paling menentukan gejolak harga dalam industri kelapasawit adalah minyak goreng. Harga minyak goreng merupakan acuan utama harga CPO, selanjutnya harga CPO merupakan acuan utama bagi harga TBS.

Kebijakan pemerintah untuk menghindari pengaruh negatif perubahan harga dunia, pemerintah mengeluarkan serangkaian kebijakan harga TBS yang diharapkan dapat melindungi petani. Kebijakan pemerintah dalam menentukan harga TBS akan mempengaruhi kemampuan petani kelapa sawit untuk memproduksi, harga TBS ditentukan berdasarkan harga ekspor minyak kelapa sawit. Hal ini berarti kemampuan petani kelapa sawit dalam memproduksi sangat dipengaruhi oleh perekonomian dunia. Sejak tahun 1978 harga TBS ditentukan sebesar 14% dari harga ekspor CPO. Kemudian pada tahun 1987 harga pembelian dari perusahaan inti harus didasarkan pada Surat Keputusan Menteri Pertanian NO. 43/Ktps/Kb.3202/1987 dengan ketentuan bahwa harga TBS 14% dari harga ekspor CPO dan harga ekspor minyak inti sawit

Harga yang telah ditentukan oleh pemerintah hanya sampai kepada perusahaan saja, adapun harga yang diberikan pengepul sebagai distributor hasil panen petani hingga sampai di pabrik tidak ditentukan oleh pemerintah. Informasi ini diperoleh dari informan Pak Aco, yang merupakan pengepul sekaligus sebagai Kepala Dusun Doda.

Berdasarkan informasi dari dua informan diatas maka dapat dianalisis bahwa peran pemerintah dalam menentukan, mengawasi dan memberikan sanksi sebagaimana peraturan perundang-undangan, hanya berlaku sampai kepada pihak perusahaan saja. Fenomena selanjutnya yang ditemukan peneliti selama melakukan penelitian, meski pemerintah telah menetapkan harga yang sama rata kepada semua perusahaan ternyata terjadi perbedaan harga tiap-tiap perusahaan ketika membeli hasil panen tandan buah segar, sebagaimana informasi yang diberikan Pak Muhammad Mirsad selaku karyawan pada PT Awana.

Indonesian Sustainable Palm Oil System (ISPO) adalah suatu kebijakan yang diambil oleh Pemerintah Indonesia dalam hal ini Kementerian Pertanian dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing minyak sawit Indonesia di pasar dunia dan ikut berpartisipasi dalam rangka memenuhi komitmen Presiden Republik Indonesia untuk mengurangi gas rumah kaca serta memberi perhatian terhadap masalah lingkungan. ISPO dibentuk pada tahun 2009 oleh pemerintah Indonesia untuk memastikan bahwa semua pihak pengusaha kelapa sawit memenuhi standar pertanian yang diizinkan. ISPO merupakan standar nasional minyak sawit pertama bagi suatu negara, dan negara lain kini mencoba mempertimbangkan untuk mengimplementasikan standar serupa di antara produsen minyak sawit. Beberapa hal yang diterapkan dalam pembukaan lahan kelapa sawit baru sesuai prinsip ISPO yaitu:

- 1) Tersedia SOP/ Instruksi atau prosedur teknis pembukaan lahan baru kelapa sawit.
- 2) Pembukaan lahan dilakukan tanpa bakar dan memperhatikan konservasi lahan.
- 3) Sebelum pembukaan lahan dilakukan, pelaku usaha wajib melakukan studi kelayakan dan AMDAL
- 4) Lahan tidak dapat ditanami dengan kemiringan < 30%, lahan gambut dengan kedalaman < 3 meter dan hamparan lebih dari 70%; lahan adat, sumber air, situs sejarah dan sebagainya tetap dijaga kelestariaanya.
- 5) Untuk pembukaan lahan gambut hanya dilakukan pada lahan kawasan budidaya dengan ketebalan gambut 3 meter, kematangan *saprik* (matang) dan *hemik* (setengah matang) dan di bawah gambut bukan merupakan lapisan pasir kuarsa atau lapisan tanah sulfat asam serta mengatur drainase untuk mengurangi emisi gas rumah kaca.
- 6) Khusus untuk lahan gambut harus dibangun sistem tata air (*water management*) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 7) Pembuatan sarana jalan, terasering, rorak, penanaman tanaman penutup tanah dalam rangka konservasi lahan.

ISPO dikritik karena tidak melibatkan LSM dan auditor independen. Namun dapat dikatakan lebih baik dibandingkan RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*) karena bersifat mengikat bagi perusahaan perkebunan kelapa sawit yang ada di Indonesia. Sedangkan RSPO bersifat sukarela. Rosediana Suharto, salah satu dewan eksekutif ISPO menyatakan pemerintah mewajibkan seluruh pemilik perkebunan untuk bersertifikat hingga tahun 2015. Pemerintah pun akan melarang ekspor produk minyak sawit mentah atau CPO (*Crude Palm Oil*) jika perusahaan tidak mengantongi sertifikat ISPO mulai tahun 2014.

Delivery Order (DO) merupakan sebuah dokumen yang berperan sebagai surat perintah penyerahan barang yang telah dipesan dengan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli yang ditujukan kepada bagian gudang sebuah perusahaan, dalam hal ini DO merupakan surat jalan yang

berasal dari para *supplier*, pengangkutan TBS ke pabrik kelapa sawit dilakukan oleh lembaga kelompok tani. Namun sebelumnya, kelompok tani atau koperasi harus memiliki kontrak (SPK) dengan pihak manajemen pembeli/pabrik kelapa sawit yang bersangkutan. Kelompok tani atau koperasi yang harus mengurus pembayaran TBS dari pabrik, lalu menyampaikan kepada para petani. Oleh karena itu pengepul maupun petani yang hendak mengantar langsung TBS ke pabrik kelapa sawit harus memiliki kontrak kerja sama dengan perusahaan, jika tidak memiliki kontrak maka harus melalui pemilik DO dengan konsekuensi adanya potongan Rp5/Kg nya.

Berdasarkan informasi dari Pak Dalle, perbedaan harga memang terjadi antar pengepul, adapun jumlah pengeluaran pengepul untuk gaji pekerja, dikeluarkan berdasarkan berapa yang telah pengepul sepakati dengan pekerjanya, maka dalam hal ini tidak ada aturan yang mengikat atau standarisasi berapa jumlah pengeluaran pengepul. Adapun jika terdapat pengepul yang menawarkan harga lebih tinggi, Pak Dalle menambahkan:

“Kalau ada kita dapat pengepul yang lebih tinggi harganya, pasti itu pembeli baru, wajarkan kasi harga tinggi karena masih mencari pelanggan, kalau kita ini yang lama mi, yah standar mi” (Wawancara pada tanggal 10 September 2020).

Berdasarkan hasil wawancara di atas didapatkan informasi bahwa faktor-faktor yang menjadi penyebab mengapa terjadi perbedaan harga antar pengepul satu dengan yang lainnya adalah besar keuntungan yang ingin dicapai pengepul, namun hal menarik yang disampaikan oleh Pak Mirsad perihal permainan timbangan, hal ini senada dengan yang disampaikan Hj. Rukmana selaku petani, beliau mengatakan :

“Sultan itu sosok sekali timbangannya, dulu itu ada sawitku dua karung, sama beratnya 25 kg, sudahmi na timbang Cau, tapi satu karung ji naambil karena nda bisami na bawa itu satu karungnya lagi, jadi ini Aril, nabawa itu satu karung ke rumahnya Sultan, jual sama dia mi, pas natimbang ulang masa sisa 17 kg padahal jelas-jelas sama cau tadi 25 kg.” (Wawancara pada tanggal 12 September 2020).

Informasi yang diberikan Pak Mirsad perihal jangan tergiur dengan harga mahal, sebab bisa saja terjadi permainan timbangan diperkuat oleh penuturan Hj. Rukmana sebagai petani yang pernah menimbang sawit yang sama pada pengepul yang berbeda, dan terjadi perbedaan timbangan yang sangat drastis, dari 25kg, berubah menjadi 17kg di hari yang sama. Dalam berbisnis tentu saja semua orang ingin mendapatkan keuntungan yang besar dengan mengeluarkan biaya sekecil-kecilnya, namun jika terjadi permainan timbangan maka ini merupakan sebuah bentuk kecurangan dalam berbisnis, kecurangan merupakan tindakan yang disengaja oleh perorangan atau kesatuan untuk menipu orang lain dan menyebabkan kerugian.

c. Pembahasan

1) Perbedaan harga tandan buah segar

Harga tandan buah segar (TBS) kelapa sawit berkorelasi dengan harga CPO, hal ini dapat terjadi karena penetapan harga TBS mengacu pada harga CPO. (Rahman 2015).

Jika jumlah minyak sawit berlimpah dan lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan jumlah yang diminta konsumen maka harga akan turun. Sebaliknya, jika jumlah yang mampu diproduksi oleh produsen lebih sedikit dari jumlah yang diminta oleh konsumen maka harga akan naik. Namun saat ini banyak pelaku pasar yang bermin curang, inilah yang disebut spekulasi. Kegiatan spekulasi adalah suatu aktivitas untuk mempermainkan harga dengan mengatur jumlah produk yang beredar dipasaran. Naik turunnya harga sawit yang berimbas pada tidak menentunya kehidupan petani penanam sawit telah mencerminkan betapa rentannya perekonomian dan kedaulatan pangan kita. Menjadi negara pengekspor hasil pertanian bukan berarti rakyat Indonesia bisa mencukupi kebutuhan pangannya sendiri. Fakta menunjukkan, saat ini Indonesia menjadi pengimpor gandum, kedelai, susu, daging dan gula dalam jumlah yang sangat besar untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri (sugandi,2008).

Penentuan harga tetap di bawah dominasi perusahaan perkebunan, komponen penentuan harga TBS sangat ditentukan oleh perhitungan perusahaan, sehingga ketika perusahaan tidak mau membeli atau memberikan harga yang rendah, petani petani tidak ada perlindungan. Sesungguhnya jika mengacu kepada Undang-Undang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani, perlindungan petani pekebun seharusnya dilakukan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Sayangnya Undang-Undang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani tidak jelas memberikan perlindungan kepada petani

pekebun karena memandatkan kepada peraturan perundang-undangan. Sayangnya lagi Undang-Undang Perkebunan juga tidak mengaturnya kategori petani mana yang harus mendapatkan perlindungan.

2) Perbedaan perilaku pengepul dalam memberikan harga

Peran Pemerintah mengenai harga TBS kelapa sawit hanya sampai pada penetapannya saja, namun tidak ada tindakan lebih lanjut berupa pengawasan terhadap harga yang diterima petani, hal ini berakibat terjadi harga yang tidak merata baik harga dari perusahaan maupun pengepul, penetapan harga TBS di tingkat petani tidak bisa dipandang sebelah mata, karena perkebunan rakyat berkontribusi sebesar 41% dari total luas perkebunan sawit nasional, sementara sisanya perkebunan swasta 54%, dan perkebunan Negara 5%. Tidak ikut sertanya pemerintah dalam melakukan pengawasan terhadap harga yang diberikan pengepul, maka pengepul memiliki wewenang menentukan harga yang berorientasi kepada keuntungan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Jayadi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan maka dapat diketahui bahwa tidak adanya peran pemerintah dalam bentuk pengawasan terhadap proses penentuan harga TBS dari pengepul kepada petani. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andy Muliana pada tahun 2015, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah telah memberikan perlindungan kepada petani dari intervensi harga pasar. Pada penelitian ini mengemukakan bahwa pemerintah berperan aktif dalam mengawasi dan menjamin harga yang diterima oleh petani sesuai dengan kebijakan pemerintah.

Petani harus berhati-hati dengan penawaran harga yang tinggi, sebab penawaran harga yang tinggi bisa saja terjadi kecurangan didalamnya. Manipulasi timbangan ini bertolak belakang dengan etika bisnis dan jika tersu dibiarkan maka akan merugikan petani. Setiap timbangan pengepul semestinya harus rutin untuk dilakukan pengujian kenormalan secara berkala, maka dibutuhkanlah kembali peran pemerintah untuk melakukan pengawasan.

Peneliti dapat menyimpulkan faktor yang sangat berpengaruh terhadap harga TBS yang diterima oleh petani berdasarkan analisis di lokasi penelitian dan berdasarkan pada penelitian terdahulu bahwa faktor yang paling mempengaruhi adalah kualitas buah, transportasi, upah tenaga angkut dan upah tenaga penimbang.

Ke empat faktor yang sangat berpengaruh ini akan menentukan harga yang akan diterima oleh petani. Kualitas buah merupakan peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah, biaya transportasi merupakan biaya yang sangat berpengaruh dalam operasional bisnis pengepul, adapun upah tenaga angkut dan tenaga penimbang disesuaikan besarnya dengan perjanjian awal pengepul dengan pekerja.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Pemerintah memberi kebijakan harga yang sama untuk semua perusahaan kelapa sawit, namun perbedaan kepemilikan sertifikat ISPO dan RSPO setiap perusahaan kelapa sawit mempengaruhi kebijakan harga yang ditawarkan setiap perusahaan, sertifikat ISPO dianggap lebih kuat menjawab soal status legalitas perusahaan dan praktik lingkungan. Sementara sertifikat RSPO memberi keyakinan pada pasar akan kelapa sawit yang ramah lingkungan.
- b. Perbedaan harga yang diterima oleh petani juga dipengaruhi oleh perilaku pengepul dalam menentukan harga, setiap pengepul mengeluarkan biaya yang berbeda jumlahnya, biaya yang dimaksud adalah transportasi, upah pekerja, jarak, kualitas buah, dan biaya operasional serta besarnya keuntungan yang ingin didapatkan pengepul. Meski pengepul menawarkan harga yang berbeda petani tidak dapat menjual kepada pengepul yang lain jika memiliki pinjaman kepada pengepul, baik uang tunai, pupuk, racun maupun bibit kelapa sawit.

6. REFERENSI

- Abubakar, Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2008. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta..
- Al Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 30
- Al Qur'an Surah An Nisa ayat 29
- Al Qur'an Surah Al-Furqan ayat 30
- Astuti. N.K.S. 2015. *Kondisi Sosial Ekonomi Petani Kelapa Sawit di Desa Gunung Sari Kecamatan Pasangkayu Kabupaten Mamuju Utara Propinsi Sulawesi Barat*.
- B.P Sitepu. 2012. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya
- Badan Pusat Statistik. 2007. *Pembakuan Statistik Perkebunan*. Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2007. *Pembakuan Statistik Perkebunan*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Statistik Perkebunan Pasangkayu*. Dinas Perkebunan Pasangkayu.
- Badan Pusat Statistik.2016. *Statistik Perkebunan Pasangkayu*. Dinas Perkebunan Pasangkayu.
- Dar, M.H, Sarkum, Sumitro, Nasution, A.P, Mustamu, N.E (2018) *Strategies to Overcome the Selling Price Fluctuations of Palm Oil Fresh Fruit Bunches (FFB): The Farmers Efforts in Welcoming Industry 4.0*
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2015. *Statistik Perkebunan Indonesia*
- Direktorat Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil (PPHP) Kementerian Pertanian
- Dinas Perkebunan Indonesia. 2007. *Statistik Perkebunan Indonesia*.
- Harman, Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. Alfabeta
- Islahi, Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah, Bina Ilmu, Surabaya, 1997, hlm. 107.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta.
- May, Z, & Amaran, M. H. (2011). *Automated Oil Palm Fruit Grading System using Artificial Intelligence*. *International Journal of Video & Image Processing and Network Security IJVIPNS-IJENS* Vol: 11 No: 03. Hlm 30-35.
- Muliana, Andy. 2015 . *Penetapan harga tandan buah segar kelapa sawit di Sumatera selatan dari perspektif pasar monopoli bilateral*. *Jurnal Ekonomi*.
- Nuryadin,B.M. 2007. *Harga Dalam Perspektif Islam*, Jurnal, Vol. IV, No. 1
- Nurzam. 2020. *Strategi Pemasaran Cpo (Crude Palm Oil) Pada Pt. Bio Nusantara Teknologi Bengkulu Tengah*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (Jam-Ekis)*
- Owolarafe, O.K & Arumughan, C. 2007. *A Review of Oil Palm Fruit Plantation and Production under the Contract Growers Scheme in Andhra Pradesh and Tamil Nadu States of India*. *Agricultural Engineering International: the CIGR Ejournal*. Invited Overview No. 4, Vol. IX. Hlm 1- 17.
- Purwadi. Maria, Y.T. Budiharjo. Kadarwat. Simbolon R.F (2018) *Kajian Dampak Fluktuasi Harga Minyak Kelapa Sawit Dunia Terhadap Harga Tandan Buah Segar Ditingkat Petani*.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Op.Cit., hlm. 314.
- Rahman, A. Malik, A. Siata, R. 2018. *Identifikasi Faktor Penentu Besaran Indeks “K” Dan Kebijakan Penetapan Harga Tbs Kelapa Sawit Pola Kemitraan Di Kabupaten Muaro Jambi*, *Journsl of Agribusiness and Local Wisdom*
- Rahman, Andi. 2018. *Identifikasi Faktor Penentu Besaran Indeks “K” Dan Kebijakan Penetapan Harga TBS Kelapa Sawit Pola Kemitraan Di Kabupaten Muaro Jambi*
- Sipayung, Tungkot dan purba J.H.V. 2015. *Ekonomi Agribisnis Minyak Sawit*. Palm Oil Agibusiness Policy Istitute.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*, In Media, Yogyakarta.

Competitiveness

p-ISSN: 1978-3035 – e-ISSN: 2775-4677

Vol. 10, Nomor 2 | Juli – Desember, 2021

Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2012.. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2012. Service, *Pemasaran Strategik Quality Satisfaction*. Yogyakarta..

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi pemasaran*, Yogyakarta.

Wati, Erda dan Yanti, Novi. 2020. *Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit Di Kabupaten Pasaman*. e-Jurnal Apresiasi Ekonomi.

Wildayana, Elisa (2016) *Pendekatan Pengendalian Fluktuasi Harga Tandan Buah Segar Terhadap Pendapatan Petani Kelapa Sawit*. Jurnal Ekonomi.