



Penguatan Kapasitas Petani Sawit dalam Menentukan Strategi Penjualan TBS yang Menguntungkan: Kasus Petani Gampong Teupin Panah Kecamatan Kaway XVI Aceh Barat

Syahril Syahril¹, M. Nasir^{2*}, Saiful Badli³, Helmi Noviar⁴, Affandi⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teuku Umar

*Corresponding Author: m.nasir@utu.ac.id

ABSTRACT

This community service activity was carried out with the aim of strengthening the capacity of oil palm farmers in formulating more profitable strategies for selling Fresh Fruit Bunches (FFB) in Teupin Panah Village, Kaway XVI District, West Aceh Regency. The problems faced by farmers include low FFB selling prices, high dependence on middlemen, lengthy marketing chains, and limited access to market price information. The implementation of the activity employed a participatory approach consisting of socialization, training, and direct field assistance. The materials delivered included an understanding of the FFB price formation mechanism, determining the optimal harvesting time, techniques for maintaining fruit quality, and selecting more efficient marketing channels.

The results of the activity showed an improvement in farmers' understanding of FFB selling strategies, enhanced ability to determine harvesting time and maintain harvest quality, as well as better access to and utilization of market price information. In addition, there was a behavioral change in selling activities, where farmers began comparing prices before selling, reducing dependence on middlemen, and considering direct sales to palm oil mills (POMs). Another visible impact was the increased efficiency of marketing costs and the growth of farmers' income margins. Overall, the capacity strengthening through this activity proved effective in improving farmers' bargaining position within the FFB marketing system and contributed to enhancing the welfare of smallholder oil palm farmers.

ARTICLE HISTORY

Submitted 17 Maret 2026
Revised 19 Mei 2026
Accepted 20 Mei 2026

KEYWORDS

Community service; Fresh Fruit Bunches (FFB); sales strategy ; oil palm farmers; West Aceh.

PENDAHULUAN

Kelapa sawit merupakan komoditas perkebunan yang memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian, baik di tingkat nasional maupun regional (Syahril et al., 2022). Indonesia sebagai salah satu produsen utama minyak kelapa sawit dunia menjadikan sektor ini sebagai penyumbang devisa sekaligus sumber penghidupan utama bagi masyarakat di pedesaan, khususnya petani sawit rakyat (Putriana et al., 2023). Selain itu, usaha perkebunan kelapa sawit juga berkontribusi dalam membuka kesempatan kerja, menggerakkan ekonomi wilayah, serta mendorong pembangunan berbasis sektor agribisnis (Darma et al., 2024; Syahril et al., 2021)).

Di Kabupaten Aceh Barat, perkebunan kelapa sawit termasuk sektor yang berperan signifikan dalam menopang ekonomi masyarakat. Sebagian besar rumah tangga di wilayah pedesaan menggantungkan pendapatan utama mereka dari hasil penjualan Tandan Buah Segar (TBS). Namun demikian, petani masih menghadapi berbagai tantangan dalam sistem pemasaran, seperti ketidakstabilan harga, lemahnya daya tawar, terbatasnya akses informasi pasar, serta panjangnya jalur distribusi pemasaran (Rahayu et al., 2021).

HOW TO CITE (APA 6th Edition):

Last Name, First Name. (Year). Title. Jurnal Pengabdian Agro and Marine Industry. Volume(Issue), page.

*CORRESPONDANCE AUTHOR: | DOI:



© 2021 The Author(s). Published by Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Permasalahan pemasaran TBS pada umumnya disebabkan oleh pola penjualan yang masih didominasi oleh pedagang pengumpul atau tengkulak. Kondisi ini membuat petani tidak memperoleh harga yang optimal karena adanya perbedaan margin yang cukup besar antara tingkat petani dan pabrik kelapa sawit (PKS) (Pratama et al., 2024). Di sisi lain, rendahnya pemahaman petani terhadap standar mutu TBS yang ditetapkan pabrik juga turut memengaruhi terjadinya potongan harga akibat kualitas panen yang belum memenuhi standar (Wildayana, 2016).

Rahayu et al. (2021) menjelaskan bahwa semakin panjang rantai distribusi pemasaran, semakin besar bagian keuntungan yang terserap oleh pihak perantara, sehingga porsi pendapatan petani menjadi lebih kecil. Hal ini menunjukkan bahwa inefisiensi sistem pemasaran menjadi salah satu faktor utama rendahnya pendapatan petani sawit rakyat. Selain itu, Putriana et al. (2023) juga menegaskan bahwa keterbatasan akses informasi harga serta lemahnya kelembagaan petani menyebabkan posisi tawar petani menjadi rendah dalam proses penentuan harga TBS (Syahril et al., 2024).

Kondisi serupa juga ditemukan pada petani sawit di Gampong Teupin Panah, Kecamatan Kaway XVI, Kabupaten Aceh Barat. Sebagian besar petani masih menggunakan pola pemasaran tradisional dengan ketergantungan yang tinggi terhadap tengkulak. Di samping itu, kemampuan petani dalam menyusun strategi penjualan seperti penentuan waktu panen, pengelolaan kualitas buah, pemahaman dinamika harga, serta pemilihan saluran pemasaran yang lebih efisien masih tergolong terbatas. Situasi ini menyebabkan margin keuntungan yang diperoleh petani belum maksimal.

Menurut Fauzi (2024), peningkatan kapasitas petani sawit perlu diarahkan pada penguatan pengetahuan pemasaran, perluasan akses informasi harga, serta penguatan kelembagaan kelompok tani agar posisi tawar petani dalam rantai pemasaran menjadi lebih kuat. Sejalan dengan itu, Darma et al. (2024) menyatakan bahwa peningkatan kemampuan manajerial dan strategi pemasaran petani dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha perkebunan kelapa sawit.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang difokuskan pada penguatan kapasitas petani sawit dalam menentukan strategi penjualan TBS yang lebih menguntungkan. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman petani mengenai strategi pemasaran yang efektif, memperbaiki kualitas TBS, memperluas akses informasi pasar, serta pada akhirnya meningkatkan margin keuntungan petani kelapa sawit.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Kelapa Sawit dan Tandan Buah Segar (TBS)

2.1.1. Pengertian Kelapa Sawit

Definisi Kelapa Sawit

Kelapa sawit merupakan tanaman perkebunan yang menghasilkan minyak nabati dengan nilai ekonomi yang tinggi baik di pasar nasional maupun internasional. Komoditas ini dikategorikan sebagai tanaman strategis karena menghasilkan Crude Palm Oil (CPO) yang menjadi bahan baku utama berbagai industri, seperti pangan, kosmetik, energi, serta berbagai produk turunan lainnya (Sianturi et al., 2021). Selain itu, kelapa sawit juga memiliki tingkat produktivitas minyak yang lebih tinggi dibandingkan dengan tanaman penghasil minyak nabati lainnya, sehingga menjadikannya sebagai salah satu komoditas unggulan di Indonesia (Barus & Ernah, 2024).

Perkembangan perkebunan kelapa sawit di Indonesia berlangsung sangat pesat seiring dengan dukungan kondisi iklim tropis yang sangat sesuai untuk pertumbuhan tanaman ini. Di samping itu, sektor kelapa sawit juga menjadi bagian

penting dari agribisnis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat di wilayah pedesaan, mulai dari kegiatan budidaya, pengolahan, hingga proses pemasaran hasil produksi (Mustofa & Bakce, 2022).

Peranan kelapa sawit dalam perekonomian nasional dan daerah

Kelapa sawit memiliki kontribusi yang sangat penting bagi perekonomian nasional karena merupakan salah satu komoditas ekspor utama Indonesia. Sektor industri kelapa sawit memberikan dampak signifikan terhadap penerimaan devisa negara, pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat di wilayah pedesaan (Barus & Ernah, 2024). Selain itu, perkebunan kelapa sawit rakyat juga berperan dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals (SDGs)*, terutama dalam aspek pengentasan kemiskinan dan peningkatan pendapatan masyarakat (Barus & Ernah, 2024).

Pada level daerah, sektor perkebunan kelapa sawit menjadi salah satu penggerak utama ekonomi lokal karena mampu menumbuhkan berbagai aktivitas ekonomi di sektor transportasi, perdagangan, jasa, hingga industri pengolahan. Kehadiran industri ini juga berkontribusi dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja di pedesaan sekaligus menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak rumah tangga petani (Mustofa & Bakce, 2022).

Di berbagai wilayah sentra produksi kelapa sawit, termasuk Kabupaten Aceh Barat, komoditas ini menjadi salah satu penopang utama perekonomian masyarakat. Tingkat pendapatan petani sawit sangat dipengaruhi oleh produktivitas kebun, fluktuasi harga Tandan Buah Segar (TBS), serta efektivitas sistem pemasaran yang digunakan. Oleh karena itu, pengelolaan usaha tani yang baik serta strategi pemasaran yang tepat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kesejahteraan petani sawit rakyat (Sianturi et al., 2021).

Karakteristik usaha tani kelapa sawit rakyat

Usahatani kelapa sawit rakyat merupakan kegiatan budidaya yang dijalankan secara mandiri oleh masyarakat dengan kepemilikan lahan yang umumnya relatif kecil. Ciri khas dari usahatani ini antara lain skala lahan yang terbatas, penerapan teknologi yang masih sederhana, tingkat produktivitas yang belum optimal, serta keterbatasan dalam hal modal dan akses terhadap pasar (Aznur et al., 2020).

Di samping itu, petani sawit rakyat juga kerap menghadapi berbagai hambatan, seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia, terbatasnya akses pembiayaan, lemahnya kelembagaan petani, serta ketergantungan pada pedagang pengumpul dalam proses pemasaran TBS. Kondisi tersebut menyebabkan posisi tawar petani menjadi lemah dalam menentukan harga jual hasil panen (Zen et al., 2021).

Mustofa dan Bakce (2022) menyebutkan bahwa mayoritas petani sawit rakyat mengelola lahan dengan luas sekitar 1–5 hektare dengan sistem budidaya yang masih tradisional. Selain itu, tingkat produktivitas dan pendapatan petani sangat dipengaruhi oleh faktor pengalaman, penggunaan input produksi seperti pupuk, kualitas bibit yang digunakan, serta kemampuan petani dalam mengelola strategi pemasaran hasil panen.

Dalam perspektif pembangunan ekonomi pedesaan, usahatani kelapa sawit rakyat memiliki peluang besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat apabila didukung oleh penguatan kapasitas petani, perluasan akses informasi pasar, peningkatan kualitas produksi, serta penerapan sistem pemasaran yang lebih efisien dan berkeadilan (Syuhada et al., 2022).

2.1.2. Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit

Pengertian TBS

Tandan Buah Segar (TBS) merupakan hasil utama dari tanaman kelapa sawit yang digunakan sebagai bahan baku dalam produksi minyak sawit mentah (*Crude Palm Oil/CPO*) serta minyak inti sawit (*Palm Kernel Oil/PKO*). TBS terdiri dari kumpulan buah yang menempel pada tandan dengan tingkat kematangan tertentu, sehingga perlu segera diproses setelah panen agar mutu minyak yang dihasilkan tetap terjaga (Hudori, 2018).

Kualitas TBS memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan rendemen serta mutu minyak sawit. Semakin tinggi kualitas TBS yang dipanen, maka semakin besar rendemen minyak yang dihasilkan dan semakin rendah kadar asam lemak bebas (*free fatty acid/FFA*) yang terbentuk (Hasibuan, 2020). Oleh karena itu, tahapan pemanenan, pengangkutan, hingga pengolahan TBS menjadi proses yang krusial dalam industri kelapa sawit.

Selain berfungsi sebagai bahan baku utama industri pengolahan minyak sawit, TBS juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi bagi petani sawit rakyat. Pendapatan petani sangat dipengaruhi oleh jumlah dan mutu TBS yang dihasilkan, di mana kualitas yang lebih baik akan berdampak pada harga jual yang lebih tinggi serta peningkatan margin keuntungan petani (Gurning et al., 2024).

Standar kualitas TBS

Standar kualitas TBS merupakan parameter yang digunakan untuk menilai mutu buah kelapa sawit sebelum diproses di pabrik kelapa sawit (PKS). Penentuan kualitas ini biasanya dilakukan melalui proses sortasi atau *grading* yang mempertimbangkan beberapa aspek, seperti tingkat kematangan buah, kondisi fisik tandan, keberadaan kotoran, serta adanya buah mentah maupun buah yang sudah rusak atau busuk (Hudori, 2018).

TBS yang sesuai standar mutu umumnya ditandai dengan tingkat kematangan yang optimal, jumlah brondolan yang sesuai, tidak terdapat buah busuk, bebas dari kontaminasi seperti pasir atau sampah, serta tidak mengalami kerusakan fisik akibat proses panen maupun pengangkutan (Krisdiarto, 2016).

Menurut Hasibuan (2020), tingkat kematangan buah memiliki pengaruh langsung terhadap rendemen minyak sawit yang dihasilkan. TBS yang dipanen sebelum matang optimal cenderung menghasilkan rendemen yang rendah, sedangkan buah yang terlalu matang atau terlambat diolah dapat meningkatkan kadar asam lemak bebas (FFA) yang berdampak pada penurunan kualitas minyak.

Dalam operasional pabrik kelapa sawit, TBS biasanya dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, yaitu buah mentah, kurang matang, matang optimal, lewat matang, dan buah busuk. Klasifikasi ini menjadi acuan dalam penentuan kualitas bahan baku sekaligus dasar dalam penetapan harga yang diterima oleh petani (Hudori, 2018).

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas TBS

Kualitas TBS kelapa sawit dipengaruhi oleh berbagai faktor mulai dari proses pemanenan hingga distribusi ke pabrik pengolahan. Faktor-faktor tersebut sangat menentukan mutu minyak sawit yang dihasilkan serta harga jual TBS di tingkat petani.

1. Tingkat Kematangan Buah

Tingkat kematangan buah merupakan faktor utama yang menentukan kualitas TBS. Buah sawit yang dipanen pada tingkat kematangan optimal akan menghasilkan rendemen minyak yang tinggi dan kualitas minyak yang baik (Hasibuan, 2020).

Penentuan tingkat kematangan biasanya dilakukan berdasarkan jumlah brondolan yang jatuh dari tandan. Semakin sesuai tingkat kematangan buah, maka kandungan minyak di dalam mesokarp buah juga semakin optimal (Thoriq et al., 2016).

Sebaliknya, buah yang dipanen terlalu muda memiliki kandungan minyak rendah, sedangkan buah yang terlalu matang berpotensi mengalami peningkatan kadar asam lemak bebas akibat proses fermentasi alami. Kondisi tersebut dapat menurunkan mutu CPO yang dihasilkan (Sinambela et al., 2025).

2. Waktu Panen

Waktu panen yang tepat sangat memengaruhi kualitas TBS. Pemanenan yang dilakukan sesuai jadwal dan tingkat kematangan optimal dapat meningkatkan produktivitas dan mutu hasil panen (Setiawan & Desrial, 2023). Keterlambatan panen dapat menyebabkan buah menjadi terlalu matang dan meningkatkan kehilangan brondolan di lapangan. Selain itu, keterlambatan pengangkutan ke pabrik juga dapat meningkatkan kadar asam lemak bebas pada buah sawit sehingga kualitas minyak menurun (Krisdiarto, 2016).

Dalam sistem perkebunan kelapa sawit, panen biasanya dilakukan secara rutin dengan interval tertentu untuk menjaga kualitas buah tetap optimal dan meminimalkan kehilangan hasil produksi (Setiawan & Desrial, 2023).

3. Penanganan Pascapanen

Penanganan pascapanen merupakan tahapan penting untuk menjaga mutu TBS setelah dipanen. Penanganan yang kurang baik dapat menyebabkan kerusakan fisik pada buah seperti memar dan pecah yang dapat mempercepat peningkatan kadar asam lemak bebas (Krisdiarto, 2016). Penanganan pascapanen meliputi pengumpulan buah di tempat pengumpulan hasil (TPH), penyortiran, pemuatan, dan pengiriman ke pabrik kelapa sawit. Setiap tahapan harus dilakukan secara hati-hati agar kualitas TBS tetap terjaga (Hudori, 2018). Selain itu, semakin lama jeda waktu antara panen dan pengolahan, maka semakin besar risiko penurunan mutu TBS akibat proses oksidasi dan fermentasi alami pada buah sawit (Gurning et al., 2024).

4. Transportasi TBS

Transportasi TBS menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kualitas buah sawit sebelum sampai ke pabrik. Sistem transportasi yang tidak efisien dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman dan kerusakan fisik pada buah sehingga kualitas TBS menurun (Yoga & Subagyo, 2021). Kemudian Krisdiarto dan Wisnubhadra (2023) menjelaskan bahwa efisiensi pengangkutan TBS sangat menentukan kelancaran rantai pasok bahan baku pabrik kelapa sawit. Waktu pengangkutan yang terlalu lama dapat meningkatkan risiko penurunan kualitas buah dan menurunkan rendemen minyak sawit. Selain itu, kondisi jalan, kapasitas kendaraan, sistem muatan, dan jarak tempuh dari kebun ke pabrik juga memengaruhi kualitas TBS selama proses distribusi. Oleh karena itu, pengelolaan transportasi yang baik diperlukan untuk menjaga mutu dan nilai ekonomi TBS petani sawit (Yoga & Subagyo, 2021).

2.1.3. Harga TBS Kelapa Sawit

Mekanisme Penetapan Harga TBS

Harga Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit merupakan nilai transaksi yang diterima petani atas hasil panen buah sawit, yang besarnya dipengaruhi oleh mutu buah serta kondisi pasar pada periode tertentu. Di Indonesia, penetapan harga TBS dilakukan melalui mekanisme resmi yang melibatkan pemerintah daerah, perusahaan kelapa sawit, serta

perwakilan petani sesuai dengan regulasi dalam Peraturan Menteri Pertanian mengenai penetapan harga pembelian TBS dari pekebun (Setiawan et al., 2024).

Proses penentuan harga TBS biasanya dilakukan secara berkala, umumnya setiap satu hingga dua minggu, dengan mempertimbangkan berbagai komponen utama seperti harga Crude Palm Oil (CPO), harga Palm Kernel, indeks K, tingkat rendemen minyak, serta biaya pengolahan di pabrik kelapa sawit (PKS) (Amriana et al., 2020).

Dalam sistem tersebut, pemerintah daerah melalui dinas perkebunan membentuk tim khusus penetapan harga TBS yang bertugas menetapkan harga acuan bagi petani, baik petani plasma maupun petani swadaya. Tujuan utama dari mekanisme ini adalah untuk memberikan kepastian harga serta melindungi petani dari praktik manipulasi harga oleh tengkulak atau pihak perantara (Setiawan et al., 2024). Kemudian Amriana et al. (2020) juga menegaskan bahwa harga TBS sangat dipengaruhi oleh beberapa variabel utama, yaitu harga CPO, harga inti sawit (kernel), indeks K, serta rendemen CPO dan inti sawit. Peningkatan harga CPO dan tingginya rendemen minyak akan berdampak pada meningkatnya harga TBS yang diterima petani.

Namun demikian, meskipun terdapat sistem penetapan harga yang resmi, pada praktiknya petani sawit rakyat sering menerima harga yang bervariasi di tingkat lapangan. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti kualitas buah, lokasi kebun, biaya transportasi, serta panjangnya rantai pemasaran antara petani dan pabrik kelapa sawit. Kondisi tersebut menyebabkan posisi tawar petani swadaya relatif lebih lemah dibandingkan dengan petani plasma yang memiliki hubungan kemitraan langsung dengan perusahaan (Setiawan et al., 2024).

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Harga TBS

Harga TBS kelapa sawit bersifat fluktuatif karena dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari pasar internasional maupun kondisi teknis di tingkat kebun dan pabrik. Faktor-faktor tersebut sangat menentukan pendapatan dan margin keuntungan petani sawit.

1. Harga CPO Dunia

Harga CPO dunia merupakan faktor utama yang memengaruhi harga TBS kelapa sawit di tingkat petani. Perubahan harga CPO di pasar internasional secara langsung akan memengaruhi harga pembelian TBS oleh pabrik kelapa sawit karena TBS merupakan bahan baku utama produksi CPO (Intanna & Yusuf, 2019).

Intanna dan Yusuf (2019) menjelaskan bahwa harga pasar internasional memiliki pengaruh paling kuat terhadap pembentukan harga jual produk CPO Indonesia. Ketika harga CPO dunia meningkat, maka harga TBS di tingkat petani juga cenderung naik karena nilai jual produk olahan sawit meningkat di pasar ekspor. Sebaliknya, penurunan harga CPO global akan menyebabkan harga TBS mengalami penurunan.

Fluktuasi harga CPO dunia dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kondisi ekonomi global, permintaan ekspor, kebijakan perdagangan internasional, nilai tukar mata uang, serta kebijakan biodiesel di negara produsen dan konsumen sawit. Oleh karena itu, harga TBS di tingkat petani sering mengalami perubahan mengikuti dinamika pasar global.

2. Permintaan Pasar

Permintaan pasar juga menjadi faktor penting yang memengaruhi harga TBS kelapa sawit. Tingginya permintaan terhadap produk turunan sawit seperti minyak goreng, biodiesel, kosmetik, dan bahan industri lainnya akan meningkatkan kebutuhan bahan baku TBS sehingga harga TBS cenderung meningkat (Amriana et al., 2020).

Permintaan pasar dipengaruhi oleh kondisi konsumsi domestik maupun ekspor. Ketika permintaan ekspor meningkat, maka pabrik kelapa sawit akan meningkatkan kapasitas produksi sehingga kebutuhan terhadap TBS juga bertambah. Kondisi tersebut dapat mendorong kenaikan harga TBS di tingkat petani. Sebaliknya, ketika permintaan pasar menurun, harga TBS cenderung mengalami penurunan akibat berkurangnya serapan bahan baku oleh pabrik.

Selain itu, keseimbangan antara jumlah pasokan dan permintaan juga memengaruhi harga TBS. Jika produksi TBS melimpah sementara permintaan pasar rendah, maka harga cenderung turun. Sebaliknya, apabila pasokan terbatas dan permintaan tinggi, maka harga TBS akan meningkat. Mekanisme tersebut menunjukkan bahwa hukum permintaan dan penawaran sangat memengaruhi pembentukan harga komoditas perkebunan, termasuk kelapa sawit.

3. Kualitas TBS

Kualitas TBS merupakan faktor teknis yang sangat menentukan harga jual buah sawit di tingkat petani. TBS dengan kualitas baik akan memiliki rendemen minyak yang tinggi sehingga dihargai lebih mahal oleh pabrik kelapa sawit (Maulana et al., 2024).

Beberapa indikator kualitas TBS yang memengaruhi harga meliputi tingkat kematangan buah, kadar air, kadar kotoran, kebersihan buah, kandungan asam lemak bebas, serta rendemen minyak sawit yang dihasilkan. Maulana et al. (2024) menjelaskan bahwa rendemen, fraksi buah, kadar air, kebersihan, dan asam lemak bebas terbukti berpengaruh signifikan terhadap harga beli TBS.

TBS yang dipanen terlalu mentah atau terlalu matang umumnya memiliki kualitas rendah dan menyebabkan penurunan rendemen minyak. Selain itu, buah yang tercampur sampah, pasir, atau mengalami kerusakan fisik selama pengangkutan juga dapat menyebabkan potongan harga dari pihak pabrik. Oleh karena itu, kualitas TBS menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan besarnya pendapatan petani sawit.

Dengan demikian, peningkatan kualitas TBS melalui pemanenan yang tepat, penanganan pascapanen yang baik, dan distribusi yang efisien menjadi strategi penting untuk meningkatkan harga jual dan margin keuntungan petani kelapa sawit.

2.2. Strategi Penjualan TBS Kelapa Sawit

2.2.1. Pengertian Strategi Penjualan

Konsep Strategi Penjualan dalam Agribisnis

Strategi penjualan merupakan rangkaian perencanaan dan langkah-langkah yang dirancang untuk meningkatkan penjualan produk melalui pengelolaan pemasaran yang efektif dan efisien. Dalam bidang agribisnis, strategi penjualan tidak hanya terbatas pada aktivitas menjual produk, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap kebutuhan pasar, pengendalian mutu produk, penetapan harga yang tepat, pemilihan saluran distribusi, serta kegiatan promosi hasil pertanian (Wijaya et al., 2021).

Dalam sistem agribisnis, strategi penjualan memiliki peran yang sangat penting karena produk pertanian memiliki karakteristik khusus, seperti mudah rusak, sangat dipengaruhi oleh musim, serta mengalami fluktuasi harga yang cukup tinggi. Oleh karena itu, pelaku usaha tani dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar produk dapat terserap pasar dengan harga yang menguntungkan (Kania et al., 2024).

Lebih lanjut, strategi penjualan dalam agribisnis juga berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan nilai tambah produk melalui pengelolaan kualitas, penguatan merek (*branding*), sistem distribusi, serta pemanfaatan teknologi pemasaran. Diarta et al. (2016) menyatakan bahwa strategi pemasaran dan penguatan merek pada produk agribisnis mampu meningkatkan daya saing serta memperluas akses pasar.

Selain itu, perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam strategi penjualan produk pertanian. Pemanfaatan media sosial, *marketplace*, dan platform digital lainnya menjadi strategi pemasaran modern yang dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi distribusi produk agribisnis (Susanto, 2024).

Dalam usaha tani kelapa sawit, strategi penjualan TBS memiliki peran krusial karena sangat memengaruhi tingkat pendapatan dan margin keuntungan petani. Strategi ini dapat diwujudkan melalui pemilihan saluran pemasaran yang tepat, peningkatan kualitas TBS, penguatan posisi tawar petani, serta pemanfaatan informasi harga pasar secara optimal. Penerapan strategi penjualan yang baik akan membantu petani memperoleh harga yang lebih tinggi sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap tengkulak atau perantara (Asir et al., 2023).

Tujuan Strategi Penjualan Hasil Pertanian

Strategi penjualan hasil pertanian pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, memperluas jangkauan pasar, serta mengoptimalkan keuntungan bagi petani maupun pelaku usaha agribisnis. Penerapan strategi yang tepat juga menjadi upaya penting dalam membantu pelaku usaha menghadapi persaingan pasar sekaligus menjaga keberlanjutan kegiatan usahatani (Mahendra & Maria, 2023).

Salah satu tujuan utama strategi penjualan hasil pertanian adalah meningkatkan nilai tambah produk melalui perbaikan kualitas, pengemasan, sistem distribusi, dan kegiatan promosi yang lebih efektif. Produk pertanian yang memiliki mutu baik serta didukung oleh pemasaran yang tepat akan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar (Ignatia et al., 2024).

Selain itu, strategi penjualan juga diarahkan untuk memperluas jaringan pemasaran sehingga produk dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran memungkinkan pelaku usaha pertanian mengakses pasar yang lebih besar tanpa terhambat oleh batasan wilayah geografis (Saruan & Rembang, 2025).

Tujuan lainnya adalah meningkatkan efisiensi rantai distribusi agar petani dapat memperoleh harga jual yang lebih menguntungkan. Rantai pemasaran yang panjang sering kali menyebabkan penurunan bagian keuntungan yang diterima petani karena sebagian margin dinikmati oleh pihak perantara. Oleh sebab itu, diperlukan strategi penjualan yang efektif untuk memperkuat posisi tawar petani dalam sistem pemasaran agribisnis (Asir et al., 2023).

Dalam konteks usaha tani kelapa sawit, strategi penjualan TBS diarahkan untuk membantu petani memperoleh harga optimal melalui peningkatan kualitas buah, penentuan waktu penjualan yang tepat, pemanfaatan informasi harga pasar, serta penguatan kelembagaan kelompok tani. Dengan strategi yang tepat, petani diharapkan mampu meningkatkan pendapatan sekaligus memperbaiki kesejahteraan rumah tangga mereka.

2.2.2. Saluran Pemasaran TBS

Saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit merupakan jalur distribusi yang digunakan petani untuk menyalurkan hasil panen dari kebun hingga sampai ke pabrik kelapa sawit (PKS). Dalam praktiknya, saluran ini melibatkan berbagai pelaku pemasaran seperti tengkulak, pedagang pengumpul, koperasi, kelompok tani, agen, hingga mekanisme penjualan langsung ke pabrik. Perbedaan jalur pemasaran tersebut akan berdampak pada variasi harga jual TBS, besarnya margin pemasaran, biaya distribusi, serta porsi harga yang diterima petani atau *farmer's share* (Putriana et al., 2023).

Rahayu et al. (2021) menyatakan bahwa struktur rantai pemasaran TBS kelapa sawit rakyat di Indonesia masih tergolong panjang, sehingga sebagian besar keuntungan lebih banyak dinikmati oleh perantara dibandingkan petani sebagai produsen utama. Kondisi ini menyebabkan posisi tawar petani swadaya menjadi relatif lemah dalam sistem pemasaran TBS.

Penjualan Melalui Tengkulak

Salah satu saluran pemasaran yang paling umum digunakan oleh petani sawit rakyat adalah melalui tengkulak atau pedagang pengumpul. Dalam skema ini, petani menjual TBS kepada tengkulak, yang kemudian menyalurkannya kembali ke agen besar atau langsung ke pabrik kelapa sawit (Kana et al., 2022).

Pemilihan tengkulak sebagai saluran utama umumnya didasarkan pada kemudahan transaksi, lokasi pengumpulan yang dekat dengan kebun, proses pembayaran yang cepat, serta tidak adanya persyaratan mutu yang terlalu ketat seperti pada penjualan langsung ke PKS (Hermansyah et al., 2024). Selain itu, adanya hubungan sosial, langganan, dan keterikatan pinjaman modal antara petani dan tengkulak turut memperkuat ketergantungan petani terhadap pedagang pengumpul.

Namun demikian, saluran pemasaran ini juga memiliki sejumlah kelemahan. Panjangnya rantai distribusi menyebabkan meningkatnya margin pemasaran sehingga harga yang diterima petani menjadi lebih rendah dibandingkan harga di tingkat pabrik (Rahayu et al., 2021). Di sisi lain, petani juga memiliki posisi tawar yang lemah karena penentuan harga lebih banyak dikendalikan oleh tengkulak. Kemudian Putri et al. (2023) menambahkan bahwa ketergantungan petani terhadap tengkulak umumnya dipicu oleh keterbatasan akses transportasi, lemahnya kelembagaan petani, serta rendahnya skala produksi, sehingga petani kesulitan untuk melakukan penjualan langsung ke pabrik kelapa sawit.

Penjualan Melalui Koperasi atau Kelompok Tani

Saluran pemasaran melalui koperasi atau kelompok tani dilakukan dengan cara mengumpulkan hasil panen TBS dari petani secara kolektif sebelum dijual ke pabrik kelapa sawit (PKS). Sistem ini dirancang untuk memperkuat posisi tawar petani sekaligus memperkuat kelembagaan dalam pemasaran TBS (Putriana et al., 2023). Dalam mekanismenya, koperasi atau kelompok tani berfungsi sebagai perantara yang menghubungkan petani dengan pihak pabrik. Melalui pengumpulan hasil secara bersama, petani dapat memenuhi kebutuhan volume minimal yang biasanya dipersyaratkan oleh PKS (Wijaya et al., 2021).

Di samping itu, koperasi juga berperan dalam menyediakan informasi harga, memperkuat proses negosiasi, menekan biaya distribusi, serta memfasilitasi transportasi menuju pabrik. Model pemasaran secara kolektif ini dinilai lebih efisien dibandingkan sistem individu karena mampu meningkatkan bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) (Putriana et al., 2023).

Namun demikian, sistem ini juga memiliki keterbatasan, seperti lemahnya manajemen organisasi, keterbatasan modal operasional, serta belum meratanya keanggotaan petani dalam kelompok tani aktif. Selain itu, proses pencairan pembayaran melalui koperasi sering kali lebih lambat dibandingkan penjualan langsung ke tengkulak.

Penjualan Langsung ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS)

Penjualan langsung ke pabrik kelapa sawit (PKS) merupakan salah satu bentuk saluran pemasaran di mana petani menjual Tandan Buah Segar (TBS) tanpa melibatkan pihak perantara. Melalui mekanisme ini, petani berpotensi memperoleh harga yang lebih tinggi karena tidak adanya pembagian margin kepada tengkulak maupun agen pemasaran (Br Singarimbun & Nasution, 2024).

Saluran ini juga dinilai lebih efisien karena memiliki rantai distribusi yang lebih singkat sehingga porsi harga yang diterima petani menjadi lebih besar. Putriana et al. (2023) menjelaskan bahwa pemasaran langsung ke PKS cenderung menghasilkan margin pemasaran yang lebih rendah serta *farmer's share* yang lebih tinggi dibandingkan dengan saluran melalui tengkulak.

Namun demikian, akses petani terhadap saluran ini tidak selalu mudah. Penjualan langsung ke PKS umumnya mensyaratkan volume produksi yang cukup besar, kualitas TBS yang memenuhi standar pabrik, serta ketersediaan sarana transportasi yang memadai. Akibatnya, petani yang memiliki lahan kecil dan produksi terbatas sering mengalami kendala untuk menjangkau saluran pemasaran langsung ini (Wijaya et al., 2021).

Di samping itu, faktor jarak kebun yang jauh dari pabrik serta tingginya biaya transportasi juga menjadi hambatan tambahan bagi petani dalam menjual langsung ke PKS. Kondisi tersebut pada akhirnya membuat sebagian besar petani sawit swadaya masih bergantung pada tengkulak atau pedagang pengumpul sebagai saluran utama pemasaran TBS.

Kelebihan dan Kelemahan Masing-Masing Saluran Pemasaran

Setiap saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) memiliki karakteristik keunggulan dan kelemahan yang berbeda, yang dipengaruhi oleh kondisi petani, akses terhadap pasar, skala produksi, serta ketersediaan infrastruktur distribusi.

Saluran pemasaran melalui tengkulak memiliki keunggulan berupa kemudahan dalam proses transaksi, pembayaran yang relatif cepat, serta lokasi pembelian yang dekat dengan kebun petani. Namun demikian, saluran ini juga memiliki kelemahan seperti harga jual yang lebih rendah, tingginya margin perantara, serta ketergantungan petani yang cukup besar terhadap pedagang pengumpul (Hermansyah et al., 2024).

Sementara itu, pemasaran melalui koperasi atau kelompok tani menawarkan sejumlah keunggulan, di antaranya penguatan posisi tawar petani, peningkatan efisiensi distribusi, serta peluang memperoleh harga yang lebih kompetitif. Akan tetapi, sistem ini masih menghadapi kendala seperti keterbatasan kapasitas kelembagaan dan proses administrasi yang cenderung lebih lambat (Putriana et al., 2023).

Di sisi lain, penjualan langsung ke pabrik kelapa sawit (PKS) memberikan keuntungan berupa harga jual yang lebih tinggi dan margin pemasaran yang lebih besar bagi petani karena rantai distribusi yang lebih pendek. Meski demikian, saluran ini menuntut adanya volume produksi yang besar, kualitas TBS yang sesuai standar pabrik, serta dukungan sarana transportasi yang memadai, sehingga tidak semua petani dapat mengaksesnya (Br Singarimbun & Nasution, 2024).

Dengan demikian, pemilihan saluran pemasaran yang tepat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan pendapatan dan keuntungan petani sawit rakyat. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas petani melalui pengembangan

kelembagaan kelompok tani, peningkatan akses informasi harga, serta perbaikan kualitas TBS agar posisi tawar petani dalam sistem pemasaran kelapa sawit menjadi lebih kuat.

2.2.3. Strategi Penjualan TBS yang Menguntungkan

Strategi penjualan Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit merupakan serangkaian upaya yang dilakukan petani untuk mendapatkan harga jual yang optimal serta meningkatkan margin keuntungan dari usahatani kelapa sawit. Strategi ini meliputi pengelolaan mutu hasil panen, pemilihan jalur pemasaran, pemanfaatan informasi harga, hingga penguatan kelembagaan petani dalam aktivitas pemasaran TBS (Putriana et al., 2023).

Dalam sistem agribisnis kelapa sawit, keberhasilan pemasaran sangat ditentukan oleh kemampuan petani dalam mengatur waktu panen, menjaga kualitas buah, memilih saluran distribusi yang paling efisien, serta memperkuat daya tawar terhadap pembeli. Penerapan strategi yang tepat memungkinkan petani memperoleh harga yang lebih kompetitif sekaligus mengurangi ketergantungan pada tengkulak atau perantara (SPKS, 2026).

Penentuan Waktu Panen yang Tepat

Penetapan waktu panen yang sesuai merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan nilai jual TBS. Buah yang dipanen pada tingkat kematangan optimal akan menghasilkan rendemen minyak yang lebih tinggi, sehingga memiliki nilai ekonomis yang lebih baik di pabrik kelapa sawit (PKS) (SPKS, 2026).

Sebaliknya, panen yang dilakukan terlalu dini menyebabkan buah belum matang sempurna sehingga kandungan minyaknya rendah. Sementara itu, keterlambatan panen dapat menyebabkan buah terlalu matang atau membusuk, yang berakibat pada meningkatnya kadar asam lemak bebas (FFA) dan menurunnya kualitas minyak (Arvis, 2023).

Selain itu, kecepatan pengiriman TBS ke pabrik juga menjadi hal penting. SPKS (2026) menegaskan bahwa TBS sebaiknya diolah dalam waktu kurang dari 24 jam setelah panen untuk menjaga mutu dan menekan peningkatan FFA.

Dengan demikian, ketepatan waktu panen tidak hanya berdampak pada kualitas TBS, tetapi juga secara langsung memengaruhi harga jual dan pendapatan petani.

Menjaga Kualitas TBS

Kualitas TBS merupakan faktor utama dalam penentuan harga di tingkat pabrik. TBS yang berkualitas baik ditandai dengan kematangan yang optimal, bebas dari kotoran, tidak mengalami kerusakan atau pembusukan, serta memiliki kandungan minyak yang tinggi (SPKS, 2026).

Dalam praktiknya, kualitas TBS sangat dipengaruhi oleh tahapan panen, pengumpulan, penyortiran, hingga proses pengangkutan. Kelompok tani atau koperasi sering berperan dalam pengawasan mutu untuk memastikan TBS yang dipasarkan sesuai dengan standar pabrik (Arvis, 2023).

Petani yang mampu mempertahankan kualitas hasil panennya umumnya memperoleh harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan petani yang menghasilkan TBS berkualitas rendah. Oleh karena itu, penerapan teknik panen dan penanganan pascapanen yang baik menjadi strategi penting dalam meningkatkan pendapatan petani.

Akses Informasi Harga Pasar

Akses terhadap informasi harga pasar merupakan elemen penting dalam menentukan strategi penjualan TBS. Informasi ini membantu petani memahami perkembangan harga di tingkat pabrik sehingga dapat memilih waktu dan saluran penjualan yang lebih menguntungkan (Sodality, 2019).

Keterbatasan akses informasi sering membuat petani berada pada posisi *price taker*, di mana harga lebih banyak ditentukan oleh tengkulak atau pedagang pengumpul (Putriana et al., 2023).

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang baru bagi petani untuk memperoleh informasi harga secara cepat melalui media sosial, aplikasi pertanian, grup komunikasi, maupun sumber resmi dari instansi terkait. Penggunaan perangkat digital ini juga membantu meningkatkan kemampuan petani dalam melakukan negosiasi harga (Sodality, 2019).

Dengan informasi harga yang lebih terbuka, petani dapat melakukan perbandingan harga, menghindari manipulasi pasar, dan meningkatkan keuntungan dari penjualan TBS.

Pengurangan Rantai Distribusi

Panjang pendeknya rantai distribusi sangat memengaruhi besarnya keuntungan yang diterima petani. Semakin panjang jalur pemasaran, semakin besar pula margin yang dinikmati oleh pihak perantara, sehingga harga di tingkat petani menjadi lebih rendah (Rahayu et al., 2021).

Rantai pemasaran TBS umumnya melibatkan beberapa pihak seperti petani, tengkulak, agen, hingga pabrik kelapa sawit. Putriana et al. (2023) menyebutkan bahwa saluran pemasaran yang lebih pendek menghasilkan *farmer's share* yang lebih tinggi dibandingkan saluran yang panjang.

Strategi yang dapat diterapkan petani adalah memperpendek rantai distribusi, misalnya dengan menjual langsung ke pabrik atau melalui koperasi dan kelompok tani. Cara ini dapat menekan biaya pemasaran sekaligus meningkatkan harga yang diterima petani.

Penguatan Posisi Tawar Petani

Posisi tawar petani sangat menentukan kemampuan mereka dalam memperoleh harga yang menguntungkan. Petani sawit rakyat umumnya memiliki posisi tawar yang rendah akibat skala produksi yang kecil, keterbatasan akses pasar, serta ketergantungan pada tengkulak (Putri et al., 2023).

Penguatan posisi tawar dapat dilakukan melalui peningkatan pengetahuan petani terkait kualitas TBS, harga pasar, teknik negosiasi, serta regulasi pemasaran. Pelatihan dan pendampingan menjadi langkah penting dalam meningkatkan kemampuan petani dalam proses transaksi (Sodality, 2019).

Selain itu, penguatan kelembagaan melalui kelompok tani dan koperasi juga dapat memperluas akses pasar serta meningkatkan daya tawar petani terhadap pembeli, termasuk pabrik kelapa sawit.

Kerja Sama Kelompok Tani dalam Pemasaran

Kerja sama dalam kelompok tani merupakan strategi penting untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan memperkuat posisi tawar petani. Kelompok tani berperan sebagai penghubung antara petani dan pabrik dalam proses pengumpulan, sortasi, pengangkutan, hingga penjualan TBS (Arvis, 2023).

Melalui pemasaran secara kolektif, petani dapat menjual dalam jumlah yang lebih besar sehingga lebih mudah memenuhi standar pengiriman ke PKS. Selain itu, sistem ini juga dapat menekan biaya transportasi dan meningkatkan efisiensi distribusi (SPKS, 2026).

Kelompok tani juga berfungsi dalam pengawasan kualitas serta penyediaan informasi harga bagi anggotanya. Sodality (2019) menyatakan bahwa kelembagaan petani yang kuat dapat meningkatkan kerja sama dengan mitra usaha sekaligus memperkuat posisi tawar dalam rantai pemasaran.

Dengan demikian, kerja sama kelompok tani menjadi strategi efektif untuk meningkatkan harga jual TBS, mengurangi ketergantungan pada tengkulak, serta meningkatkan kesejahteraan petani sawit rakyat.

METODE PELAKSANA

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat merupakan rangkaian kegiatan yang disusun secara sistematis untuk mengatasi permasalahan mitra melalui pendekatan edukatif, pendampingan, serta praktik langsung di lapangan. Secara umum, pelaksanaan pengabdian mencakup tiga tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi guna menjamin tercapainya tujuan program (Sinaga et al., 2022).

Dalam kegiatan pengabdian kepada petani sawit, metode yang digunakan bersifat partisipatif, yang menempatkan petani sebagai subjek aktif dalam proses peningkatan pengetahuan dan keterampilan, khususnya dalam menentukan strategi penjualan TBS yang lebih menguntungkan (Nursyirwan et al., 2020).

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan langkah awal yang dilakukan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi petani sawit di Gampong Teupin Panah, terutama terkait pola pemasaran TBS yang selama ini diterapkan. Pada tahap ini dilakukan observasi langsung di lapangan untuk mengidentifikasi mekanisme penjualan TBS, baik melalui tengkulak, koperasi, maupun penjualan langsung ke pabrik.

Selain itu, dilakukan juga wawancara dengan petani serta perangkat gampong untuk menggali berbagai permasalahan yang dihadapi, seperti ketidakstabilan harga, keterbatasan informasi pasar, dan lemahnya posisi tawar petani. Hasil temuan tersebut kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan materi serta strategi pelaksanaan pengabdian agar sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan. Ketepatan identifikasi masalah menjadi faktor penting dalam keberhasilan program (Sodality, 2019).

Pada tahap ini juga dilakukan pemetaan rantai pemasaran TBS dan identifikasi selisih harga yang diterima petani dengan harga yang ditetapkan pabrik. Hasil pemetaan digunakan untuk merumuskan alternatif solusi, seperti penguatan kelembagaan petani, pemasaran kolektif, serta pemanfaatan sumber informasi harga yang lebih transparan.

2. Tahap Sosialisasi

Tahap sosialisasi bertujuan untuk memberikan pemahaman awal kepada petani mengenai pentingnya strategi penjualan TBS yang menguntungkan. Kegiatan ini menekankan bahwa peningkatan pendapatan tidak hanya bergantung pada jumlah produksi, tetapi juga pada strategi pemasaran yang diterapkan.

Pada tahap ini disampaikan materi mengenai mekanisme penetapan harga TBS, faktor-faktor yang memengaruhi harga, berbagai saluran pemasaran, serta dampak panjangnya rantai distribusi terhadap pendapatan petani. Selain itu, petani diberikan pemahaman mengenai pentingnya akses terhadap informasi harga resmi yang ditetapkan pemerintah daerah dan perusahaan pengolahan kelapa sawit sebagai dasar dalam melakukan negosiasi harga.

Pada tahap ini disampaikan materi mengenai mekanisme penetapan harga TBS, faktor-faktor yang memengaruhi harga, berbagai saluran pemasaran, serta dampak panjangnya rantai distribusi terhadap pendapatan petani. Metode penyampaian dilakukan melalui ceramah interaktif, diskusi, dan sesi tanya jawab agar materi lebih mudah dipahami dan relevan dengan kondisi petani sehari-hari (Tunjanan et al., 2023).

3. Tahap Pelatihan (Capacity Building)

Tahap pelatihan merupakan inti kegiatan yang bertujuan meningkatkan kemampuan petani dalam menerapkan strategi penjualan TBS yang lebih efektif. Pada tahap ini, peserta tidak hanya menerima materi konseptual, tetapi juga dilibatkan dalam praktik langsung di lapangan.

Materi pelatihan meliputi penentuan waktu panen berdasarkan tingkat kematangan buah, teknik menjaga kualitas TBS sesuai standar pabrik, pemanfaatan informasi harga pasar, serta pemilihan saluran pemasaran yang paling menguntungkan. Selain itu, petani diberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran kolektif melalui kelompok tani atau koperasi sehingga volume penjualan meningkat dan posisi tawar terhadap pembeli menjadi lebih kuat.

Petani juga dilatih memanfaatkan media digital dan grup komunikasi berbasis telepon genggam untuk memperoleh informasi harga harian secara cepat dan akurat. Metode *learning by doing* diterapkan agar petani dapat langsung mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam kegiatan usahatani mereka (Nursyirwan et al., 2020).

4. Tahap Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan bahwa pengetahuan yang diperoleh benar-benar diterapkan dalam praktik pemasaran TBS. Kegiatan ini dilakukan secara langsung di lapangan dengan mendampingi petani mulai dari proses penentuan waktu panen, seleksi kualitas buah, hingga proses penjualan kepada pembeli.

Selain itu, tim pengabdian membantu petani dalam memperoleh informasi harga harian TBS serta memberikan arahan dalam memilih saluran pemasaran yang lebih efisien. Tim juga memfasilitasi komunikasi antara kelompok tani dengan koperasi maupun pabrik kelapa sawit guna membuka peluang pemasaran langsung yang dapat mengurangi ketergantungan terhadap tengkulak.

Pendampingan ini penting karena perubahan perilaku petani dalam sistem pemasaran memerlukan proses yang berkelanjutan dan tidak dapat terjadi secara instan (Sinaga et al., 2022).

5. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program, terutama pada aspek pemahaman strategi penjualan TBS, kemampuan menentukan waktu panen, serta perubahan dalam pemilihan saluran pemasaran.

Selain itu, evaluasi juga mencakup perubahan harga jual TBS yang diterima petani, peningkatan akses terhadap informasi harga, terbentuknya kerja sama pemasaran kolektif, serta tingkat ketergantungan terhadap tengkulak. Data diperoleh melalui diskusi kelompok, wawancara, dan observasi langsung di lapangan.

Indikator keberhasilan program diukur melalui meningkatnya harga jual yang diterima petani, berkurangnya disparitas harga dengan harga pabrik, meningkatnya kemampuan negosiasi petani, serta terbentuknya mekanisme pertukaran informasi harga yang berkelanjutan di tingkat kelompok tani. Hasil evaluasi ini kemudian menjadi dasar perbaikan program pengabdian berikutnya agar lebih efektif dan berkelanjutan (Sinaga et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kondisi Awal Mitra Sebelum Kegiatan

Kondisi awal mitra di Gampong Teupin Panah, Kecamatan Kaway XVI, Kabupaten Aceh Barat menunjukkan bahwa petani sawit rakyat masih dihadapkan pada sejumlah keterbatasan dalam kegiatan pemasaran Tandan Buah Segar (TBS). Gambaran kondisi ini menjadi penting untuk dipahami sebagai landasan dalam merancang intervensi pengabdian yang bertujuan meningkatkan kemampuan petani dalam menyusun strategi penjualan yang lebih menguntungkan (Putriana et al., 2023).

Gambaran Umum Petani Sawit Gampong Teupin Panah

Petani sawit di Gampong Teupin Panah pada umumnya merupakan petani swadaya dengan kepemilikan lahan yang relatif kecil hingga menengah, di mana kelapa sawit menjadi sumber utama pendapatan keluarga. Sistem usahatani yang dijalankan masih cenderung tradisional dengan ketergantungan yang tinggi pada tenaga kerja keluarga serta keterbatasan modal usaha. Situasi tersebut juga banyak dijumpai pada petani sawit rakyat di berbagai daerah di Indonesia yang masih mengalami hambatan dalam hal akses pasar dan pemanfaatan teknologi (Rahayu et al., 2021).

Pola Penjualan TBS yang Berjalan (Tengkulak, Koperasi, PKS)

Pola penjualan TBS di wilayah ini didominasi oleh penjualan melalui tengkulak atau pedagang pengumpul karena dianggap paling mudah dan cepat dalam proses transaksi. Sebagian petani juga menjual melalui koperasi atau kelompok tani, namun jumlahnya masih terbatas, sedangkan penjualan langsung ke pabrik kelapa sawit (PKS) relatif jarang dilakukan karena keterbatasan volume produksi dan akses transportasi. Pola ini sejalan dengan kondisi umum pemasaran TBS di mana saluran tengkulak masih menjadi pilihan utama petani kecil (Kana et al., 2022).

Tingkat Ketergantungan Petani terhadap Tengkulak

Tingkat ketergantungan petani terhadap tengkulak masih sangat tinggi. Hal ini disebabkan oleh faktor kedekatan lokasi, kemudahan pembayaran, serta adanya hubungan pinjaman modal atau ikatan sosial ekonomi antara petani dan tengkulak. Ketergantungan ini menyebabkan petani berada pada posisi tawar yang lemah dalam menentukan harga jual TBS (Putri et al., 2023).

Kondisi Akses Informasi Harga TBS

Akses informasi harga TBS di tingkat petani masih terbatas dan tidak merata. Sebagian besar petani hanya mengandalkan informasi dari tengkulak tanpa melakukan verifikasi terhadap harga resmi dari pabrik atau dinas terkait. Keterbatasan informasi ini menyebabkan petani cenderung berada pada posisi *price taker* dalam sistem pemasaran (Sodality, 2019).

Permasalahan Utama dalam Penjualan TBS

Permasalahan utama yang dihadapi petani meliputi rendahnya harga jual TBS, panjangnya rantai distribusi pemasaran, serta lemahnya posisi tawar petani. Rantai pemasaran yang panjang menyebabkan sebagian besar margin keuntungan dinikmati oleh perantara, bukan oleh petani sebagai produsen utama (Rahayu et al., 2021). Kondisi ini berdampak langsung pada rendahnya pendapatan petani sawit rakyat.

Pengurangan Rantai Distribusi

Sebelum adanya intervensi pengabdian, rantai distribusi TBS masih tergolong panjang karena melibatkan tengkulak dan pedagang pengumpul sebelum sampai ke PKS. Kondisi ini menyebabkan efisiensi pemasaran rendah dan harga yang diterima petani menjadi lebih kecil dibandingkan harga di tingkat pabrik. Secara teori, semakin pendek rantai distribusi maka semakin besar bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) (Putriana et al., 2023).

Penguatan Posisi Tawar Petani

Posisi tawar petani sebelum kegiatan masih lemah karena keterbatasan akses informasi, skala produksi kecil, serta ketergantungan pada pembeli tertentu. Akibatnya, petani tidak memiliki kekuatan yang cukup untuk menegosiasikan harga jual TBS secara optimal. Lemahnya posisi tawar ini merupakan salah satu masalah struktural dalam pemasaran komoditas perkebunan rakyat (Putri et al., 2023).

Kerja Sama Kelompok Tani dalam Pemasaran

Kerja sama kelompok tani dalam pemasaran TBS masih belum optimal. Meskipun terdapat kelembagaan petani, namun fungsi kolektif dalam pengumpulan, penjualan bersama, dan negosiasi harga belum berjalan maksimal. Padahal, penguatan kelembagaan kelompok tani terbukti dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan memperkuat posisi tawar petani dalam rantai nilai sawit (Putriana et al., 2023).

3.2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

3.2.1. Sosialisasi Strategi Penjualan TBS

Kegiatan sosialisasi strategi penjualan Tandan Buah Segar (TBS) di Gampong Teupin Panah, Kecamatan Kaway XVI, Kabupaten Aceh Barat dilaksanakan sebagai tahap awal dalam penguatan kapasitas petani. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman petani mengenai sistem harga, mekanisme pasar, serta pentingnya strategi penjualan yang tepat dalam meningkatkan pendapatan. Kegiatan sosialisasi merupakan bagian penting dalam proses pemberdayaan karena menjadi dasar perubahan pengetahuan sebelum masuk ke tahap pelatihan dan pendampingan (Sinaga et al., 2022).

Penyampaian Materi Dasar Harga TBS dan Sistem Pasar

Pada tahap ini, petani diberikan pemahaman mengenai konsep dasar pembentukan harga Tandan Buah Segar (TBS), termasuk faktor-faktor yang memengaruhi seperti kualitas buah, tingkat rendemen, serta harga minyak sawit mentah (CPO) di pasar global. Selain itu, dijelaskan bahwa harga TBS bersifat dinamis dan tidak tetap, karena ditentukan melalui mekanisme pasar yang melibatkan pabrik kelapa sawit serta pemerintah daerah.



Gambar 1. Penyampaian Materi Pelatihan

Pemahaman mengenai sistem pasar menjadi hal yang penting agar petani menyadari bahwa harga yang mereka terima di tingkat lapangan merupakan hasil dari rantai nilai yang cukup panjang, bukan ditentukan secara sepihak oleh pembeli. Dalam konteks agribisnis, keterbatasan pengetahuan petani terhadap mekanisme pasar sering kali menyebabkan mereka berada pada posisi tawar yang lemah dalam proses penentuan harga jual (Putriana et al., 2023).

Pemahaman Petani terhadap Mekanisme Harga dan Rantai Pemasaran

Dalam sesi ini, petani diberikan penjelasan mengenai alur rantai pemasaran Tandan Buah Segar (TBS), mulai dari tingkat petani, tengkulak, agen, hingga pabrik kelapa sawit. Tujuan dari penjelasan ini adalah agar petani memahami bahwa setiap tahapan dalam proses distribusi turut memengaruhi harga akhir yang diterima oleh produsen.

Rantai pemasaran yang semakin panjang umumnya berdampak pada menurunnya bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*), karena adanya penambahan margin pada setiap pelaku dalam jalur distribusi (Rahayu et al., 2021). Oleh sebab itu, pemahaman terhadap mekanisme ini menjadi penting agar petani dapat mempertimbangkan pilihan saluran pemasaran yang lebih efisien dan menguntungkan.

Selain itu, petani juga diperkenalkan dengan konsep posisi tawar (*bargaining position*), yaitu kemampuan petani dalam memengaruhi harga jual melalui kualitas produk, volume penjualan, serta akses terhadap informasi pasar. Sebelumnya, rendahnya pemahaman terhadap aspek ini menyebabkan petani cenderung menerima harga yang ditawarkan tanpa proses negosiasi yang optimal (Putri et al., 2023).

Respon dan Partisipasi Petani dalam Diskusi

Respon petani terhadap kegiatan sosialisasi menunjukkan tingkat antusiasme yang cukup tinggi, yang terlihat dari keaktifan peserta dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Banyak petani yang mengajukan pertanyaan seputar perbedaan harga TBS antar pembeli, upaya meningkatkan kualitas buah, serta strategi pemasaran agar dapat memperoleh harga jual yang lebih optimal.

Keaktifan petani dalam diskusi tersebut mencerminkan tingginya kebutuhan informasi terkait pemasaran TBS. Partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosialisasi juga menjadi salah satu indikator penting keberhasilan program pengabdian, karena menunjukkan bahwa proses transfer pengetahuan berlangsung secara efektif (Sinaga et al., 2022).

Selain itu, sesi diskusi juga memberikan pemahaman baru bagi petani bahwa peningkatan pendapatan tidak hanya ditentukan oleh besarnya produksi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang diterapkan, termasuk pemilihan saluran distribusi yang tepat serta penguatan kelembagaan petani.

3.2.2. Pelatihan Penguatan Kapasitas Petani

Kegiatan pelatihan penguatan kapasitas petani di Gampong Teupin Panah, Kecamatan Kaway XVI, Kabupaten Aceh Barat dilaksanakan sebagai bagian utama dari program pengabdian yang bertujuan meningkatkan kemampuan petani dalam merumuskan strategi penjualan Tandan Buah Segar (TBS) yang lebih menguntungkan. Pelatihan ini menitikberatkan pada aspek teknis dan pemasaran, sehingga petani tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam kegiatan usahatani sehari-hari. Model pelatihan semacam ini dinilai efektif dalam meningkatkan kompetensi petani karena mengintegrasikan pengetahuan dengan praktik langsung melalui pendekatan *learning by doing* (Nursyirwan et al., 2020).

Penentuan Waktu Panen yang Tepat

Dalam materi pelatihan, petani diberikan pemahaman mengenai pentingnya penentuan waktu panen yang tepat berdasarkan tingkat kematangan buah. TBS yang dipanen pada tingkat kematangan optimal akan menghasilkan rendemen minyak yang lebih tinggi, sedangkan buah yang terlalu muda atau terlalu matang dapat menurunkan kualitas dan harga jual.

Kesalahan dalam menentukan waktu panen dapat menyebabkan penurunan mutu TBS akibat meningkatnya kadar asam lemak bebas (*free fatty acid/FFA*) yang berdampak pada rendahnya harga yang diterima petani di pabrik kelapa sawit (SPKS, 2026). Oleh karena itu, ketepatan waktu panen menjadi faktor penting dalam meningkatkan pendapatan petani sawit.



Gambar 2. Penentuan waktu panen yang tepat

Teknik Menjaga Kualitas TBS

Pelatihan juga menekankan teknik menjaga kualitas TBS mulai dari proses panen, pengumpulan, hingga pengangkutan ke pabrik. Petani diajarkan pentingnya menjaga kebersihan buah, menghindari buah busuk, serta melakukan sortasi sebelum penjualan agar TBS memenuhi standar pabrik.

Kualitas TBS yang baik akan berdampak langsung pada harga jual karena pabrik kelapa sawit menerapkan sistem penilaian berdasarkan mutu buah yang diterima. Semakin baik kualitas TBS, semakin tinggi pula harga yang diperoleh petani (Arvis, 2023).

Cara Membaca Informasi Harga Pasar

Petani juga dilatih untuk memahami dan membaca informasi harga pasar TBS yang biasanya diumumkan oleh pabrik kelapa sawit atau dinas perkebunan. Pemahaman ini penting agar petani tidak hanya bergantung pada informasi dari tengkulak, tetapi dapat melakukan verifikasi harga secara mandiri.

Akses terhadap informasi harga pasar merupakan faktor penting dalam memperkuat posisi petani karena keterbatasan informasi sering menyebabkan petani berada pada posisi *price taker* dalam sistem pemasaran (Putriana et al., 2023). Dengan memahami informasi harga, petani dapat menentukan waktu dan saluran penjualan yang lebih menguntungkan.

Pemilihan Saluran Pemasaran yang Lebih Menguntungkan

Materi terakhir dalam pelatihan adalah pemilihan saluran pemasaran TBS yang paling menguntungkan, seperti penjualan langsung ke pabrik, melalui koperasi, atau kelompok tani. Petani diberikan pemahaman bahwa setiap saluran pemasaran memiliki perbedaan dalam margin keuntungan, biaya distribusi, dan tingkat risiko.

Saluran pemasaran yang lebih pendek terbukti memberikan *farmer's share* yang lebih besar karena mengurangi peran perantara dalam rantai distribusi (Putriana et al., 2023). Oleh karena itu, petani didorong untuk mulai mempertimbangkan alternatif pemasaran yang lebih efisien dibandingkan hanya bergantung pada tengkulak. Selain itu, penguatan kelembagaan kelompok tani juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan posisi tawar petani dan memperluas akses pasar (Putri et al., 2023).

3.2.3. Pendampingan Lapangan

Kegiatan pendampingan lapangan di Gampong Teupin Panah, Kecamatan Kaway XVI, Kabupaten Aceh Barat merupakan tahap lanjutan dari pelatihan yang bertujuan memastikan bahwa pengetahuan yang telah diperoleh petani dapat diterapkan secara langsung dalam praktik penjualan Tandan Buah Segar (TBS). Pendampingan ini penting karena perubahan perilaku petani tidak cukup hanya melalui pelatihan, tetapi membutuhkan proses penguatan berkelanjutan di lapangan (Sinaga et al., 2022).

Praktik Langsung Sortasi TBS

Pada tahap ini, petani didampingi dalam melakukan sortasi TBS sebelum dijual ke pembeli. Sortasi dilakukan untuk memisahkan buah yang berkualitas baik dari buah yang mentah, terlalu matang, atau rusak. Tujuannya adalah agar TBS yang dijual memenuhi standar pabrik kelapa sawit sehingga tidak mengalami potongan harga.



Gambar 3. Praktek Sortir Buah Sawit di PKS

Kualitas TBS sangat menentukan harga jual di tingkat pabrik karena sistem pembelian TBS didasarkan pada mutu buah yang diterima. TBS yang bersih, matang optimal, dan tidak tercampur kotoran akan mendapatkan harga lebih baik dibandingkan dengan TBS berkualitas rendah (SPKS, 2026).

Simulasi Penentuan Harga dan Negosiasi

Pendampingan juga mencakup simulasi penentuan harga dan teknik negosiasi antara petani dan pembeli. Petani dilatih untuk memahami komponen pembentukan harga TBS serta bagaimana melakukan perbandingan harga antar pembeli sebelum melakukan transaksi.

Kemampuan negosiasi sangat penting dalam meningkatkan posisi tawar petani karena selama ini petani cenderung menjadi *price taker* akibat keterbatasan informasi dan dominasi tengkulak dalam rantai pemasaran (Putriana et al., 2023). Dengan adanya simulasi ini, petani diharapkan mampu mengambil keputusan penjualan yang lebih rasional dan menguntungkan.

Pendampingan Pemilihan Pembeli (PKS)

Pada bagian ini, petani didampingi dalam menentukan pilihan saluran pemasaran antara menjual kepada tengkulak atau langsung ke pabrik kelapa sawit (PKS). Analisis dilakukan berdasarkan aspek harga, biaya transportasi, volume produksi, dan akses pasar.

Saluran pemasaran yang lebih pendek seperti penjualan langsung ke PKS umumnya memberikan keuntungan lebih besar karena mengurangi margin perantara dalam rantai distribusi (Putriana et al., 2023). Namun, dalam praktiknya, petani sering masih bergantung pada tengkulak karena faktor kemudahan transaksi dan keterbatasan akses ke pabrik (Putri et al., 2023).



Gambar 4. Salah satu PKS pembeli TBS Petani di Aceh Barat

Pendampingan ini membantu petani memahami bahwa keputusan pemilihan pembeli harus didasarkan pada analisis keuntungan bersih, bukan hanya pada kemudahan transaksi jangka pendek.

3.3. Hasil Penguatan Kapasitas Petani

Hasil kegiatan penguatan kapasitas petani sawit di Gampong Teupin Panah, Kecamatan Kaway XVI, Kabupaten Aceh Barat menunjukkan adanya perubahan positif baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun cara pengambilan keputusan dalam penjualan Tandan Buah Segar (TBS). Peningkatan kapasitas ini merupakan tujuan utama dari kegiatan pengabdian yang menekankan pada perubahan perilaku berbasis pengetahuan dan praktik langsung di lapangan (Sinaga et al., 2022).

Peningkatan Pemahaman Petani terhadap Strategi Penjualan TBS

Setelah kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, petani mengalami peningkatan pemahaman mengenai strategi penjualan TBS yang lebih menguntungkan. Petani mulai memahami bahwa harga TBS tidak hanya ditentukan oleh pembeli, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas buah, saluran pemasaran, dan informasi harga pasar.

Pemahaman ini membantu petani untuk tidak lagi hanya bergantung pada tengkulak, tetapi mulai mempertimbangkan alternatif saluran pemasaran yang lebih efisien. Peningkatan pengetahuan ini sejalan dengan pentingnya literasi pasar dalam meningkatkan posisi tawar petani dalam sistem agribisnis (Putriana et al., 2023).

Peningkatan Kemampuan Menentukan Waktu Panen

Kegiatan pengabdian juga meningkatkan kemampuan petani dalam menentukan waktu panen yang tepat berdasarkan tingkat kematangan buah. Petani mulai memahami bahwa panen pada tingkat kematangan optimal akan menghasilkan rendemen minyak yang lebih tinggi dan harga jual yang lebih baik.

Sebaliknya, kesalahan dalam menentukan waktu panen dapat menyebabkan penurunan kualitas TBS akibat meningkatnya kadar asam lemak bebas (FFA), yang berdampak pada potongan harga di pabrik kelapa sawit (SPKS, 2026). Dengan demikian, ketepatan waktu panen menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan pendapatan petani.

Peningkatan Pemahaman Kualitas TBS dan Dampaknya terhadap Harga

Petani juga menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai hubungan antara kualitas TBS dan harga jual. Mereka mulai memahami bahwa TBS yang bersih, matang optimal, dan tidak rusak akan mendapatkan harga lebih tinggi dibandingkan buah yang tidak memenuhi standar.

Dalam sistem pembelian TBS, pabrik kelapa sawit menerapkan penilaian berdasarkan mutu buah sehingga kualitas menjadi faktor utama dalam penentuan harga (Arvis, 2023). Pemahaman ini mendorong petani untuk lebih memperhatikan proses sortasi dan penanganan pascapanen.

Peningkatan Akses dan Pemanfaatan Informasi Harga Pasar

Hasil kegiatan juga menunjukkan adanya peningkatan akses dan pemanfaatan informasi harga pasar oleh petani. Sebelumnya, petani lebih banyak bergantung pada informasi dari tengkulak, namun setelah kegiatan pengabdian, petani mulai aktif mencari informasi harga dari berbagai sumber.

Akses informasi harga pasar yang baik dapat meningkatkan kemampuan petani dalam mengambil keputusan penjualan dan mengurangi ketergantungan pada perantara (Putri et al., 2023). Dengan informasi yang lebih akurat, petani dapat membandingkan harga antar pembeli dan memilih waktu serta saluran penjualan yang lebih menguntungkan.

3.4. Perubahan Perilaku Penjualan TBS

Perubahan perilaku petani dalam penjualan Tandan Buah Segar (TBS) di Gampong Teupin Panah, Kecamatan Kaway XVI, Kabupaten Aceh Barat merupakan salah satu indikator penting keberhasilan kegiatan pengabdian. Perubahan ini menunjukkan adanya proses transformasi dari pola penjualan tradisional menuju pola yang lebih rasional dan berbasis informasi. Dalam konteks pengabdian masyarakat, perubahan perilaku merupakan hasil dari peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran petani terhadap sistem pasar (Sinaga et al., 2022).

Mulai Membandingkan Harga Sebelum Menjual

Sebelum kegiatan pengabdian, petani umumnya langsung menjual TBS kepada pembeli tanpa melakukan perbandingan harga. Setelah kegiatan, petani mulai membandingkan harga yang ditawarkan oleh tengkulak, koperasi, dan pabrik kelapa sawit sebelum melakukan transaksi.

Perubahan ini menunjukkan peningkatan literasi pasar petani, di mana informasi harga menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan ekonomi. Akses dan pemanfaatan informasi harga yang lebih baik terbukti dapat meningkatkan posisi tawar petani dalam rantai pemasaran (Putri et al., 2023).

Mulai Mengurangi Ketergantungan pada Tengkulak atau Pedagang Pengumpul

Hasil kegiatan juga menunjukkan adanya kecenderungan petani untuk mulai mengurangi ketergantungan terhadap tengkulak. Hal ini ditandai dengan mulai adanya transaksi langsung ke pabrik atau melalui kelompok tani.

Ketergantungan yang tinggi terhadap tengkulak sebelumnya disebabkan oleh keterbatasan akses pasar dan informasi harga. Namun, setelah adanya peningkatan pengetahuan, petani mulai menyadari bahwa saluran pemasaran alternatif dapat memberikan harga yang lebih baik (Putriana et al., 2023).

Mulai Mempertimbangkan Penjualan ke PKS atau Kelompok Tani

Petani mulai mempertimbangkan penjualan TBS langsung ke pabrik kelapa sawit (PKS) atau melalui kelompok tani sebagai alternatif saluran pemasaran. Pertimbangan ini muncul setelah petani memahami bahwa saluran pemasaran yang lebih pendek dapat meningkatkan *farmer's share*.

Saluran pemasaran langsung ke PKS atau melalui kelembagaan petani terbukti lebih efisien karena mengurangi peran perantara dalam rantai distribusi dan meningkatkan pendapatan petani (Rahayu et al., 2021).

Perubahan Pola Komunikasi dalam Transaksi Jual Beli TBS

Perubahan perilaku juga terlihat dari pola komunikasi petani dalam transaksi jual beli TBS. Jika sebelumnya petani bersifat pasif dan menerima harga yang ditetapkan pembeli, kini petani mulai aktif menanyakan harga, melakukan negosiasi, dan mencari informasi pembandingan.

Perubahan pola komunikasi ini menunjukkan peningkatan posisi tawar petani dalam sistem pemasaran. Kemampuan negosiasi yang lebih baik merupakan salah satu bentuk penguatan kapasitas yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan petani (Putri et al., 2023).

3.5. Dampak Kegiatan terhadap Pendapatan Petani

Kegiatan pengabdian di Gampong Teupin Panah, Kecamatan Kaway XVI, Kabupaten Aceh Barat memberikan dampak nyata terhadap kondisi ekonomi petani sawit, khususnya dalam aspek pendapatan dari penjualan Tandan Buah Segar (TBS). Dampak ini muncul sebagai hasil dari peningkatan pengetahuan, perubahan perilaku pemasaran, serta perbaikan strategi penjualan yang diterapkan petani setelah kegiatan berlangsung. Dalam kajian pengabdian masyarakat, peningkatan kesejahteraan ekonomi sering menjadi indikator utama keberhasilan program pemberdayaan (Sinaga et al., 2022).

Perubahan Harga Jual TBS Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Sebelum kegiatan, petani umumnya menjual TBS tanpa mempertimbangkan variasi harga antar pembeli sehingga harga yang diterima cenderung lebih rendah. Setelah kegiatan pengabdian, petani mulai membandingkan harga dan memilih saluran pemasaran yang lebih menguntungkan, sehingga terjadi peningkatan harga jual yang diterima.

Perubahan ini menunjukkan bahwa akses informasi dan kemampuan analisis pasar dapat memengaruhi keputusan penjualan petani. Dalam sistem pemasaran agribisnis, perbedaan informasi harga merupakan faktor utama yang memengaruhi keseimbangan posisi tawar antara petani dan pembeli (Putri et al., 2023).

Efisiensi Biaya Pemasaran (Transportasi dan Perantara)

Kegiatan pengabdian juga berdampak pada efisiensi biaya pemasaran, terutama biaya transportasi dan biaya perantara. Sebelum kegiatan, petani cenderung bergantung pada tengkulak yang menetapkan harga sekaligus mengatur proses pengangkutan, sehingga biaya tidak transparan.

Setelah adanya pendampingan, sebagian petani mulai menjual secara kolektif melalui kelompok tani atau langsung ke pabrik kelapa sawit, sehingga biaya perantara dapat ditekan. Pengurangan rantai distribusi terbukti dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan mengurangi biaya transaksi dalam sistem agribisnis (Rahayu et al., 2021).

Peningkatan Margin Keuntungan Petani

Peningkatan harga jual dan efisiensi biaya pemasaran secara langsung berdampak pada peningkatan margin keuntungan petani. Dengan berkurangnya peran perantara dan meningkatnya kemampuan petani dalam memilih saluran pemasaran, bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menjadi lebih besar.

Dalam kajian pemasaran TBS, semakin pendek rantai distribusi maka semakin besar margin yang diterima produsen utama, yaitu petani (Putriana et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan petani sawit rakyat.

Indikasi Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Petani

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian memberikan indikasi adanya peningkatan kesejahteraan ekonomi petani. Hal ini terlihat dari meningkatnya pendapatan dari hasil penjualan TBS, berkurangnya ketergantungan terhadap tengkulak, serta meningkatnya kemampuan petani dalam mengambil keputusan ekonomi.

Peningkatan kesejahteraan petani tidak hanya diukur dari pendapatan, tetapi juga dari kemampuan mereka dalam mengakses informasi, bernegosiasi, dan memilih saluran pemasaran yang lebih menguntungkan (Sinaga et al., 2022). Dengan demikian, penguatan kapasitas petani berkontribusi langsung terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi secara berkelanjutan.

3.6. Pembahasan Hasil Pengabdian

Pembahasan hasil kegiatan pengabdian di Gampong Teupin Panah, Kecamatan Kaway XVI, Kabupaten Aceh Barat ini menekankan pada analisis perubahan yang terjadi setelah intervensi berupa sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan strategi penjualan Tandan Buah Segar (TBS). Secara umum, hasil menunjukkan adanya peningkatan kapasitas petani, perbaikan strategi pemasaran, serta penguatan posisi tawar dalam rantai nilai sawit. Dalam konteks pengabdian masyarakat, perubahan tersebut mencerminkan keberhasilan proses *capacity building* yang berkelanjutan (Sinaga et al., 2022).

Analisis Peningkatan Kapasitas Petani (Capacity Building)

Peningkatan kapasitas petani terlihat dari bertambahnya pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pengambilan keputusan dalam penjualan TBS. Petani tidak lagi hanya berperan sebagai penerima harga, tetapi mulai mampu mengevaluasi alternatif saluran pemasaran yang tersedia.

Peningkatan kapasitas ini sejalan dengan konsep *capacity building* yang menekankan perubahan pada aspek pengetahuan dan perilaku sebagai hasil dari proses pembelajaran dan pendampingan (Nursyirwan et al., 2020). Dengan demikian, kegiatan pengabdian tidak hanya bersifat transfer informasi, tetapi juga transformasi kemampuan petani dalam praktik ekonomi.

Keterkaitan Hasil dengan Konsep Strategi Pemasaran Agribisnis

Hasil pengabdian menunjukkan adanya perubahan cara petani memahami strategi pemasaran TBS, khususnya dalam memilih saluran distribusi dan menentukan waktu penjualan. Dalam agribisnis, strategi pemasaran tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga pada penciptaan nilai tambah melalui efisiensi rantai pasok.

Pemahaman ini sejalan dengan teori pemasaran agribisnis yang menekankan pentingnya efisiensi, informasi pasar, dan pengambilan keputusan rasional dalam meningkatkan daya saing petani (Putriana et al., 2023). Dengan demikian,

petani yang memiliki akses informasi dan kemampuan analisis pasar akan lebih mampu bersaing dalam sistem perdagangan TBS.

Pengaruh Pengurangan Rantai Distribusi terhadap Margin Petani

Salah satu dampak penting dari kegiatan ini adalah mulai terjadinya pengurangan rantai distribusi pemasaran. Sebagian petani mulai beralih dari tengkulak ke pabrik kelapa sawit (PKS).

Pengurangan rantai distribusi terbukti meningkatkan *farmer's share* karena mengurangi margin yang diambil oleh perantara dalam setiap tahap pemasaran (Rahayu et al., 2021). Semakin pendek rantai distribusi, semakin besar bagian harga yang diterima oleh petani sebagai produsen utama.

Penguatan Posisi Tawar Petani dalam Sistem Pemasaran TBS

Setelah kegiatan pengabdian, petani menunjukkan peningkatan posisi tawar dalam transaksi jual beli TBS. Hal ini ditandai dengan kemampuan petani dalam membandingkan harga, melakukan negosiasi, serta memilih pembeli yang memberikan keuntungan lebih baik.

Penguatan posisi tawar ini merupakan hasil dari meningkatnya akses informasi dan pemahaman petani terhadap mekanisme pasar. Dalam sistem pemasaran, posisi tawar petani sangat ditentukan oleh akses informasi, skala produksi, dan kemampuan organisasi kelembagaan (Putri et al., 2023). Dengan penguatan kapasitas, ketimpangan informasi antara petani dan pembeli dapat dikurangi.

Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Intervensi Pengabdian

Perbandingan sebelum dan sesudah kegiatan menunjukkan perubahan yang cukup signifikan. Sebelum kegiatan, petani cenderung menjual TBS secara langsung ke tengkulak tanpa perbandingan harga dan tanpa mempertimbangkan kualitas secara optimal. Setelah kegiatan, petani mulai melakukan perbandingan harga, memperhatikan kualitas TBS, serta mempertimbangkan saluran pemasaran yang lebih menguntungkan.

Secara ekonomi, kondisi ini berdampak pada peningkatan harga jual dan efisiensi biaya pemasaran, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan petani. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa intervensi berbasis penguatan kapasitas dapat memberikan dampak nyata terhadap kesejahteraan petani (Sinaga et al., 2022).

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Gampong Teupin Panah, Kecamatan Kaway XVI, Kabupaten Aceh Barat, dapat disimpulkan bahwa program penguatan kapasitas petani sawit dalam menentukan strategi penjualan Tandan Buah Segar (TBS) memberikan dampak positif terhadap pengetahuan, keterampilan, dan perilaku petani dalam sistem pemasaran.

1. Kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan berhasil meningkatkan pemahaman petani mengenai mekanisme harga TBS, sistem pasar, serta pentingnya strategi pemasaran yang lebih efisien. Petani mulai memahami bahwa harga TBS tidak hanya ditentukan oleh pembeli, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas buah, waktu panen, dan saluran pemasaran..

2. Terdapat peningkatan kemampuan petani dalam menentukan waktu panen yang tepat, menjaga kualitas TBS, serta memanfaatkan informasi harga pasar sebagai dasar pengambilan keputusan penjualan. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kapasitas (*capacity building*) petani dalam aspek teknis maupun ekonomi.
3. Terjadi perubahan perilaku penjualan TBS, di mana petani mulai membandingkan harga sebelum menjual, mengurangi ketergantungan terhadap tengkulak, serta mulai mempertimbangkan penjualan melalui PKS atau kelompok tani. Perubahan ini berdampak pada penguatan posisi tawar petani dalam rantai pemasaran.
4. Kegiatan pengabdian memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan petani, melalui efisiensi biaya pemasaran, peningkatan harga jual, serta meningkatnya margin keuntungan petani. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas petani merupakan strategi efektif dalam meningkatkan kesejahteraan petani sawit rakyat.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian ini, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Petani

Petani diharapkan terus menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh, khususnya dalam hal penentuan waktu panen, menjaga kualitas TBS, serta aktif mencari dan membandingkan informasi harga sebelum menjual hasil panen. Untuk mengatasi rendahnya harga jual yang sering diterima petani, disarankan agar petani tidak hanya bergantung pada satu pembeli, tetapi melakukan perbandingan harga antar pengepul, koperasi, maupun pabrik. Selain itu, petani perlu meningkatkan kualitas TBS sesuai standar pabrik karena kualitas buah yang baik akan memberikan harga jual yang lebih tinggi.

2. Bagi Kelompok Tani

Kelompok tani perlu diperkuat fungsinya sebagai lembaga ekonomi petani, terutama dalam pengumpulan hasil panen, pemasaran kolektif, dan akses informasi harga, sehingga posisi tawar petani semakin meningkat. Salah satu solusi untuk mengatasi lemahnya posisi tawar petani adalah dengan menerapkan sistem penjualan bersama (*collective marketing*) sehingga volume TBS yang dijual lebih besar dan memiliki daya tawar yang lebih kuat terhadap pembeli. Kelompok tani juga dapat berperan sebagai pusat informasi harga dan sarana negosiasi dengan pabrik kelapa sawit.

3. Bagi Pemerintah Gampong dan Daerah

Pemerintah diharapkan dapat mendukung penyediaan akses informasi harga TBS yang transparan dan mudah diakses petani, serta mendorong kemitraan antara petani dan pabrik kelapa sawit untuk memperpendek rantai distribusi. Selain itu, pemerintah perlu memperkuat pengawasan terhadap praktik tata niaga TBS agar petani memperoleh harga yang lebih adil sesuai ketentuan yang berlaku. Dukungan terhadap pembentukan dan pengembangan koperasi petani sawit juga penting sebagai upaya mengurangi ketergantungan petani terhadap tengkulak.

4. Bagi Kegiatan Pengabdian Selanjutnya

Kegiatan serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan cakupan yang lebih luas, termasuk penguatan aspek kelembagaan, akses permodalan, serta digitalisasi informasi pasar untuk mendukung efisiensi pemasaran TBS.

Program pengabdian berikutnya juga dapat diarahkan pada pendampingan pembentukan koperasi pemasaran, pengembangan sistem informasi harga berbasis digital, serta peningkatan kemampuan petani dalam melakukan analisis pasar dan negosiasi harga sehingga petani memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi fluktuasi harga TBS.

Dengan demikian, keberlanjutan program penguatan kapasitas ini diharapkan dapat semakin meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan petani sawit di wilayah Kecamatan Kaway XVI, Aceh Barat. Melalui peningkatan akses informasi harga, penguatan kelembagaan petani, pemasaran kolektif, dan kemitraan yang lebih baik dengan pabrik kelapa sawit, permasalahan rendahnya harga dan lemahnya posisi tawar petani dapat diminimalkan secara bertahap.

REFERENSI

- Amriana, A., Kasim, A. A., & Maghfirat. (2020). Penentuan harga tandan buah segar (TBS) kelapa sawit menggunakan metode fuzzy logic. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 12(3), 236–244.
- Arvis. (2023). *Operasional penjualan TBS sawit, ini prosedurnya*. Diakses dari <https://www.arvis.id/insight/prosedur-penjualan-tbs-sawit/>
- Asir, M., Wahab, A., Yani, N. F., Arum, R. A., & Ramlah. (2023). Strategi peningkatan penjualan produk pertanian cabai di Kabupaten Sinjai. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(2), 725–732.
- Aznur, T. Z., Lubis, F. A., & Ginting, M. S. (2020). Analisis kelayakan finansial kelapa sawit rakyat di Kabupaten Pasaman Barat. *Jurnal Agro Estate*, 4(2).
- Barus, A. B., & Ernah. (2024). Peranan perkebunan kelapa sawit rakyat dalam mencapai tujuan ekonomi sustainable development goals (SDGs) di Indonesia. *Mimbar Agribisnis*, 10(1).
- Br Singarimbun, N. A., & Nasution, S. P. (2024). Saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit di Kecamatan Mardinding Kabupaten Karo. *JAS (Jurnal Agri Sains)*, 8(2).
- Darma, E., Iskandarini, & Siahaan, E. (2024). Strategi peningkatan pendapatan petani kelapa sawit umur tanaman 21–25 tahun di Kecamatan Dolok Masihul. *Jurnal Agrica*, 17(1).
- Diarta, I. K. S., Lestari, P. W., & Dewi, I. A. P. C. (2016). Strategi branding dalam promosi penjualan produk pertanian olahan PT. Hatten Bali untuk pasar pariwisata Indonesia. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 4(2).
- Fauzi, M. Y. (2024). Kemitraan petani sawit-PKS: Dilema penetapan harga TBS sawit petani swadaya. *InfoSAWIT*.
- Gurning, H. K., Uktoro, A. I., & Dharmawati, N. D. (2024). Analisa TBS olah terhadap kuantitas dan kualitas CPO produksi. *AGROFORETECH*, 2(4).
- Hasibuan, H. A. (2020). Penentuan rendemen, mutu dan komposisi kimia minyak sawit dan minyak inti sawit tandan buah segar bervariasi kematangan sebagai dasar untuk penetapan standar kematangan panen. *Jurnal Penelitian Kelapa Sawit*, 28(3), 123–132.
- Hermansyah, Bandrang, T. N., & Andriani, S. (2024). Saluran pemasaran tandan buah segar kelapa sawit di Desa Kartika Bhakti. *Jurnal Teknologi Pangan dan Industri Perkebunan (LIPIDA)*, 5(1).
- Hudori, M. (2018). Pengukuran kinerja kualitas tandan buah segar (TBS) kelapa sawit sebagai bahan baku pabrik kelapa sawit (PKS). *Industrial Engineering Journal*, 7(2), 1–7.
- Ignatia, S. P. R., Harianto, J. P. D., & Leu, N. (2024). Strategi pengembangan pemasaran sayuran organik untuk meningkatkan penjualan pada CV. Kurnia Kitri Ayu Farm Malang. *Jurnal BisTek Pertanian Agribisnis dan Teknologi Hasil Pertanian*, 11(2), 28–39.
- Intanna, A. V., & Yusuf, H. (2019). Faktor pembentuk harga jual produk CPO asal Indonesia. *Jurnal Perspektif Bea dan Cukai*, 3(2), 97–108.
- Kana, Y. A., Suyatno, A., & Suharyani, A. (2022). Analisis pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit di Kecamatan Binjai Hulu Kabupaten Sintang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(4).

- Kana, Y. A., Suyatno, A., & Suharyani, A. (2022). Analisis pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(4).
- Kania, M. D., Fauziah, J. R., Amaraldo, N., & Sastrawan, U. (2024). Tinjauan strategi pemasaran agribisnis produk bayam: Pendekatan systematic literature review (SLR). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12(4).
- Krisdiarto, A. W. (2016). *Optimasi mutu dalam sistem logistik panen angkut tandan buah segar (TBS) kelapa sawit dengan pendekatan model dinamis* (Disertasi Doktor). Universitas Gadjah Mada.
- Krisdiarto, A. W., & Wisnubhadra, I. (2023). Kajian pergerakan truk transport TBS sebagai bagian dari rantai pasok bahan pabrik kelapa sawit. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pertanian Agrotechno*, 8(1).
- Mahendra, F., & Maria. (2023). Strategi pengembangan usaha penjualan daging sapi segar. *Forum Agribisnis*, 13(1), 24–34.
- Maulana, M., Rahmah, S., & Iskandar, T. (2024). Faktor-faktor kualitas TBS yang mempengaruhi harga beli TBS pihak eksternal PT. Fajar Baizury & Brothers. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 9(4).
- Mustofa, R., & Bakce, R. (2022). Aspek sosial dan ekonomi usaha perkebunan kelapa sawit rakyat di Kabupaten Indragiri Hulu. *Media Bina Ilmiah*, 17(7).
- Nursyirwan, V. I., dkk. (2020). *Pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan learning by doing dalam pengabdian*. Jurnal Pengabdian Masyarakat.
- Nursyirwan, V. I., dkk. (2020). *Pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan capacity building dalam pengabdian*. Jurnal Pengabdian Masyarakat.
- Pratama, I. A., AE, E., & Damayanti, U. (2024). Analisis pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit petani di Desa Simpang Heran Kecamatan Air Sugihan Kabupaten Ogan Komering Ilir. *TRISEPA: Jurnal Sosial Ekonomi dan Agribisnis*, 2(1).
- Putri, D. F. P. Z., Hadi, S., & Yusri, J. (2023). Analisis pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit pola swadaya di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. *Jurnal Agribisnis*, 12(1).
- Putriana, E., Kurniati, D., & Yurisinthae, E. (2023). Struktur, perilaku dan kinerja pasar tandan buah segar (TBS) kelapa sawit. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 75–86.
- Rahayu, N. F., Hardjomidjojo, H., & Raharja, S. (2021). Analisis value chain dan margin pemasaran rantai pasok tandan buah segar sawit rakyat di Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 22(2).
- Saruan, T. J., & Rembang, V. V. (2025). Analisis strategi pemasaran produk pertanian dengan dukungan teknologi digital di pedesaan. *Jurnal Agribisnis*, 27(2).
- Serikat Petani Kelapa Sawit (SPKS). (2026). *Modul standard operating procedure (SOP) pemanenan dan penjualan TBS*. Diakses dari <https://old.spks.or.id/detail-publikasi-12-modul-standard-operating-procedure-sop-pemanenan-penjualan-tbs>
- Setiawan, P., Yulianis, F., April, C. W., & Erniwati. (2024). Analisis harga pokok TBS kelapa sawit Provinsi Sumatera Barat. *Ensiklopedia Research and Community Service Review*, 3(2).
- Setiawan, R. P. A., & Desrial. (2023). *Alat panen dan transportasi tandan buah segar kelapa sawit*. Institut Pertanian Bogor.
- Sianturi, E. N., Nainggolan, S., & Elwamendri. (2021). Analisis daya saing usahatani kelapa sawit rakyat di Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 24(1), 52–58.
- Sinaga, R., dkk. (2022). Model pelaksanaan pengabdian masyarakat berbasis kebutuhan mitra. *Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*.
- Sinambela, J. A., Cherie, D., Andasuryani, & Makky, M. (2025). Prediksi tingkat kematangan tandan buah segar (TBS) kelapa sawit berbasis sifat optis. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*, 29(1), 33–40.
- Sodality. (2019). *Smallholders oil palm: Problems and solutions*. Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan, 7(3).
- Susanto, A. (2024). Strategi penerapan e-bisnis dalam optimalisasi pemasaran produk pertanian: Studi kasus pada UMKM agribisnis. *Journal of Economics Business Management Accounting and Social Sciences*, 2(6), 364–368.
- Syahril, Noviar, H., Affandi, Damrus, & Badli, S. (2021). Integrasi perkebunan sawit dan peternakan sapi di desa

- Teupin Panah Kecamatan Kaway XVI, Aceh Barat. *Jurnal Pengabdian Agro & Marine Industry*, 1(1), 11–15.
- Syahril, S., Saputra, A., Irmayani, I., Fahlevi, M., Ertika, Y., & Mahdani, S. (2022). World Vegetable Oil Competition in 1960-2019. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 12(3), 108–115.
- Syahril Syahril, A. S. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Integrasi Usaha Perkebunan Sawit dan Peternakan/Penggemukan Sapi dalam Menjaga Keseimbangan Pendapatan Petani. *Jurnal Pengabdian Agro & Marine Industry*, 04(02), 26–36.
- Syuhada, F. A., Hasnah, & Khairati, R. (2022). Analisis efisiensi teknis usahatani kelapa sawit: Analisis stochastic frontier. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(1).
- Thoriq, A., Herodian, S., & Sutejo, A. (2016). Kajian karakteristik spektrum tandan buah segar (TBS) kelapa sawit berdasarkan tingkat kematangan menggunakan spektrofotometer UV–Vis. *Teknotan: Jurnal Industri Teknologi Pertanian*, 10(1).
- Wijaya, A., Putri, S. A., & Suryanty, M. (2021). Analisis saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit di Desa Sari Bulan Kecamatan Air Dikit Kabupaten Mukomuko. Universitas Bengkulu.
- Wijaya, D. R., Talkah, A., & Daroini, A. (2021). Strategi pemasaran agribisnis bawang merah goreng dalam meningkatkan volume penjualan di Kabupaten Nganjuk. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 21(2), 102–119.
- Wildayana, E. (2016). Pendekatan pengendalian fluktuasi harga tandan buah segar terhadap pendapatan petani kelapa sawit. *Habitat*, 27(3).
- Yoga, T., & Subagyo, H. S. H. (2021). Efektivitas sistem angkut bahan baku tandan buah segar (TBS) kelapa sawit untuk peningkatan mutu buah di kebun. *Musamus Journal of Agribusiness*, 4(2).
- Zen, Z., Kuswardani, R. A., & Lubis, Y. (2021). Kajian strategi integrasi nilai-nilai keberlanjutan ke dalam proses pembangunan kelapa sawit rakyat di Tapanuli Selatan. *Jurnal Agrica*, 14(1).