**TINGKAT KEPUASAN PETANI SAWIT TERHADAP PELAYANAN LEMBAGA
PEMASARAN DI KECAMATAN PENARIK KABUPATEN MUKOMUKO**

***THE SATISFACTION LEVEL OF OIL PALM FARMERS ON THE SERVICE OF
MARKETING INSTITUTIONS IN PENARIK SUBDISTRICT MUKOMUKO DISTRICT***

Era Impiani¹⁾, Reswita²⁾ dan Ketut Sukiyono²⁾

¹⁾Alumni dan ²⁾Staf pengajar pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu
ksukiyono@unib.ac.id

Diterima: 22 Juli 2019, disetujui 24 Juni 2020

ABSTRACT

This research aims to identify service attributes based on the level of importance and performance according to palm oil farmers, knowing the level of satisfaction of oil palm farmers on the services that have been carried out by market institutions, knowing the level of satisfaction of oil Palm Farmers to the services carried out by Palm Oil Mill in Penarik District, Mukomuko Regency. This research was conducted in August 2018 on 80 respondents, namely 75 farmers and 5 marketing institutions. Research location determined by using the two stage cluster sampling method. The data analysis methods used are Descriptive Analysis, Importance Performance Analysis (IPA), and the Customer Satisfaction Index (CSI). The result is that the service attributes that need to be improved by marketing institutions are the appropriate prices, time to pay, accuracy of weighing and honesty in service. Then the attributes that need to be improved in Palm Oil Mill are prices that match the accuracy of weighing and honesty in service. CSI values on farmer respondents to marketing institutions were 74.67% and CSI values on farmer respondents to Palm Oil Mill were 79.09%. Overall the level of satisfaction of oil palm farmers towards marketing services and PKS services is in the Satisfied category. The level of satisfaction to the MCC service is satisfied with the CSI index of 68.05%.

Keywords: Oil Palm Farmers, Marketing, IPA, CSI, Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut layanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja menurut petani kelapa sawit, mengetahui tingkat kepuasan petani kelapa sawit terhadap layanan yang telah dilakukan oleh lembaga pasar, mengetahui tingkat kepuasan petani terhadap layanan yang dilakukan oleh Pabrik Kelapa Sawit di Distrik Penarik, Kabupaten Mukomuko. Penelitian ini dilakukan pada Agustus 2018 pada 80 responden, yaitu 75 petani dan 5 lembaga pemasaran. Lokasi penelitian ditentukan dengan menggunakan metode cluster sampling dua tahap. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, Importance Performance Analysis (IPA), dan Customer Satisfaction Index (CSI). Hasilnya adalah bahwa atribut layanan yang perlu ditingkatkan oleh lembaga pemasaran adalah harga yang sesuai, waktu untuk membayar, ketepatan penimbangan dan kejujuran dalam layanan. Maka atribut yang perlu ditingkatkan di Pabrik Kelapa Sawit adalah harga yang sesuai dengan akurasi penimbangan dan kejujuran dalam layanan. Nilai CSI pada responden petani untuk lembaga pemasaran adalah 74,67% dan nilai CSI pada responden petani ke Pabrik Kelapa Sawit adalah 79,09%. Secara keseluruhan tingkat kepuasan petani kelapa sawit terhadap layanan pemasaran toke dan layanan PKS berada dalam kategori Puas. Tingkat kepuasan terhadap layanan PKS puas dengan indeks CSI 68,05%.

Kata kunci: Petani Kelapa Sawit, Pemasaran, IPA, CSI, Kepuasan.

PENDAHULUAN

Kelapa sawit adalah salah satu hasil komoditi subsektor perkebunan yang banyak diusahakan di Indonesia termasuk Kabupaten Mukomuko. Kabupaten Mukomuko merupakan kabupaten penghasil kelapa sawit terbesar di provinsi Bengkulu yang memiliki luas tanam 100.060,50 Ha (BPS,2016). Salah satu wilayah di Kabupaten Mukomuko yang mengusahakan kelapa sawit yaitu Kecamatan Penarik dengan luas tanam 12.061 Ha (BPS,2017). Survei di Kecamatan Penarik menunjukkan adanya sebagian besar lembaga pemasar kelapa sawit bersifat homogen atau hanya terdapat satu saluran pemasaran. Desa Suka Maju adalah salah satu desa di Kecamatan Penarik yang sebagian besar masyarakatnya berprofesi sebagai petani sawit. Di Kecamatan Penarik terkhusus Desa Suka Maju terdapat beberapa petani yang langsung menjual hasil panen ke pabrik kelapa sawit ke tengkulak aktif terbesar pada tingkat desa yang bersifat homogen. Sehingga toke inilah yang nantinya akan dinilai oleh para petani.

Untuk menciptakan kepuasan petani kelapa sawit maka diperlukan adanya pelayanan

terbaik bagi petani yang dilakukan oleh lembaga pemasaran sawit. Permasalahannya adalah, apakah petani sawit sudah merasa puas terhadap pelayanan yang dilakukan oleh lembaga pemasar tersebut karena terkadang ada petani yang masih mengeluh tentang beberapa kecurangan yang dilakukan lembaga pemasar. Meskipun demikian tetap saja mereka menjual hasil panennya kepada lembaga pemasar tersebut dan berharap pelayanannya akan berubah menjadi lebih baik dan memuaskan sehingga mereka akan tetap setia menjadi pelanggan yang menjual hasil panennya. Hal ini menjadi salah satu antisipasi dalam penilaian kepuasan terhadap lembaga pemasar itu sendiri.

Dalam konteks ini, lembaga pemasaran memiliki 5 dimensi pelayanan yang masing-masing dimensi terdiri dari beberapa item atribut layanan, dan untuk melihat tingkat kepuasan petani, maka atribut inilah yang akan dinilai. Salah satu alat manajemen yang sering digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) yang memiliki beberapa keunggulan diantaranya yaitu dapat menunjukkan atribut yang perlu ditingkatkan, dipertahankan

ataupun dikurangi, untuk menjaga kepuasan pelanggan. *Importance Performance Analysis* mempunyai fungsi utama untuk menunjukkan informasi yang berkaitan dengan atribut pelayanan yang menurut petani sangat memengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka dan juga atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan karena menurut petani layanan tersebut belum memuaskan. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan bertujuan untuk 1) Mengidentifikasi atribut pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja menurut petani kelapa sawit 2) Mengetahui tingkat kepuasan petani terhadap pelayanan yang telah dilakukan oleh lembaga pemasar 3) Mengetahui tingkat kepuasan toke terhadap pelayanan yang telah dilakukan oleh PKS di Kecamatan Penarik Kabupaten Mukomuko.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan dengan menggunakan metode sampling kelompok dua tahap (*two stage cluster sampling*). Tahapnya adalah memilih Kecamatan Penarik sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan sebagai salah satu kecamatan yang memiliki luas perkebunan kelapa sawit cukup besar di Kabupaten Mukomuko. Kemudian, memilih satu desa sampel yang diteliti yaitu Desa Suka Maju berdasarkan data bahwa desa tersebut memiliki jumlah populasi petani sawit terbanyak. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2018.

Metode Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu 61 petani kelapa sawit yang selama satu bulan terakhir (periode penelitian) selalu menjual hasil panennya ke tengkulak 1. Responden ini dipilih secara sensus dengan pertimbangan merupakan

petani sawit yang menjual hasil panennya ke tengkulak 1, petani sawit yang selama satu bulan terakhir (periode penelitian) selalu menjual hasil panennya ke pabrik kelapa sawit yang sama yaitu PT. Mukomuko Indah Lestari (PT. MMIL), sementara sebanyak 14 orang petani sawit yang menjual langsung hasil panennya ke pabrik kelapa sawit juga dipilih secara sensus. Tengkulak 1 dipilih secara *purposive* atau sengaja dengan pertimbangan merupakan tengkulak terbesar yang memiliki banyak pelanggan dan pengalaman sebagai lembaga pemasar di desa Suka Maju sehingga dengan adanya karakteristik tersebut memudahkan peneliti untuk mengambil 4 responden tengkulak lainnya yang juga menggunakan metode *purposive* berdasarkan informasi yang diperoleh dari tengkulak 1.

Metode Analisis Data

Importance Performance Analysis (IPA).

Analisis IPA digunakan untuk menilai sejauh mana kepuasan dan tingkat kepentingan petani terhadap aspek pelayanan lembaga pemasaran. Skala Likert 5 tingkat digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kinerjanya yaitu sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting serta sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik dan tidak baik (Supranto, 2006). Metode ini telah banyak diterapkan diantaranya yaitu pada layanan pasar (Diyahya, Sukiyono & Badrudin (2016), konsumsi makanan (Narisah, Nugroho & Hartono (2013) dan Princess (2010)). Adapun langkah-langkah untuk mengetahui besarnya nilai IPA yaitu:

1. Menghitung rata-rata kepentingan ($\bar{y}$) dan kinerja ($\bar{x}$) dari setiap atribut dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_{in}}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_{in}}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = rata-rata kinerja tiap atribut

$\bar{Y}$ = rata-rata kepentingan tiap atribut

n = jumlah atribut

2. Menghitung tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja ($\bar{X}$) dan kepentingan ($\bar{Y}$), dengan rumus:

$$TK_i = \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}_i} \times 100\%$$

3. Menghitung rata-rata kepentingan ($\bar{Y}$) dan kinerja ($\bar{X}$) dari seluruh atribut dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{X}_i}{K} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = rata-rata kinerja keseluruhan atribut

$\bar{Y}$ = rata-rata kinerja keseluruhan atribut

K = jumlah keseluruhan atribut

Setelah diperoleh nilai tingkat kesesuaian, nilai dihitung selanjutnya dan pasangan koordinat titik atribut digunakan sebagai acuan memposisikan dimana suatu atribut terletak pada diagram kartesius. Berikut penjabaran diagram kartesius dapat dilihat pada gambar 1:

Gambar 1 Diagram Kartesius (Supranto 1997)

- a. Prioritas Utama

Menunjukkan atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan petani termasuk unsur layanan yang sangat penting namun pihak lembaga pemasaran pelaksanaannya belum sesuai keinginan petani sehingga mengecewakan atau belum memuaskan.

- b. Pertahankan Prestasi

Menunjukkan unsur jasa yang telah dilaksanakan dengan baik, unsur tersebut wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan memuaskan petani.

- c. Prioritas Rendah

Menunjukkan kurang pentingnya pengaruh beberapa faktor bagi petani pelaksanaannya oleh lembaga pemasaran biasa saja, dianggap kurang penting dan kurang memuaskan bagi petani.

- d. Berlebihan

Menunjukkan kurang pentingnya faktor yang mempengaruhi petani akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan (Supranto 2006).

Customer Satisfaction Index (CSI)

Menurut Starford (2004) metode pengukuran CSI meliputi tahap-tahap sebagai berikut 1) Menghitung faktor kepentingan terbobot (*importance weighting factors*) 2) Menghitung skor terbobot (*weighted score*) 3) Menghitung total terbobot (*weighted total*) 4) Menghitung indeks kepuasan (*satisfaction index*) yaitu *weighted total* dibagi skala maksimal yang digunakan (skala maksimal 5), kemudian dikalikan 100%. Kepuasan tertinggi tercapai bila CSI menunjukkan 100%. Rentang kepuasan berkisar antara 0-100%. Menurut Simamora (2004) dalam Diyahya (2016) langkah pertama untuk membuat skala *linear numeric*, yaitu kita cari tentang skala (RS) dengan mengurangkan persentase tertinggi dan persentase terendah lalu dibagi 5 (skala likert). Berdasarkan rentang skala likert maka kriteria kepuasannya adalah

- a) $0\% \leq \text{CSI} \leq 20\%$ (tidak puas),
- b) $21\% \leq \text{CSI} \leq 40\%$ (kurang puas)
- c) $41\% \leq \text{CSI} \leq 60\%$ (cukup puas),
- d) $61\% \leq \text{CSI} \leq 80\%$ (puas)
- e) $81\% \leq \text{CSI} \leq 100\%$ (sangat puas).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani Sawit Yang Menjual ke Tengkulak

Tabel 1 Karakteristik berdasarkan umur

Karakteristik	Petani ke Tengkulak		Rata-rata	Petani ke Pabrik Kelapa Sawit		
	Jumlah (orang)	Persentase (%)		Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata
27,00 - 39,66	14	22,96	47,08	2	14,28	47,71
39,67 – 52,33	31	50,82		8	57,14	
54,34 – 65,00	16	26,22		4	28,58	

Karakteristik umur seluruh petani berada pada kelompok umur 15-64 tahun dan sebagian besar petani berada pada rentang umur 39,67-52,33 tahun sebesar 50,82% dan 57,18%, rata-rata umur petani yaitu 47 tahun. Artinya seluruh petani sawit pada penelitian ini berada pada usia yang produktif sebagaimana Mantra (2004) menyatakan bahwa umur produktif secara ekonomi yaitu kelompok umur 15-64 tahun dan diluar rentang tersebut merupakan kelompok umur belum dan tidak lagi produktif.

selama 18 tahun dan sebagian besarnya ada pada rentang 3-15 tahun dengan persentase sebesar 47,54%. Sementara rata-rata petani yang berhubungan langsung dengan pabrik kelapa sawit sebesar 57,15%.

Rata-rata pengalaman usahatani sawit dari petani yang menjual sawit ke tengkulak 18 tahun dan untuk petani yang menjual langsung sawitnya ke pabrik kelapa sawit rata-rata sudah berpengalaman usaha tani sawit selama 17

Tabel 2 Karakteristik berdasarkan Pendidikan

Karakteristik	Petani ke Tengkulak			Petani ke Pabrik Kelapa Sawit		
	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata
SD	36	59,01	7,52	8	57,15	7,78
SLTP	19	31,15		5	35,71	
SMA	6	9,84		0	0	
S1	0			1	7,14	

Dilihat dari segi pendidikan formal mayoritas petani sawit telah menempuh pendidikan dan mayoritas berada pada tingkatan SD, yaitu sebesar 59,01%, sementara petani yang menjual hasil panennya ke pabrik kelapa sebesar persentase 57,15%. Artinya pendidikan petani sawit masih terbilang rendah. Dari segi pengalaman berusahatani rata-rata petani sawit yang berhubungan pemasaran dengan tengkulak memiliki pengalaman usahatani sawit

tahun. Pengalaman yang dimiliki petani sawit sangat menentukan kemampuan petani untuk meningkatkan produktifitas usahatani sawitnya serta akan selalu berinovasi dan terus melakukan perbaikan untuk keberhasilan usahatani. Nur Asni (2016) menyatakan pengalaman usahatani yang lebih lama dapat membuat petani memiliki kemampuan dalam melakukan produksi dan pengembangan usahatani dibandingkan dengan petani yang

Tabel 3 Karakteristik berdasarkan Pengalaman Usahatani Sawit

Karakteristik	Petani ke Tengkulak			Petani ke Pabrik Kelapa Sawit		
	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata
3 – 15	9	47,54	18	8	57,15	17
16 – 28	23	37,70		5	35,71	
29 – 40	9	14,76		1	7,14	

belum berpengalaman. Namun hal ini suatu kemutlakan bahwa petani yang berpengalaman akan lebih baik dibandingkan dengan yang kurang pengalaman karena terdapat faktor lain di dalam melakukan suatu kegiatan produksi di bidang pertanian.

Jumlah produksi yang diperoleh oleh petani yang menjual langsung ke tengkulak pada rentang 0,30-6 Ton, dengan rata-rata produksi 1,33 ton. Sementara jumlah produksi sawit dari petani yang menjual langsung ke pabrik berada pada kisaran 5,5 - 52 ton dengan rata-rata produksi 11,03 ton.

Tabel 4 Karakteristik berdasarkan Luas Usahatani Sawit

Petani ke Tengkulak				Petani ke Pabrik Kelapa Sawit			
Luas Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata (Ha)	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata (Ha)
0,50 – 2,50	38	62,29	2,5	6 - 19	13	93,86	12
2,60 – 4,00				20 - 32	0		
4,10 - 7,00	18	29,51		33 - 45	1	7,14	
	5	8,19					

Luas lahan petani yang menjual langsung sawitnya ke tengkulak sebagian besarnya berada pada rentang kepemilikan luas lahan 0,50-2,5 hektar dengan rata-rata luas lahan 2,5 Ha. Sementara luas lahan sawit yang dimiliki petani sawit yang menjual langsung ke pabrik berkisar 6 Ha – 45 Ha, dengan rata-rata luas lahan adalah 12 Ha. Besar kecilnya luas lahan akan berpengaruh terhadap besar kecilnya jumlah produksi yang dihasilkan.

Dari hasil yang diterima yaitu sejumlah uang yang didapatkan oleh petani dari penjualan hasil panen yang telah dijual kepada lembaga pemasar tengkulak berada pada rentang Rp 255.000 - Rp5.100.000. Rata-rata jumlah hasil yang diterima petani sawit yang berhubungan dengan tengkulak dalam penelitian ini adalah sebesar Rp1.131.475 per sekali panennya. Sementara rentang penjualan hasil panen petani sawit yang langsung ke pabrik kelapa sawit berada pada

Tabel 5 Karakteristik berdasarkan Jumlah Produksi Sawit

Petani ke Tengkulak				Petani ke Pabrik Kelapa Sawit			
Jumlah Produksi (ton)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata (ton)	Jumlah Produksi (Ton)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata (ton)
0,3 – 2,2	54	88,52	1,33	5,5 - 21	13	93,86	11,03
2,3 – 4,1	6	9,83		22 - 27	0	0	
4,2- 6,00	1	1,65		28 – 52	1	7,14	

Tabel 6 Karakteristik Berdasarkan Nilai Hasil Sawit

Petani ke Tengkulak				Petani ke Pabrik Kelapa Sawit			
Nilai Hasil Penjualan (Rp)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata (Rp)	Nilai Hasil Penjualan (Rp)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Rata-rata (Rp)
225,000 – 1,850,000	54	88,52		5.500.000 - 21.000.00	13	93,86	
1,860,000 – 3,475,000	6	9,83	1.131.475	22.000.000 – 36.500.000	0	0	11.061.429
3,480,000 – 5,100,000	1	1,65		37.000.000- 52.000.000	1	7,14	

kisaran Rp5.500.000 - Rp52.000.000. Rata-rata jumlah hasil yang diterima petani sawit yang berhubungan menjual langsung ke pabrik kelapa sawit adalah sebesar Rp 11.061.429.

Hasil panen TBS yang telah dipanen oleh petani langsung dijual kepada lembaga pemasar dalam hal ini pabrik kelapa sawit dan tengkulak. Berdasarkan hasil penelitian pabrik kelapa sawit yang berperan sebagai lembaga pemasaran yaitu PT.MMIL. Beberapa petani sawit yang memiliki hasil panen lebih besar, memilih menjual langsung hasil panennya ke pabrik kelapa sawit. Sementara mayoritas petani lainnya menjual hasil panennya ke tengkulak. Dalam penelitian ini di Desa Suka Maju lembaga pemasar yang aktif melakukan jual beli hasil panen petani kelapa sawit hanyalah tengkulak. Karakteristik tengkulak berdasarkan umur yang berada pada rentang umur 34-46,33 adalah sebesar 40%, rentang 46,34-58,67 juga sebesar 40%. Dari segi pekerjaan, semua pekerjaan utama responden adalah sebagai tengkulak sebesar 100% dan pekerjaan sampingannya adalah sebagai petani. Sedangkan untuk tingkat pendidikan menunjukkan bahwa tengkulak yang tamat SMP hanya 20% kemudian yang tamat SMA sebesar 80%. Dari segi pengalaman usaha menjadi tengkulak sawit menunjukkan bahwa pengalaman usaha menjadi tengkulak paling banyak berada pada rentang pengalaman 3,00-6,33, sebesar 60%. Kemudian untuk karakteristik jumlah karyawan

atau anak buah yang bertugas melakukan kegiatan pemasaran seperti sebagai sopir, tukang timbang, pengumpul, penyeter dan berbagai aktivitas pemasaran lain yang mendukung kegiatan jual beli kelapa sawit menunjukkan bahwa jumlah karyawan yang dimiliki oleh tengkulak paling banyak berada pada rentang 3-4. Selanjutnya karakteristik jumlah anggota keluarga terbesar sebanyak 80% berada pada rentang 3-4 orang. Karakteristik hasil panen yang dibeli oleh tengkulak dari para petani sawit paling banyak ada pada rentang produksi 65,00-83,33 Ton sebesar 80%, sementara nilai hasil yang diterima oleh tengkulak berupa sejumlah uang yang dibayarkan oleh pabrik kelapa sawit untuk jumlah hasil pembelian hasil panen yang telah mereka jual menunjukkan bahwa hasil yang diterima oleh sebagian besar tengkulak berada pada rentang 6.760.000- 8.666.667 sebesar 80%.

Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan Pelayanan Tengkulak

Tingkat kesesuaian merupakan perbandingan antara skor tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan kinerja setiap atribut (Santoso, 2011). Berdasarkan perhitungan Tabel 7, nilai rata-rata persentase tingkat kesesuaian yaitu sebesar 90%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja tengkulak telah memenuhi harapan petani sawit. Tabel 7 juga menunjukkan bahwa atribut yang memiliki

tingkat kesesuaian terendah adalah atribut harga yang sesuai dengan persentase tingkat kesesuaian sebesar 51% artinya atribut harga yang sesuai masih jauh dari kata baik dan harapan petani sehingga perlu adanya perbaikan dari tengkulak. Sesuai dengan pendapat Sudaryanto (2007) dalam Diyahya (2016), jika persentase 80-100% maka dikatakan kinerja dari kesesuaian tersebut telah dapat memenuhi harapan petani sawit tetapi masih perlu per-Masing-masing atribut terletak pada kuadrannya

sesuai dengan hasil tingkat kepentingan dan kinerja yang diperoleh dari penilaian petani yang bersangkutan. Adapun untuk memperjelas poin-poin atributnya perlu disajikan dalam Tabel 8.

Tabel 8 memperjelas aspek dari masing-masing layanan tengkulak dengan sebarannya pada diagram kartesius, seperti atribut yang dianggap penting oleh petani akan tetapi kinerja dari masih rendah dan perlu ditingkatkan diantaranya harga yang sesuai, tepat waktu dalam membayar,

Tabel 7 Hasil Perhitungan Rata-Rata Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan Tengkulak

Aspek- Aspek Pelayanan (Atribut)	($\bar{X}$)	($\bar{Y}$)	TKi (%)
Tangible (bukti fisik)			
1. Peralatan Transaksi	4,01	4,18	96
2. Alat Komunikasi	3,96	3,97	100
3. Alat Transportasi	4,13	4,16	99
Reliability (keandalan)			
4. Penyampaian Informasi	4,06	4,09	99
5. Kemampuan Berkomunikasi	4,08	4,00	102
6. Kemampuan Memberi Solusi	3,83	4,03	95
Responsiveness (kesigapan)			
7. Kesigapan dalam Melayani	3,90	4,24	92
8. Pelayanan yang Baik	4,08	4,26	96
Assurances (jaminan)			
9. Harga yang Sesuai	2,21	4,34	51
10. Tepat Waktu dalam Membayar	3,70	4,27	87
11. Keakuratan Penimbangan	3,39	4,18	81
Empathy (perhatian)			
12. Kejujuran dalam Pelayanan	3,50	4,19	84
13. Memprioritaskan Petani	3,78	4,16	91
Rata-rata	3,74	4,15	90

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Gambar 2 Diagram Kartesius untuk Pengukuran Kepentingan dan Kinerja layanan Lembaga Pemasaran (tengkulak)

Tabel 8 Poin Atribut Layanan Lembaga Pemasaran Tengkulak

Prioritas Utama (Kuadran I)	
9. Harga yang sesuai	11. Keakuratan penimbangan
10. Tepat waktu dalam membayar	12. Kejujuran dalam pelayanan
Pertahankan Prestasi (Kuadran II)	
1. Peralatan transaksi	8. Pelayanan yang baik
3. Alat transportasi	13. Memprioritaskan petani
7. Kesiapan dalam melayani	
Prioritas Rendah (Kuadran III)	
Berlebihan (Kuadran IV)	
2. Alat komunikasi	5. Kemampuan berkomunikasi
4. Penyampaian informasi	6. Kemampuan memberi solusi

Sumber: Data primer Diolah (2018)

keakuratan penimbangan dan kejujuran dalam pelayanan. Tengkulak sebaiknya segera memperbaiki kinerja yang masih rendah dengan cara, transparansi perihal informasi harga, tidak menunda pembayaran, tidak berlaku curang dan jujur dalam penimbangan atau pelayanan apapun.

Harga yang sesuai, tepat waktu dalam membayar, keakuratan penimbangan dan kejujuran dalam pelayanan merupakan prioritas utama yang perlu ditingkatkan kinerjanya oleh tengkulak (Kuadran 1) karena harga merupakan yang diberikan oleh tengkulak karena pada saat ini belum sesuai dengan harapan petani sawit. Harga yang diberikan tengkulak dinilai oleh petani belum sesuai dengan harga yang mereka harapkan. Petani menginginkan harga yang lebih tinggi atau paling tidak ada transparansi harga agar petani merasa lebih bisa menerima apabila mengetahui informasi perkembangan harga yang sebenarnya. Dalam hal ketepatan waktu pembayaran ke petani para tengkulak sering menunda-nunda pembayaran dari waktu yang telah disepakati, bahwa pembayaran akan dilakukan setelah 2-3 hari. Ketidakakuratan penimbangan oleh tengkulak menjadi kurangpercayaan petani terhadap tengkulak karena sering ketidaksesuaian hasil timbangan petani yang telah dilakukan petani dengan hasil timbangan tengkulak.

Penilaian Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan Pelayanan Pabrik Kelapa Sawit

Berdasarkan perhitungan TKi pada Tabel 9 nilai rata-rata persentase tingkat kesesuaian pabrik kelapa sawit oleh petani sawit yaitu sebesar 95% dan tingkat kesesuaian pabrik kelapa sawit yang dinilai oleh tengkulak sebesar 98%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja pabrik kelapa sawit telah memenuhi harapan petani sawit dan tengkulak karena nilai persentase tingkat kesesuaian keduanya berada pada rentang 80-100%.

Hasil analisis menunjukkan nilai rata-rata tingkat kinerja dari item atribut secara keseluruhan relatif lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata tingkat kepentingan. Pada kedua kasus penilaian petani dan tengkulak terhadap pabrik kelapa sawit pada Tabel 10 menjelaskan nilai atribut terendah yaitu pada harga yang sesuai dengan nilai rata-rata tingkat kinerja sebesar $2,78 < 4,35$ dan $1,80 < 4,80$. Hasil ini dapat menunjukkan kinerja dari pabrik kelapa sawit dengan atribut tersebut masih jauh dari baik. Agar pengukuran kepentingan dan kinerja lebih mudah dipahami disajikan pengelompokan atribut dengan menggunakan Diagram Kartesius.

Pada Gambar 3 dan 4 memuat atribut yang tersebar pada kuadran yang sesuai dengan nilai

Tabel 9 Perhitungan Rata-Rata Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan untuk Pabrik Kelapa Sawit

Aspek- Aspek Pelayanan (Atribut)	Petani			Tengkulak		
	$(\bar{X})$	$(\bar{Y})$	TKi (%)	$(\bar{X})$	$(\bar{Y})$	TKi (%)
Tangible (bukti fisik)						
1. Peralatan Transaksi	4,07	4,14	98	3,80	3,60	105
2. Alat Komunikasi	4,00	4,07	98	3,40	3,20	106
Reliability (keandalan)						
3. Penyampaian Informasi	4,14	3,92	106	2,80	3,00	93
4. Kemampuan Berkomunikasi	3,92	3,85	102	3,60	3,20	112
5. Kemampuan Memberi Solusi	3,78	4,07	93	3,20	3,40	94
Responsiveness (kesigapan)						
6. Kesigapan dalam Melayani	4,35	4,28	102	4,00	4,20	95
7. Pelayanan yang Baik	4,28	4,36	98	4,20	4,60	91
Assurances (jaminan)						
8. Harga yang Sesuai	2,78	4,35	64	1,80	4,80	37
9. Tepat Waktu dalam Membayar	4,50	4,35	103	3,40	4,20	81
10. Keakuratan Penimbangan	3,88	4,28	91	3,80	4,40	86
Empathy (perhatian)						
11. Kejujuran dalam Pelayanan	3,92	4,28	92	4,00	4,40	90
12. Memprioritaskan Petani/Tengkulak	3,85	4,14	93	2,60	3,00	87
Rata-rata	3,95	4,17	95	3,38	3,83	98

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan. Adapun penyebaran atribut tersaji dalam Tabel 10. Atribut layanan pabrik kelapa sawit penilaian oleh petani dan toke yang perlu ditingkatkan dan dianggap penting diantaranya harga yang

sesuai, keakuratan penimbangan dan kejujuran dalam pelayanan. Solusi yang perlu dilakukan oleh agar kinerja lebih baik yaitu transparansi harga, tidak melakukan kecurangan dan jujur dalam penimbangan maupun pelayanan agar

Gambar 3 Diagram Kartesius untuk Pengukuran Kepentingan dan Kinerja layanan Lembaga Pemasaran (pabrik kelapa sawit) oleh Petani

Gambar 4 Diagram Kartesius untuk Pengukuran Kepentingan dan Kinerja layanan Lembaga Pemasaran (pabrik kelapa sawit) oleh Tengkulak

Tabel 10 Poin Atribut Layanan Lembaga Pemasaran (Pabrik Kelapa Sawit)

Petani	Tengkulak
Prioritas Utama (Kuadran I)	
7. Harga yang sesuai	8. Harga yang sesuai
10. Keakuratan penimbangan	
11. Kejujuran dalam pelayanan	
Pertahankan Prestasi (Kuadran II)	
6. Kesigapan dalam melayani	6. Kesigapan dalam melayani
7. Pelayanan yang baik	7. Pelayanan yang baik
9. Tepat waktu dalam membayar	9. Tepat waktu dalam membayar
	10. Keakuratan penimbangan
	11. Kejujuran dalam pelayanan
Prioritas Rendah (Kuadran III)	
5. Kemampuan memberi solusi	3. Penyampaian informasi
12. Memprioritaskan petani	12. Memprioritaskan toke
Berlebihan (Kuadran IV)	
1. Peralatan transaksi	1. Peralatan transaksi
2. Alat komunikasi	2. Alat komunikasi
3. Penyampaian informasi	4. Kemampuan berkomunikasi
4. Kemampuan berkomunikasi	5. Kemampuan memberi solusi

Sumber: Data primer Diolah (2018)

mereka tidak lagi ragu dan tetap menjual hasil panen pada pabrik kelapa sawit tersebut.

Perhitungan Customer Satisfaction Index(CSI) Petani terhadap Layanan Tengkulak

CSI adalah metode pengukuran untuk menentukan seluruh tingkat kepuasan konsumen dengan mempertimbangkan atribut dari jasa pelayanan yang diukur, hal ini bisa dilihat pada Tabel 11.

Pada Tabel 11 menunjukkan indeks kepuasan petani terhadap tengkulak sebesar 74,67% berarti tingkat kepuasan petani sawit terhadap kinerja tengkulak adalah puas. Meskipun petani sudah puas, tengkulak tetap harus meningkatkan kinerja yang dianggap penting oleh petani. Hal ini sejalan dengan penelitian Diyahya (2016) yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan kepuasan petani maka lembaga pemasar harus segera meningkatkan atribut layanan kinerja yang masih rendah agar petani semakin merasa puas dan nyaman dengan pelayanannya.

Tabel 11 Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk Pelayanan Tengkulak

No	$\bar{y}$	(WF)	$\bar{x}$	(WS)
1	4,18	7,73	4,01	0,31
2	3,97	7,34	3,96	0,29
3	4,16	7,69	4,13	0,31
4	4,09	7,56	4,06	0,30
5	4,00	7,39	4,08	0,30
6	4,03	7,45	3,83	0,28
7	4,24	7,84	3,90	0,30
8	4,26	7,87	4,08	0,32
9	4,34	8,02	2,21	0,17
10	4,27	7,89	3,70	0,29
11	4,18	7,73	3,39	0,26
12	4,19	7,74	3,50	0,27
13	4,16	7,69	3,78	0,29
Total	54,07	100		
Weighted Total (WT)= WS Total				3,73
Customer Satisfaction Index (CSI) (%)=(WT/5)100				74,67

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) Petani Sawit terhadap Layanan Pabrik Kelapa Sawit

Perhitungan CSI ini dilakukan agar hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk sasaran yang akan datang.

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat, bahwa nilai indeks kepuasan petani sawit terhadap pelayanan pabrik kelapa sawit adalah 79,09%. Sedangkan nilai indeks kepuasan tengkulak terhadap pelayanan pabrik kelapa sawit adalah 68,06%. Hal ini memiliki arti secara keseluruhan petani sawit maupun tengkulak yang dijadikan responden memiliki

tingkat kepuasan terhadap pelayanan pabrik kelapa sawit yang baik.

Tingkat Kepuasan Petani terhadap Pelayanan Lembaga Pemasaran

Hasil penilaian petani sawit terhadap layanan lembaga pemasaran secara keseluruhan berdasarkan Tabel 13 memperoleh nilai CSI sebesar 74,67% dan 79,09% yang berarti puas, tingkat kepuasan petani sawit terhadap layanan lembaga pemasaran dapat disajikan secara lengkap sebagaimana tersaji pada Tabel 13.

Berdasarkan Tabel 13 sebagian besar petani sawit yang berhubungan dengan lembaga

Tabel 12 Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk Pelayanan Pabrik Kelapa Sawit

No	Petani				Toko			
	$\bar{Y}$	(WF)	$\bar{X}$	(W)	$\bar{Y}$	(WF)	$\bar{X}$	(W)
1	4,14	8,26	4,07	0,33	3,60	7,82	3,80	0,29
2	4,07	8,12	4,00	0,32	3,20	6,95	3,40	0,23
3	3,92	7,82	4,14	0,32	3,00	6,52	2,80	0,18
4	3,85	7,68	3,92	0,30	3,20	6,95	3,60	0,25
5	4,07	8,12	3,78	0,30	3,40	7,39	3,20	0,23
6	4,28	8,54	4,35	0,37	4,20	9,13	4,00	0,36
7	4,36	8,70	4,28	0,37	4,60	10,0	4,20	0,42
8	4,35	8,68	2,78	0,24	4,80	10,4	1,80	0,18
9	4,35	8,68	4,50	0,39	4,20	9,13	3,40	0,31
10	4,28	8,54	3,88	0,33	4,40	9,56	3,80	0,36
11	4,28	8,54	3,92	0,33	4,40	9,56	4,00	0,38
12	4,14	8,26	3,85	0,31	3,00	6,52	2,60	0,16
Total	50,09	100,00			46,00	100,00		
Weighted Total (WT) = WS Total				3,95				
Customer Satisfaction Index (CSI) (%) = (WT/5)100				79,09				

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Tabel 13 Tingkat Kepuasan Petani terhadap Pelayanan Lembaga Pemasaran

No	Kriteria	Rentang skala likert	Tengkulak		pabrik kelapa sawit	
			Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat tidak puas	0% = CSI = 20%	0	0	0	0
2	Kurang puas	21% = CSI = 40%	0	0	0	0
3	Cukup puas	41% = CSI = 60%	6	9,83	0	0
4	Puas	61% = CSI = 80%	53	86,89	10	71,42
5	Sangat puas	81% = CSI = 100%	2	3,28	4	28,58
Jumlah			61	100,00		100,00

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

pemasar menyatakan puas terhadap layanan yang diberikan, dengan perolehan persentase sebesar 86,89% untuk pelayanan tengkulak dan 71,42% untuk pelayanan dari pabrik kelapa sawit. Artinya pelayanan lembaga pemasar (baik tengkulak maupun pabrik kelapa sawit) yang diberikan kepada petani sawit sudah memuaskan.

Tingkat Kepuasan Toke terhadap Pelayanan Lembaga Pemasaran

Tengkulak secara keseluruhan telah memperoleh kepuasan terhadap pelayanan pabrik kelapa sawit, untuk mengetahui seberapa besar persentase kepuasan tengkulak terhadap pelayanan pabrik kelapa sawit dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14 Tingkat Kepuasan Tengkulak terhadap Pelayanan Pabrik Kelapa Sawit di Kecamatan Penarik

No	Kriteria	Rentang skala likert	Toke	Persentase (%)
1	Sangat tidak puas	0% = CSI = 20%	0	0
2	Kurang puas	21% = CSI = 40%	0	0
3	Cukup puas	41% = CSI = 60%	0	0
4	Puas	61% = CSI = 80%	5	100,00
5	Sangat puas	81% = CSI = 100%	0	0
Jumlah			5	100,00

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 14 dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan tengkulak terhadap pelayanan yang diberikan oleh pabrik kelapa sawit 100% menyatakan puas. Pada dasarnya untuk memperoleh kepuasan yang lebih baik dengan nilai CSI lebih besar maka pihak lembaga pemasar (pabrik kelapa sawit) harus mengetahui atribut layanan mana sajakah yang dianggap penting dan perlu ditingkatkan kinerjanya agar tengkulak memperoleh kepuasan yang tinggi sehingga toke akan terus menjual hasil pembelian kelapa sawitnya kepada pabrik kelapa sawit

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Atribut layanan yang perlu ditingkatkan oleh tengkulak kepada petani sawit adalah harga yang sesuai tepat, waktu dalam membayar, keakuratan penimbangan, dan kejujuran dalam pelayanan. Sedangkan untuk atribut yang perlu dipertahankan adalah peralatan transaksi alat transportasi kesigapan dalam melayani pelayanan yang baik dan memprioritaskan petani sawit. Atribut yang perlu ditingkatkan pabrik kelapa sawit ke petani sawit, yaitu harga yang sesuai keakuratan penimbangan dan kejujuran dalam pelayanan. Sedangkan untuk atribut yang perlu dipertahankan yaitu kesigapan dalam melayani pelayanan yang baik dan tepat waktu dalam membayar.

2. Tingkat kepuasan layanan tengkulak kepada petani sawit sebesar 74,67% dan tingkat kepuasan petani sawit terhadap layanan pabrik kelapa sawit sebesar 79,09%. Secara keseluruhan tingkat kepuasan petani sawit terhadap layanan lembaga pemasaran tengkulak dan pabrik kelapa sawit berada pada rentang 61% < CSI < 80% yang menunjukkan kategori Puas.
3. Tingkat kepuasan tengkulak terhadap pelayanan pabrik kelapa sawit sebesar 68,05% dan berada pada rentang 61% < CSI < 80% (puas).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap layanan tengkulak dan pabrik kelapa sawit, maka peneliti memberi saran agar lembaga pemasar tersebut perlu meningkatkan kinerja atribut layanan yang masih rendah seperti atribut harga yang sesuai dengan cara keterbukaan informasi tentang harga terbaru, tepat waktu dalam membayar dengan cara tidak lagi menunda-nunda, keakuratan penimbangan dengan cara anak buah tidak lagi berbuat curang, dan kejujuran dalam pelayanan dengan cara berlaku jujur dan tidak membohongi petani sawit. Selain itu tengkulak dan pabrik kelapa sawit juga perlu mempertahankan atribut layanan yang membuat petani sawit puas serta meningkatkan kinerja yang dirasa masih rendah pelaksanaannya. Usaha peningkatan atribut layanan bertujuan untuk meningkatkan keberlangsungan hubungan pemasaran antara petani sawit dan tengkulak, petani sawit dan pabrik kelapa sawit, serta tengkulak dan pabrik kelapa sawit .

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Lulu Dian., Panji Deoranto dan Dhita Morika Ikasari. 2016. *Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index*. Jurnal Industri. Vol.4. No.2. Hal 74-81.
- BPS. 2016. *Statistik Kelapa Sawit Indonesia 2015*. BPS. Jakarta.
- BPS. 2017. *Kabupaten Mukomuko dalam Angka*. BPS. Mukomuko.
- Diyahya, I.. Ketut Sukiyono dan Redy Badrudin. 2016. *Analisis Tingkat Kepuasan Petani Jagung Terhadap Pelayanan Lembaga Pemasarannya di Kecamatan Lubuk Pinang Kabupaten Mukomuko*. Jurnal Agriseip 16 (1) Maret 2016. ISSN: 1412-8837. Hal: 45-58.
- Dokta, Bina.P., Rosnita dan Novia Dewi. 2015. *Analisis Kepuasan Petani Terhadap Kinerja Pelayanan Pemerintah Dalam Pengembangan Agribisnis Jagung Manis di Kota Pekanbaru*. Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE). Vol. 6 No. 2 Desember 2015.ISSN 2087-409X. Hal:168.
- Mantra IB. 2004. *Demografi Umum*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Narisah, Bambang Ali Nugroho & Budi Hartono. 2013. *Influence of Marketing Mix Against Satisfaction Level of Warung Sate Kelinci Batu City*. Journal of Faculty of Animal Husbandry 1(1):1–14.
- Princess, Anggi Dwi. (2010). *Satisfaction Analysis and Consumer Loyalty Restaurant "Pecel Madiun" Pondok Sekararum and Its Implication to Marketing Mix Strategy*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. 4(1):156–170.
- Ramadhani, Paramitha Dwiasti., Djoko Koestiono dan Silvana Maulidah. 2014. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pelayanan Pemasok Bunga Potong Krisan*. Jurnal habitat Volume XXV. No.3 Desember 2014. ISSN:0853-5167. Hal.152.
- Rangkuti. 2006. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN – JP*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Santoso. 2011. *Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Bakpao Telo dengan Metode Importance Performance Analysis*

- (IPA). *Jurnal Teknologi Pertanian*. Vol. 12 No.1 (April 2011). Hal 23-30.
- Sukiyono, Ketut. 2013. *Penelitian dan Teknik Sampling*. Universitas Bengkulu. Bengkulu.
- Supranto. J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta. Jakarta.
- Stratford. 2004. <http://www.Stratford.gof.uf/community/council-805.cfm.htm>. Stratford on Avon District Council Costumer Statisfuction Indeks. (Diakses pada tanggal 10 Desember 2017).