

**ANALISIS HUBUNGAN PATRON-KLIEN
(STUDI KASUS HUBUNGAN TOKE DAN PETANI SAWIT POLA SWADAYA
DI KECAMATAN TAMBUSAI UTARA KABUPATEN ROKAN HULU)**

Kausar* dan Komar Zaman**

Abstract

Smallholder farmers in *swadaya* scheme continuously depend on wholesalers as the farmers need the wholesalers to market their oil palm Fresh Fruit Bunches (FFB) to the oil palm factory. Relationship among wholesalers (*toke*) and smallholder farmers is referred to as the patron-client relationship. In such a relationship, the wholesalers are called patron, while smallholders are called clients. The research objective was to determine the marketing channels of oil palm fresh fruit bunches (FFB) of *swadaya*-scheme farmers and to analyze the factors which lead to patron-client relationship. The research was conducted in Mahato and North Tambusai Village, North Tambusai Sub-District, Rokan Hulu District. This research used survey method. Sampling for oil palm farmers was conducted by multistage random sampling. There are three marketing channels of FFB identified. Marketing Channel 1 starts from farmers to wholesalers (non SPB) to wholesalers (SPB), where the non-SPB wholesalers only use the SPB of the SPB wholesalers to sell to oil palm factory. Marketing channel 2 starts from farmers to wholesalers (non SPB), to wholesalers (SPB) and then to the factory. Marketing Channel 3 starts from farmers to wholesalers (SPB) and to the factory. Factors influencing the formation of patron-client relationship among wholesalers (*toke*) and smallholders are: (1) FFB marketing of farmers highly depends on the wholesalers, (2) high farming costs, and (3) farmers are tied with a lot of debt to wholesalers for everyday needs, children's education and health cost.

Keywords: patron-client, *toke* (wholesalers), marketing channels, oil palm

* **Kausar** adalah Staf Pengajar pada Jurusan Agribisnis Faperta Universitas Riau, Pekanbaru.

** **Komar Zaman** adalah Alumni Magister Manajemen Agribisnis Faperta Universitas Islam Riau, Pekanbaru.

I. PENDAHULUAN

Sektor agraris atau sektor pertanian memegang peranan penting dalam pembangunan nasional serta menyediakan bahan baku dalam menopang pertumbuhan industri. Sektor pertanian mempunyai keterkaitan dengan kegiatan lainnya sehingga dapat menjadi salah satu faktor penentu dalam mendorong berkembangnya sektor ekonomi serta mampu menyerap tenaga kerja produktif pedesaan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu sektor pertanian yang sangat berkembang pesat di Indonesia saat ini adalah sektor perkebunan kelapa sawit, khususnya di Propinsi Riau perkebunan kelapa sawit merupakan sektor unggulan (*leading sector*) yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ada banyak pola dalam pengembangan perkebunan kelapa sawit yang dilaksanakan di Indonesia dan khususnya di Provinsi Riau. Menurut Edram dkk (2007), pola pengembangan perkebunan rakyat untuk komoditi kelapa sawit di wilayah Riau pada dasarnya dapat dibedakan menjadi tiga pola pengembangan dan pembangunan perkebunan yaitu; Pola Kredit Koperasi Primer untuk Anggota (KKPA) Pola Perusahaan Inti Rakyat (PIR), dan Pola Swadaya atau pola mandiri.

Pola pengelolaan kebun kelapa sawit swadaya merupakan perusahaan atau pengelolaan kebun yang dilakukan oleh individu-individu dalam masyarakat secara swadaya dengan dana sendiri dan usaha mandiri. Dalam pola ini memegang peranan penting sebagai sumber pendapatan untuk menopang hidup keluarga walaupun pada kenyataannya produktifitas tanaman kelapa sawit yang diusahakan secara mandiri masih rendah dibandingkan dengan produktifitas dari kebun petani plasma maupun kebun inti.

Sektor pertanian, khususnya perkebunan kelapa sawit merupakan komoditi yang unggulan (*leading sector*) di Provinsi Riau. Hal ini terlihat dengan luas areal sawit yang ada di Riau adalah 1.612.381,60 Ha, (Dinas Perkebunan, 2007) yang tersebar pada beberapa kabupaten/kota yang ada di Provinsi Riau. Kabupaten Rokan Hulu (Rohul) merupakan kabupaten peringkat kedua terluas areal perkebunan kelapa sawit di Provinsi Riau. Di Kabupaten Rokan Hulu, pada setiap kecamatan terdapat perkebunan kelapa sawit, baik perkebunan besar (swasta) maupun perkebunan rakyat (swadaya). Secara total Kabupaten Rokan Hulu mempunyai luas perkebunan kelapa sawit 127.808,10 ha.

Sebagian besar lahan perkebunan kelapa sawit tersebut merupakan pola kelapa sawit swadaya atau mandiri. Permasalahan yang dihadapi petani swadaya adalah sangat tergantung akan pemasaran hasil produksi kelapa sawit yang berupa tandan buah segar (TBS). Pemasaran kelapa sawit dalam bentuk TBS ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS) dilakukan petani kelapa sawit swadaya melalui lembaga pemasaran yang ada baik itu melalui pedagang pengumpul maupun pedagang besar yang biasa dipanggil dengan istilah “toke”

Dalam kehidupannya petani sawit pola swadaya selalu tidak pernah lepas hubungannya dengan pedagang pengumpul sawit. Dengan bantuan melalui toke hasil kebun sawit berupa Tandan Buah Segar (TBS) masyarakat dipasarkan ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS). Hubungan yang dijalankan antara toke dan petani sawit tidak sekedar hubungan dagang saja, tapi malah hubungan yang terjalin lebih mendalam lagi menyangkut aspek sosial kemasyarakatan.

Kondisi yang dialami petani sawit pola swadaya berbeda dengan kondisi petani Pola Perusahaan Inti Rakyat (PIR) dan Pola Kredit Koperasi Primer untuk Anggota (KKPA). Petani pola Perusahaan Inti Rakyat (PIR) dan Pola Kredit Koperasi Primer untuk Anggota (KKPA) tidak memiliki hubungan dengan toke karena mereka telah memiliki mitra lainnya secara formal. Kondisi ini jelas berbeda dengan petani sawit pola swadaya hubungan yang terjalin dengan toke bersifat informal dan saling percaya (*trust*).

Relasi toke dan petani sawit ini disebut sebagai hubungan patron-klien. Dalam relasi seperti ini toke disebut patron, sedangkan petani sawit disebut klien. Relasi antara patron-klien ini telah lama berlangsung di masyarakat. Hubungan patron-klien bersifat vertikal. Pihak toke berada pada posisi status kelas atas (*superior*) dan petani kelas bawah (*inferior*) sehingga tidak jarang dalam relasi patron-klien tersebut petani sering dirugikan. Misalnya, dalam penetapan harga sawit cenderung sesuka toke, petani hanya pasrah saja menerima dan tidak mau atau tidak bisa lari ke toke lain.

Menurut James Scott, interaksi patron-klien merupakan kasus khusus dari ikatan diadik (dua orang) yang bersifat dikotomis dan hierarkis, antara “yang lebih tinggi” (patron) dan “yang lebih rendah” (klien). Scott menyatakan bahwa, interaksi patron-klien, melibatkan persahabatan instrumental di mana seorang individu dengan status sosial-ekonomi yang lebih tinggi (patron) menggunakan pengaruh dan sumberdayanya

untuk menyediakan perlindungan dan/atau keuntungan-keuntungan bagi seseorang dengan status lebih rendah (klien) (James Scott, 1993).

Kabupaten Rokan Hulu merupakan daerah yang memiliki areal kelapa sawit terluas kedua di Propinsi Riau. Demikian juga dari segi jumlah petani khususnya petani kelapa sawit pola swadaya juga banyak terdapat di daerah ini. Dinas Perkebunan Rokan Hulu menyatakan bahwa di Kecamatan Tambusai Utara merupakan daerah yang paling banyak petani sawit swadaya dan paling luas perkebunan kelapa sawit rakyat/swadaya dengan luas 91.035,00 ha (Dinas Perkebunan Rohul, 2010). Rincian luas lahan dan produksi perkebunan kelapa sawit rakyat Kabupaten Rokan Hulu tahun 2010 dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1 Luas Lahan dan Produksi Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2010.

No	Kecamatan	Luas (Ha)	Produksi/Bln (Ton)
1.	Rambah	2.290,53	2.670,40
2.	Rambah Samo	18.693,22	21.529,39
3.	Rambah Hilir	6.793,84	10.308,43
4.	Bangun Purba	9.211,67	9.448,09
5.	Kepenuhan	6.657,60	17.037,33
6.	Kepenuhan Hulu	10.272,63	36.752,90
7.	Tambusai	45.897,00	26.772,90
8.	Tambusai Utara	91.035,00	34.318,70
9.	Ujung Batu	2.158,00	1.117,44
10.	Tandun	6.290,00	3.747,80
11.	Kabun	3.520,00	2.945,95
12.	Rokan IV Koto	6.744,00	3.053,70
13.	Pendalian IV Koto	1.642,00	1.423,90
14.	Bonai Darussalam	8.621,00	4.969,30
15.	Kunto Darussalam	22.094,50	26.461,15
16.	Pagaran Tapah	4.774,00	7.296,12
Jumlah		246.694,99	209.853,51

Sumber: Dinas Perkebunan Rokan Hulu 2010.

Dengan demikian menjadi suatu hal yang sangat menarik untuk mengkaji analisis hubungan patron-klien antara toke dan petani sawit pola swadaya di Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu. Petani sawit pola swadaya dalam pemasaran TBS di Kabupaten Rokan Hulu pada umumnya menjual TBS kepada toke. Hanya sebagian kecil petani yang langsung menjual TBS ke PKS. Namun kenyataannya petani lebih banyak menjual hasil panennya melalui toke. Secara teoritis semakin panjang saluran pemasaran cenderung akan menyebabkan sistem pemasaran yang terbentuk menjadi tidak efisien namun pada kenyataannya petani lebih banyak menjual hasil

panenya melalui pedagang (toke). Adanya hubungan saling ketergantungan antara petani sawit dengan toke dalam hal pemasaran hasil panen sawit berupa TBS. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran TBS kelapa sawit petani pola swadaya dan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya hubungan patron-klien antara petani kelapa sawit pola swadaya dengan toke/pedagang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1.2. Saluran Pemasaran

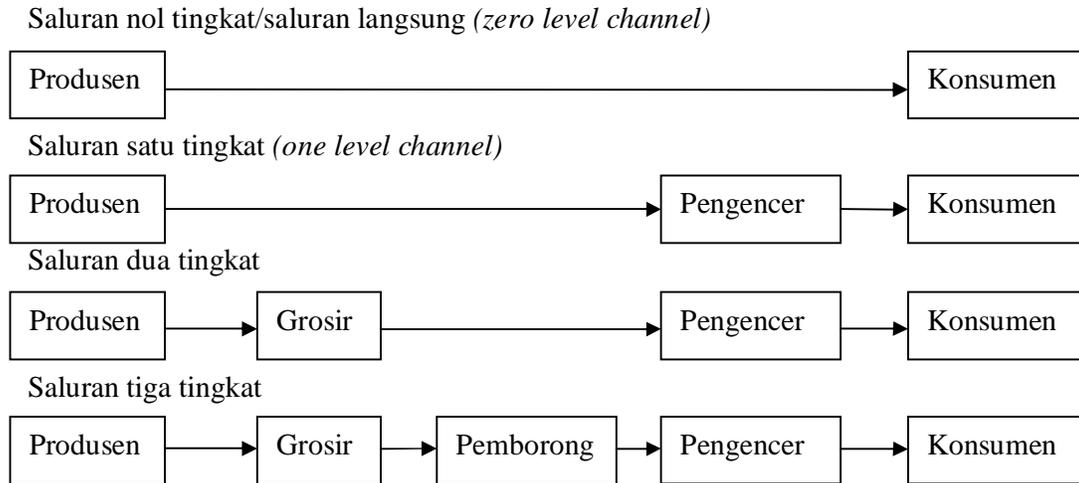
Dalam usahatani salah satu faktor yang sangat penting adalah pemasaran hasil pertanian. Karena dengan adanya pasar maka komoditas pertanian menjadi mudah untuk dijual dan didistribusikan ke berbagai pihak. Kotler dan Amstrong (1990) menyatakan bahwa pasar adalah suatu usaha dengan menggunakan pasar untuk melakukan pertukaran yang bertujuan untuk memenuhi aktifitas keinginan manusia.

Sudiyono (2001), menyatakan bahwa lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang melakukan atau menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari tangan produsen ke konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lain. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran produk-produk pertanian di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Tengkulak atau pedagang/toke adalah lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak ini melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijon maupun kontrak pembelian.
2. Pedagang besar, melakukan proses pengumpulan komoditi dari pedagang pengumpul kecil, pengangkutan, pengolahan, penyimpanan, menanggung resiko komoditi (asuransi) dan jika melakukan proses distribusi ke pedagang penjualan ataupun pengecer.
3. Agen penjualan, membeli produk atau komoditi yang dimiliki pedagang dalam jumlah banyak, dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan pengecer.
4. Pengecer, merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen atau menjual langsung kepada konsumen.

Kotler (1990) menyatakan bahwa kebanyakan produsen bekerjasama dengan perantara pemasaran untuk menyalurkan produk mereka. Perantara selanjutnya

membentuk sebuah saluran pemasaran atau saluran distribusi yang terdiri dari beberapa tingkatan sehingga dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1.1 Variasi Tingkat Saluran Pemasaran

Saluran distribusi atau saluran pemasaran perdagangan dapat digambarkan sebagai suatu rute atau jalur. Menurut Semito (1986), saluran distribusi atau saluran pemasaran yang digunakan harus merupakan alat yang efisien untuk mencapai sasaran. Dalam usaha memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting adalah memilih saluran pemasaran yang efisien dan efektif. Saluran pemasaran yang panjang dapat menimbulkan peningkatan penggunaan biaya-biaya pemasaran. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakefisienan saluran pemasaran produk pertanian. Pada umumnya saluran pemasaran yang langsung akan lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran yang panjang atau menggunakan perantara dalam memasarkan barang. (Hanafiah dan Saefudin, 1996). Ditambahkan oleh Soekartawi (2002) bahwa, panjangnya rantai pemasaran, sering merugikan petani dimana pasar tidak bekerja sempurna, lemahnya informasi pasar, lemahnya petani dalam mengisi peluang untuk mendapatkan harga permintaan pasar.

2.3. Relasi Patron-klien

Ada beragam pola atau bentuk hubungan (relasi) yang ada dalam masyarakat. Hubungan-hubungan tersebut terjadi dan terjalin sedemikian rupa di kalangan masyarakat sehingga terus berlangsung dan tak pernah berhenti. Salah satu relasi tersebut adalah hubungan patron-klien atau yang biasa dikenal dengan

“patronase” (*patronage*). Namun demikian, apa sesungguhnya yang dinamakan relasi patronase tersebut?

Istilah “patron” berasal dari ungkapan bahasa Spanyol yang secara etimologis berarti “seseorang yang memiliki kekuasaan (*power*), status, wewenang dan pengaruh” (Usman, 2004). Sedangkan klien berarti “bawahan” atau orang yang diperintah dan yang disuruh. Selanjutnya, pola hubungan patron-klien merupakan aliansi dari dua kelompok komunitas atau individu yang tidak sederajat, baik dari segi status, kekuasaan, maupun penghasilan, sehingga menempatkan klien dalam kedudukan yang lebih rendah (*inferior*), dan patron dalam kedudukan yang lebih tinggi (*superior*).

Dapat pula diartikan bahwa patron adalah orang yang berada dalam posisi untuk membantu klien-kliennya (Scott, 1983). Pola relasi seperti ini di Indonesia lazim disebut sebagai hubungan “bapak-anak buah”, di mana bapak mengumpulkan kekuasaan dan pengaruhnya dengan cara membangun sebuah keluarga besar atau *extended family*. Setelah itu, bapak harus siap menyebar luaskan tanggung jawabnya dan menjalin hubungan dengan anak buahnya tersebut secara personal, tidak ideologis, dan pada dasarnya juga tidak politis. Pada tahap selanjutnya, klien membalas dengan menawarkan dukungan umum dan bantuan kepada patron (Scott, 1993).

Berdasarkan beberapa paparan pengertian di atas, maka kemudian terdapat satu hal penting yang dapat digaribawahi, yaitu bahwa terdapat unsur pertukaran barang atau jasa bagi pihak-pihak yang terlibat dalam pola hubungan patron-klien. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pola hubungan semacam ini dapat dimasukkan ke dalam hubungan pertukaran yang lebih luas, yaitu teori pertukaran. Adapun asumsi dasar yang diajukan oleh teori ini adalah bahwa transaksi pertukaran akan terjadi apabila kedua belah pihak dapat memperoleh keuntungan-keuntungan dari adanya pertukaran tersebut (Bramasto, 2006).

Scott adalah seorang ahli sosiologi dan antropologi yang banyak berkecimpung dengan tema-tema seputar patronase, Scott memang tidak secara langsung memasukkan hubungan patron-klien ke dalam teori pertukaran. Meskipun demikian, jika memperhatikan uraian-uraiannya mengenai gejala patronase, maka akan terlihat di dalamnya unsur pertukaran yang merupakan bagian terpenting dari pola hubungan semacam ini. Menurut Scott, hubungan patron-klien berawal dari adanya pemberian barang atau jasa yang dapat dalam berbagai bentuk yang sangat berguna atau diperlukan

oleh salah satu pihak, bagi pihak yang menerima barang atau jasa tersebut berkewajiban untuk membalas pemberian tersebut (Scott, 1993).

Selanjutnya, agar dapat menjamin kontinuitas hubungan patron-klien antar pelaku yang terdapat di dalamnya, maka barang atau jasa yang dipertukarkan tersebut harus seimbang. Hal ini dapat berarti bahwa *reward* atau *cost* yang dipertukarkan seharusnya kurang lebih sama nilainya dalam jangka panjang atau jangka pendek. Dengan demikian, semangat untuk terus mempertahankan suatu keseimbangan yang memadai dalam transaksi pertukaran mengungkapkan suatu kenyataan bahwa keuntungan yang diberikan oleh orang lain harus dibalas (Johnson, 1988).

Berdasarkan kenyataan ini, tepat kiranya jika ada yang mengatakan bahwa hubungan semacam ini seringkali disebut juga sebagai hubungan “induk semang-klien”, di mana di dalamnya terjadi hubungan timbal balik. Hal ini karena pada umumnya, induk semang adalah orang atau pihak yang memiliki kekuasaan dalam suatu masyarakat atau komunitas dan harus memberi perlindungan atau pengayoman semaksimal mungkin kepada klien-kliennya. Sedangkan sebaliknya, para klien harus membalas budi baik yang telah diberikan induk semang dan melakukan pembelaan terhadap pihak lain sebagai saingannya (Koentjaraningrat, 1990)..

Menurutnya Scott seorang patron berposisi dan berfungsi sebagai pemberi terhadap kliennya, sedangkan klien berposisi sebagai penerima segala sesuatu yang diberikan oleh patronnya (Scott, 1972). Adapun arus patron ke klien yang dideteksi oleh James Scott berkaitan dengan kehidupan petani adalah sebagai berikut:

1. Penghidupan subsistensi dasar yaitu pemberian pekerjaan tetap atau tanah untuk bercocok tanam.
2. Jaminan krisis subsistensi, patron menjamin dasar subsistensi bagi kliennya dengan menyerap kerugian-kerugian yang ditimbulkan oleh permasalahan pertanian (paceklik dan lain-lain) yang akan mengganggu kehidupan kliennya.
3. Perlindungan. Perlindungan dari tekanan luar.
4. Makelar dan pengaruh. Patron selain menggunakan kekuatannya untuk melindungi kliennya, ia juga dapat menggunakan kekuatannya untuk menarik keuntungan/hadiah dari kliennya sebagai imbalan atas perlindungannya.

5. Jasa patron secara kolektif. Secara internal patron sebagai kelompok dapat melakukan fungsi ekonomisnya secara kolektif. Yaitu mengelola berbagai bantuan secara kolektif bagi kliennya.

Sedangkan arus dari klien ke patron, menurut James Scott adalah:

1. Jasa atau tenaga yang berupa keahlian teknisnya bagi kepentingan patron. Adapun jasa-jasa tersebut berupa jasa pekerjaan dasar/pertanian, jasa tambahan bagi rumah tangga, jasa domestik pribadi, pemberian makanan secara periodik dan lain-lain.

Bagi klien, unsur kunci yang mempengaruhi tingkat ketergantungan dan penlegitimasiannya kepada patron adalah perbandingan antara jasa yang diberikannya kepada patron dan hasil/jasa yang diterimanya. Makin besar nilai yang diterimanya dari patron dibanding biaya yang harus ia kembalikan, maka makin besar kemungkinannya ia melihat ikatan patron-klien itu menjadi sah dan legal.

James Scott (1981) mengatakan bahwa ciri-ciri hubungan patron-klien adalah sebagai berikut.

1. Karena adanya kepemilikan sumberdaya ekonomi yang tidak seimbang.
2. Adanya hubungan Resiprositas. Hubungan resiprositas adalah hubungan yang saling menguntungkan, saling memberi dan menerima walupun dalam kadar yang tidak seimbang.
3. Hubungan Loyalitas. Loyalitas adalah kesetiaan atau kepatuhan.
4. Hubungan Personal. Hubungan personal merupakan hubungan yang bersifat langsung dan intensif antara *patron* dengan *client*, yang menyebabkan hubungan terjadi tidak bersifat semata-mata bermotifkan keuntungan saja melainkan juga mengandung unsur perasaan yang bisa terdapat dalam hubungan yang bersifat pribadi.

Tujuan dasar dari hubungan patron klien bagi klien yang sebenarnya adalah penyediaan jaminan sosial dasar bagi subsistensi dan keamanan. Apabila hubungan dagang/pertukaran yang menjadi dasar pola hubungan patron klien ini melemah karena tidak lagi memberikan jaminan sosial dasar bagi subsistensi dan keamanan maka klien akan mempertimbangkan hubungannya dengan patron menjadi tidak adil dan eksploitatif. Yang terjadi kemudian legitimasi bukanlah berfungsi linear dari neraca pertukaran itu. Oleh sebab itu tidak mengherankan jika ada tuntutan dari pihak klien

terhadap patronnya untuk memenuhi janji-janji atau kebutuhan dasarnya sesuai dengan peran dan fungsinya.

Dalam penelitian ini patron adalah sebutan untuk pedagang/toke, merupakan seseorang yang mempunyai tingkat ekonomi yang lebih berada dan mempunyai posisi sosial yang lebih tinggi. Sehingga dapat memberikan bantuan sekaligus dapat memberikan sumberdaya kepada para petani sawit yang merupakan anggotanya. Klien adalah sebutan untuk petani yang melakukan kegiatan perkebunan kelapa sawit yang membutuhkan bantuan pedagang/toke dalam hal pemasaran kelapa sawit.

Hubungan patron-klien adalah hubungan yang terjalin antara dua orang atau lebih yang mana hubungan tersebut salah satu orang tersebut mempunyai kedudukan yang lebih tinggi sehingga dia dapat menggunakan kedudukannya untuk memberikan perlindungan terhadap pihak lain yang mana statusnya lebih rendah, hubungan ini biasanya tidak seimbang.

Kedudukan atau kemampuan sosial yang tinggi yang berbeda disebabkan karena adanya kemampuan yang berbeda antara setiap orang. Gambaran di atas diduga telah dapat menggambarkan hubungan yang terjalin antara patron-klien. Pedagang yang ada telah mampu mengikat petani sawit, ditinjau dari sisi pedagang mereka berharap hasil panen dari sawit akan terus dijual kepada mereka, sedangkan dari bagi petani mereka mengharapkan selalu mendapatkan jaminan tentang pemasaran hasil produksi mereka. Para pedagang yang ada akan terus berusaha bagaimana agar petani menjual hasil panennya kepada pedagang. Salah satu caranya adalah dengan memberikan apa yang diperlukan oleh petani sawit.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tambusai Utara dan Desa Mahato, Kecamatan Tambusai Utara, Kabupaten Rokan Hulu. Alasan pemilihan lokasi di daerah tersebut dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Rokan Hulu merupakan daerah yang memiliki luas areal kelapa sawit terluas kedua di Riau. Pertimbangan lainnya adalah pemilihan Kecamatan Tambusai Utara karena di kecamatan tersebut paling banyak terdapat petani sawit swadaya dan paling luas lahan sawit swadaya di Kabupaten Rokan Hulu.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survei. Pengambilan sampel untuk petani kelapa sawit dilakukan dengan cara multistage random sampling. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan pengisian kuisioner dan melakukan wawancara langsung secara mendalam (*indept interview*) kepada responden, yaitu pedang/toke dan petani sawit pola swadaya. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber dan literatur baik dari instansi pemerintah maupun swasta.

Data-data yang diperoleh di lapangan dikumpulkan untuk menjawab tujuan penelitian pertama dan kedua, ditabulasikan dan dianalisa secara deskriptif, yaitu penganalisaan data dengan cara menggambarkan seluruh peristiwa objek penelitian dan mengguraikannya sesuai dengan data dan fakta yang ada di lapangan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Saluran Pemasaran Petani Kelapa Sawit

Hasil penelitian dan analisis memperlihatkan bahwa semua petani kelapa sawit pola swadaya menjual hasil TBS kepada toke atau pedagang kelapa sawit yang ada di Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu. Menurut Semito (1986), saluran pemasaran yang digunakan harus merupakan alat yang efisien untuk mencapai sasaran. Kemudian, kegiatan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, faktor penting adalah memilih saluran pemasaran yang efektif dan efisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran kelapa sawit paling dominan dilalui oleh petani ada 3 bentuk saluran pemasaran, antara lain sebagai berikut.

1. Saluran Pemasaran 1 adalah tahap pertama dari petani kelapa sawit kepada toke (non SPB) kemudian kepada toke besar (SPB) disini toke besar (non SPB) hanya memakai SPB pedagang pemilik SPB kemudian baru pasarkan atau dijual kepada Pabrik Kelapa Sawit yang berada di dekat lokasi toke berada.
2. Saluran Pemasaran 2 adalah tahap pertama dari petani kelapa sawit kepada toke besar (non SPB) kemudian baru tahap berikutnya ke dari toke besar menjual TBS ke pabrik kelapa sawit
3. Saluran Pemasaran 3 adalah tahap peratama dari petani kelapa sawit kepada toke besar (SPB), kemudian terus dipasarkan ke pabrik kelapa sawit.

4.2. Ciri dan Faktor Penyebab Hubungan Patron-Klien (Petani dan Toke/Pedagang)

Setiap individu manusia tidak bisa hidup sendiri, karena manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan manusia lainnya. Ini disebabkan karena manusia dalam usaha untuk melangsungkan kehidupannya selalu tergantung dengan orang lain yang ada pada lingkungannya. Ketergantungan ini terwujud dalam interaksi sosial yang berlangsung pada lingkungannya dan biasa juga dalam bentuk pertalian antara pihak-pihak yang terkait atau yang berinteraksi. Demikian juga dalam hubungan petani kelapa sawit dengan toke yang bersifat mutualisme (saling menguntungkan).

Interaksi sosial antara petani kelapa sawit dan toke merupakan bentuk hubungan sosial ekonomi dimana masing-masing pihak saling membutuhkan satu dengan lainnya. Dalam relasi interaksi antara petani kelapa sawit dengan toke tidak selamanya dapat mengarah kepada hubungan patron-klien, karena suatu relasi atau hubungan dapat dikatakan merupakan hubungan atau relasi patron-klien harus memenuhi beberapa ciri utama adanya hubungan patron-klien. Teori James Scott (1981) tentang ciri-ciri hubungan patron-klien, dalam hubungannya dengan hubungan patron-klien antara petani sawit dengan toke berhasil ditemui ciri-ciri hubungan patron-klien seperti dikemukakan Scott sebagai berikut:

1. Adanya hubungan resiprositas, yaitu hubungan yang saling menguntungkan, saling memberi dan menerima walaupun dalam kadar yang tidak seimbang diberikan masing-masing pihak.

Adanya kecenderungan bahwa harga yang ditawarkan oleh toke lebih rendah dari pada harga yang ditentukan oleh pabrik kelapa sawit dan penentuan harga secara sepihak oleh toke. Petani kelapa sawit swadaya umumnya bersikap pasrah menerima harga yang ditentukan oleh toke.

2. Adanya kepemilikan sumberdaya ekonomi yang tidak seimbang antara petani dengan pedagang kelapa sawit.

Ketidakseimbangan dapat dilihat dimana petani kelapa sawit swadaya tidak memiliki akses dan kesempatan untuk menjual TBS secara langsung ke pabrik kelapa sawit harus menggunakan SPB. Toke memiliki akses dan kesempatan untuk memasarkan TBS petani swadya ke PKS. Disamping itu, petani kelapa sawit pola swadaya juga tidak memiliki sumberdaya ekonomi, seperti tidak memiliki truk dan

umumnya tingkat ekonomi mereka masih rendah kalah dengan kehidupan ekonomi toke yang kaya dan mapan.

3. Hubungan personal merupakan hubungan yang bersifat langsung dan intensif antara patron dengan klien yang menyebabkan hubungan terjadi tidak bersifat semata-mata bermotifkan keuntungan saja, melainkan juga mengandung unsur perasaan yang biasa terdapat dalam hubungan yang bersifat pribadi. Hubungan yang mengandung unsur perasaan yang seperti ini telah menimbulkan rasa saling percaya dan keakraban antara petani dan pedagang. Sehingga dengan demikian dalam hubungan yang bersifat personal ini menyebabkan ikatan emosional masing-masing pihak semakin kuat, sehingga hubungan patron-klien seperti ini sulit untuk diputuskan.
4. Hubungan loyalitas (kesetiaan atau kepatuhan). Dalam hal ini loyalitas dimaksud adalah suatu tindakan dari para petani selaku klien kepada toke selaku patron untuk membalas jasa atau pemberian, atas apa yang telah mereka terima selama ini dari patron. Loyalitas petani pada toke dapat dilihat bahwa petani tidak ingin mengalihkan penjualan TBS hasil panen kepada toke yang lain walaupun harga di toke yang lain lebih mahal.

Dalam melihat relasi patron-klien antara petani sawit dengan toke tidaklah terjadi dengan sendirinya, namun banyak faktor penyebab terbentuknya hubungan patron-klien tersebut. Hubungan yang terjalin antara patron-klien merupakan hubungan yang saling membutuhkan satu dengan yang lain. Namun sering kali dalam hubungan patron-klien ini petani agak cenderung dirugikan khususnya dalam penentuan harga sawit yang ditetapkan oleh toke/pedagang tanpa ada negoisasi terlebih dahulu dalam penentuan harga.

Kemudian apabila dilihat dalam aspek faktor penyebab terbentuknya hubungan patron-klien ada banyak faktor penyebabnya. Beberapa faktor penyebab terbentuknya hubungan patron-klien, antara lain sebagai berikut.

1. Pemasaran TBS

Dalam pemasaran TBS petani sangat tergantung pada toke, di mana petani sangat membutuhkan pedagang untuk menjual hasil produksi ke PKS. Ini terjadi karena petani tidak memiliki SPB yang merupakan syarat untuk menjual hasil panen ke PKS selain itu petani tidak memiliki areal kebun yang luas sehingga hasil panen sedikit,

sehingga petani berpendapat bahwa akan rugi apabila menjual langsung ke pabrik. Untuk itu pedagang akan berusaha agar hasil panen dari petani dijual kepadanya, pedagang menentukan harga berdasarkan informasi harga dari pabrik yang disampaikan oleh pemilik SPB dan harga di tingkat petani bisa saja berubah-ubah berdasarkan harga yang ditetapkan oleh pedagang didalam transaksi jual beli, harga merupakan yang paling penting untuk dilihat, dan bagaimana tanggapan petani tentang hal penetapan harga TBS dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1 Respon Petani Sawit Swadaya dalam Penetapan Harga oleh Toke

No	Respon Petani	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tidak Setuju	11	27,5
2.	Setuju	29	72,5
Jumlah		40	100

Sumber : Data Lapangan, 2011.

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa 72,5% petani merasa tidak dirugikan dengan penetapan harga yang sepenuhnya ditetapkan oleh pedagang karena petani merasa penetapan harga oleh toke atau pedagang sudah sesuai dengan harga di pasaran. Disamping itu, petani merasa sudah banyak berhutang budi pada toke karena toke banyak membantu petani. Dari 40 orang petani ada 27,5% yang merasa dirugikan karena penetapan harga yang sebelah pihak oleh pedagang. Hampir seluruh petani di Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu menjual hasil panen ke toke. Petani menjual sawit ada ke toke/pedagang besar dan ada juga yang menjual ke toke.

Tabel 4.2. Tempat Petani Menjual Hasil Panen Sawit

No	Tanggapan Petani	Jumlah	Persentase (%)
1.	Toke Besar	29	72,5
2.	Toke Kecil	11	27,5
Jumlah		40	100

Sumber : Data Lapangan, 2011.

Berdasarkan di atas dapat disimpulkan bahwa 27,5% petani menjual sawit ke toke kecil/pedagang kecil dan 72,5% petani menjual ke toke besar/pedagang besar. Ini disebabkan petani telah banyak berhutang jasa kepada pedagang selain itu juga petani memiliki hutang sehingga petani harus menjual hasil panen ke pedagang.

Hubungan patron-klien yang terjalin antara petani dan toke/pedagang bersifat informal atau tidak resmi. Ini merupakan kelemahan dari kerjasama antara petani dengan pedagang ini adalah tidak adanya kontrak secara tertulis dan yang ada hanya kontrak kerja secara lisan. Apabila terjadi penyimpangan ataupun pelanggaran di masa

akan datang maka kedua belah pihak tidak dapat menuntut. Kerjasama petani dengan pedagang hanya berdasarkan saling percaya.

Kelemahan dari kontrak kerja ini akan dapat berpengaruh terhadap pedagang jika pedagang tidak bisa membuat petani merasa nyaman (memenuhi kebutuhan petani), maka petani akan mudah pindah ke toke/pedagang yang lain, dan bagi petani kelemahan pada kerjasama ini terletak pada penetapan harga yang sebelah pihak oleh toke/pedagang yang dapat merugikan petani.

2. Biaya dalam Berusahatani (Membeli pupuk)

Faktor penyebab hubungan patron-klien yang terjalin bukan hanya sekedar dalam pemasaran saja, tetapi juga dalam biaya berusahatani dalam hal sarana produksi yang berupa penyediaan pupuk. Petani yang terdesak akan kebutuhan yang mendesak, untuk memupuk tanaman sawit akan meminjam uang berupa pupuk guna pemberian pupuk pada tanaman sawit. Toke/pedagang akan dengan senang hati memberikan kebutuhan yang diperlukan oleh petani dengan pemberian pinjaman pupuk. Jumlah petani yang meminjam pupuk dan tidak meminjam pupuk pada toke/pedagang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3. Petani yang Meminjam Pupuk dan Tidak Meminjam Pupuk Pada Toke/Pedagang

No	Petani Meminjam Pupuk dan Petani Tidak Meminjam Pupuk	Jumlah	Persentase (%)
1.	Petani Meminjam Pupuk	35	87,5
2.	Petani Tidak Meminjam Pupuk	5	12,5
Jumlah		40	100

Sumber : Data Lapangan, 2011.

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa 87,5% petani meminjam pupuk pada toke, besarnya jumlah pinjaman pupuk tergantung kepada kesepakatan dari kedua belah pihak dan sistem pembayaran secara angsuran.

3. Konsumsi

Selain dua hal yang disebutkan di atas, faktor penyebab hubungan patron-klien juga disebabkan ada peminjaman uang oleh petani untuk kebutuhan konsumsi. Pada saat hasil panen petani lagi *trek* (surut), maka penghasilan dari petani akan berkurang sedangkan ke butuhan sangat banyak. Maka salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga petani meminjam uang kepada toke/pedagang. Semakin sering petani berhutang pada toke/pedagang maka akan memperkuat posisi toke/pedagang

terhadap petani kelapa sawit. Selain itu, untuk mempererat hubungan dengan petani, toke/pedagang menganggap petani sebagai keluarganya sehingga petani akan merasa lebih nyaman dan dihargai pedagang sebagai patron dapat membantu petani (klien).

4. Biaya untuk kesehatan (berobat)

Faktor penyebab terbentuknya hubungan patron-klien, antara petani sawit dan toke, selanjutnya adalah karena kebutuhan untuk kesehatan (biaya untuk berobat). Petani sering mengalami kesulitan dalam masalah biaya untuk berobat, apalagi saat hasil panen sawit turun dan harga sawit yang murah atau anjlok. Maka solusi untuk mengatasi masalah biaya kesehatan atau berobat dengan meminjam uang pada toke.

5. Biaya untuk Pendidikan Anak

Faktor terakhir penyebab terbentuknya hubungan patron-klien, antara petani sawit dan toke karena kebutuhan untuk biaya pendidikan anak (biaya untuk sekolah anak). Petani sering mengalami kesulitan dalam masalah biaya untuk pendidikan anak yang semakin mahal setiap tahun, apalagi saat hasil panen sawit turun dan harga sawit yang murah atau anjlok. Maka solusi untuk mengatasi masalah biaya pendidikan anak atau biaya sekolah anak adalah dengan meminjam uang pada toke.

Dengan demikian banyak faktor yang menyebabkan terbentuknya hubungan patron-klien antara toke dengan petani sawit pola swadaya seperti disebut di atas, antara lain adalah karena faktor pemasaran TBS yang dikendalikan oleh toke, biaya berusaha tani yang mahal, kebutuhan konsumsi rumah tangga, kebutuhan untuk berobat (kesehatan), dan kebutuhan untuk biaya pendidikan anak. Semakin banyak kebutuhan petani yang dibantu oleh patron maka semakin besar pula ketergantungan petani pada patronnya. Kondisi ini jelas menyebabkan relasi yang tidak seimbang antara petani dan toke. Petani dalam posisi yang lemah dalam negosiasi dengan toke, sehingga dapat menyebabkan petani dirugikan.

V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran Pemasaran TBS di Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu ada 3, yaitu: Saluran Pemasaran 1 di mulai dari petani ke pedagang besar (non SPB) ke

pedagang besar (SPB) disini pedagang besar (non SPB) hanya memakai SPB pedagang pemilik SPB dan baru di jual ke PKS. Saluran Pemasaran 2 dimulai dari petani ke pedagang pengumpul pedagang besar (non SPB) pedagang besar (SPB) lalu ke pabrik. Saluran Pemasaran 3, dimulai dari petani ke pedagang besar (SPB) lalu ke pabrik kelapa sawit.

2. Faktor penyebab terbentuknya hubungan patron-klien petani sawit dengan toke/pedagang disebabkan beberapa faktor, antara lain adalah: *Pertama*, karena petani sawit mengalami ketergantungan pada toke/pedagang dalam pemasaran TBS karena petani sulit untuk dapat menjual sawit langsung pada PKS. *Kedua*, karena untuk biaya berusahatani termasuk untuk membeli pupuk. *Ketiga*, petani berutang pada toke/pedagang untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari. *Keempat*, karena untuk memenuhi biaya untuk kesehatan (berobat) dan pendidikan anak.
3. Dari aspek sosial hubungan patron klien antara pedagang dengan petani bersifat saling menguntungkan. Namun dari aspek ekonomi hubungan ini cenderung menguntungkan pedagang, penentuan harga secara sepihak oleh toke.

5.2. Saran

Perlu adanya pemberdayaan kelompok tani dan koperasi untuk menyatukan anggotanya secara kolektif menjual hasil produksi langsung ke PKS tanpa ada perantara pihak lain sehingga harga yang diterima petani lebih tinggi dan saluran pemasaran jadi lebih efisien. Mempermudah akses petani kepada lembaga keuangan formal seperti bank dan UED SP sehingga petani tidak terikat dan terbelenggu berhutang pada toke.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2008. *Rokan Hulu Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Rokan Hulu. Pasir Pangarayan.
- Bungin, B. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Rajawali Press. Jakarta.
- Dinas Perkebunan Kabupaten Rokan Hulu. 2010. *Luas Lahan dan Produksi Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat Kabupaten Rokan Hulu*. Dinas Perkebunan Kabupaten Rohul, Pasir Pangarayan.
- Dwi A., Bramasto. 2006. *Hubungan Patron-Klien Petani Tembakau (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Hubungan Patron-Klien Petani Tembakau di Desa Wonotirto, Kecamatan Bulu, Kabupate Temanggung)*.

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:CJ_L8twaa0kJ:digilib.u ns.ac.id/abstrak_10477. Diakses tanggal 11 April 2011.

- Edram, S., S. Khairi, dan U. Ismedi. 2007. *Profil Perkebunan Propinsi Riau Tahun 2007*. Dinas Perkebunan Propinsi Riau, Pekanbaru.
- Hanafiah, A.M. dan Saefudin A.M. 1996. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Penerbit UI Press, Jakarta.
- Jarry, David. and Julia Jary, 1991. *Dictionary of Sociology*. Harper-Collins Publishers. London.
- Johnson, Doyle Paul.1988. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Alih Bahasa: Robert M.Z. Lawang, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Koentjaraningrat. 1990. *Sejarah Teori Antropologi*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Kotler, P. 1990. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 1990. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Nitti Semito, A. 1986. *Sistem Marketing*. Penerbit Ghalia, Jakarta.
- Scott, James C. 1983. *Moral Ekonomi Petani*. LP3S. Jakarta.
- _____. 1993. *Perlawanan Kaum Tani*. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Rajawali Perss, Jakarta.
- _____. 2002. *Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil*. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Usman, Sunyoto. 2004. *Sosiologi; Sejarah, Teori dan Metodologi*. Center for Indonesian Research and Development (CIRed). Yogyakarta.
- Wallece, Ruth A. and Alison Wolf. 1986. *Contemporary Sociological Theory: Continuing The Classical Tradition*. Prentice- Hall, Inc., Engelwood Cliffs. New Jersey.