

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN LIDI KELAPA
(Suatu Kasus di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran)**

**ANALYSIS OF COCONUT LIDI MARKETING CHANNEL
(A Case in Kersaratu Village, Sidamulih District, Pangandaran Regency)**

SURNAESIH^{1*}, AGUS YUNIAWAN ISYANTO², DAN BENIDZAR M ANDRIE³

Fakultas Pertanian, Universitas Galuh

*E-mail : surnaesih20@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Mengetahui Saluran pemasaran lidi kelapa di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. 2) Mengetahui Besarnya margin, biaya dan keuntungan pemasaran lidi kelapa di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. 3) Mengetahui Persentase yang diterima oleh pengrajin lidi kelapa (*Farmer's Share*) di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. Pengambilan sampel responden dilakukan secara *simple random sampling* (sampel acak sederhana) terhadap 32 orang pengrajin atau 15 persen dari total anggota populasi 214 orang. Hasil penelitian menunjukkan Saluran pemasaran lidi kelapa yaitu pengrajin lidi – pedagang pengumpul – pedagang besar – konsumen dan pengrajin lidi – pedagang pengumpul – pedagang besar – pengecer - konsumen. Besarnya margin yang didapat oleh pedagang pengumpul pada saluran pemasaran dua tingkat dan saluran pemasaran tiga tingkat sama yaitu Rp.300 sedangkan margin pada pedagang besar saluran dua tingkat Rp.400 serta Rp.4.900 untuk saluran pemasaran tiga tingkat. Total biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul pada saluran pemasaran dua tingkat Rp.45,21 dan Rp.66,41 pada saluran pemasaran tiga tingkat. Kemudian total biaya pedagang besar pada saluran pemasaran dua tingkat Rp.53,02 dan Rp.4.459,99 untuk saluran pemasaran tiga tingkat. Keuntungan yang didapat oleh pedagang pengumpul saluran pemasaran dua tingkat Rp.254,79 dan untuk saluran pemasaran tiga tingkat Rp.233,59. Keuntungan bagi pedagang besar pada saluran pemasaran dua tingkat Rp.346,98, untuk pedagang besar pada saluran pemasaran tiga tingkat Rp.440,01. *Farmer's Share* atau persentase bagian yang diterima oleh produsen adalah 53,33% untuk saluran pemasaran dua tingkat serta 11,42% untuk saluran pemasaran tiga tingkat.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, margin, biaya, *farmer's share*

ABSTRACT

The objectives of this study are: 1) Knowing the marketing channels of coconut lidi in Kersaratu Village, Sidamulih District, Pangandaran Regency. 2) Knowing the amount of margin, cost and profit of marketing coconut lidi in Kersaratu Village, Sidamulih District, Pangandaran Regency. 3) Knowing the percentage received by coconut palm craftsmen (Farmer's Share) in Kersaratu Village, Sidamulih District, Pangandaran Regency. Sampling of respondents was carried out by simple random sampling of 32 craftsmen or 15 percent of the total population of 214 people. The results showed that marketing channels of craftsman lidi – collector traders – wholesalers – consumers and craftsman lidi – collector traders – wholesalers – retailer – consumers. The amount of margin obtained by intermediaries in the two-level marketing channel and the three-level marketing channel is the same, namely Rp. 300 while the margin at the two-level channel wholesaler is Rp.400 and Rp. 4,900 for the three-level marketing channel. Total costs incurred by intermediary traders in the two-level marketing channel Rp.45.21 and Rp. 66.41 in the three-level marketing channel. Then the total cost of wholesalers in the two-level marketing channel is Rp.53.02 and Rp.4,459.99 for the three-level marketing channel. Profit at the two-level marketing channel intermediary traders Rp.254.79 and for the three-level marketing channel is Rp.233.59. Profit for wholesalers in the two-level marketing channel is Rp.346.98, for wholesalers in the three-level marketing channel is Rp. 440.01. The Farmer's Share or the percentage share received by producers is 53.33% for the two-level marketing channel and 11.42% for the three-level marketing channel.

Keywords: Marketing Channel, margin, cost, and farmer's share

PENDAHULUAN

Indonesia mendapat julukan Negara agraris karena sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani. Hal ini terjadi jika terdapat dukungan dari lahan dan faktor alam yang baik. Pertanian bergantung pada tanah, kondisi alam, dan cuaca suatu daerah tertentu. Sebagai Negara agraris, pertanian di Indonesia menghasilkan berbagai macam komoditas ekspor seperti produk perkebunan beberapa diantaranya kelapa sawit, karet, kopi, kakao, cengkeh, tembakau, kelapa (Dirjen Perkebunan, 2021).

Kelapa menjadi salah satu komoditas yang menjanjikan, tanaman ini banyak dibudidayakan di Indonesia. Kelapa merupakan tanaman tahunan, memiliki batang yang keras serta pada umumnya tidak bercabang (*monopodial*) dan berakar serabut. Pertumbuhan kelapa biasanya tegak tetapi pada daerah tepian pantai, sempadan sungai batangnya tumbuh melengkung ke arah matahari (Mardiatmoko dan Ariyani, 2018).

Pohon kelapa tersebar hampir di seluruh wilayah Nusantara, sebab tanaman ini mudah tumbuh di dataran rendah maupun pada dataran tinggi termasuk di daerah Jawa Barat.

Masyarakat di Desa Kersaratu tidak hanya memanfaatkan buah dan nira kelapa

sebagai penopang ekonomi, tetapi banyak masyarakat yang tidak memiliki kebun kelapa sehingga memanfaatkan lidi kelapa sebagai mata pencahariannya. Lidi kelapa tidak dibutuhkan oleh para petani kelapa, hal tersebut dijadikan peluang oleh para pengrajin lidi meskipun pengrajin lidi harus memiliki kesabaran serta ketekunan dalam *meraut* helai per helai daun kelapa.

Untuk harga jual dihitung dengan satu ikat lidi setara kepalan tangan dewasa kemudian ikatan tersebut diikat lagi menjadi satu ikatan besar berisikan 5 ikat lidi per ikatan besar, biasanya untuk harga jual lidi ditentukan oleh para pedagang pengumpul tetapi para pengrajin belum mengetahui *persentase* yang diterima dari penjualan lidi tersebut, selain itu belum diketahui saluran dari penjualan lidi kelapa di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif sendiri sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis, metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka (Sugiyono, 2013).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2013) data primer adalah sumber data yang langsung didapatkan dari sumber utama atau langsung dari responden, biasanya dilakukan dengan wawancara, kuesioner, pengamatan, atau gabungan ketiganya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi pemerintah yang terkait, buku, jurnal dan studi literatur yang terkait dengan penelitian tersebut.

Teknik Penarikan Sampel

Jumlah pengrajin lidi kelapa yang dijadikan responden diambil 15 persen yaitu 32 orang dari total anggota populasi sebanyak 214 orang dengan metode *simple random sampling*. Menurut Arikunto (2006) sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Arikunto (2006), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15 persen atau 20- 25 persen atau lebih.

Rancangan Analisis Data

1. Untuk menghitung margin pemasaran lidi kelapa maka digunakan rumus sebagai berikut (Angipora, 2002) :

$$Mm = Pe - Pf$$

Keterangan :

Mm : Margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

Pe : Harga jual produk di tingkat lembaga pemasaran

Pf : Harga jual produk di tingkat produsen

2. Rumus untuk mengetahui biaya pemasaran lidi kelapa antara lain sebagai berikut (Angipora, 2002) :

$$TC = Mm - \pi$$

Keterangan :

TC : Total biaya di tingkat lembaga pemasaran

π : Keuntungan di tingkat lembaga pemasaran

Mm : Margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

3. Untuk mengetahui keuntungan pemasaran dari lidi kelapa menggunakan rumus sebagai berikut (Angipora, 2002) :

$$\pi = Mm - TC$$

Keterangan :

TC : Total biaya di tingkat lembaga pemasaran

π : Keuntungan di tingkat lembaga pemasaran

Mm : Marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

4. Untuk *Farmer's Share* dihitung dengan menggunakan rumus berikut (Tomek dan Robinson, 1972)

$$Sf = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Keterangan :

Sf : share yang diterima produsen (pengrajin lidi)

Pf : harga di tingkat produsen (pengrajin lidi)

Pr : harga di tingkat konsumen.

kelapa di Desa Kersaratu ada dua tingkatan saluran pemasaran yaitu yang melalui dua lembaga pemasaran dan tiga lembaga pemasaran sehingga barang atau produk dari pengrajin lidi bisa sampai kepada konsumen, tingkatan ini disebut dengan *two level channel* atau saluran pemasaran tingkat dua dan *three level channel* atau saluran pemasaran tingkat tiga

1. Pengrajin Lidi Kelapa -> Pedagang Pengumpul -> Pedagang Besar -> Konsumen
2. Pengrajin Lidi Kelapa -> Pedagang Pengumpul -> Pedagang Besar -> Pengecer -> Konsumen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan Penelitian didapatkan bahwa saluran pemasaran lidi

Tabel 1. Biaya, Marjin dan Keuntungan Pemasaran Lidi

No.	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran Dua Tingkat	Saluran Pemasaran Tiga Tingkat
1	Pengrajin lidi Harga jual	800	800
2	Pedagang Pengumpul Biaya -Bongkar Muat -Transportasi Total Biaya Harga Beli Harga Jual Marjin Keuntungan	30,55 14,66 45,21 800 1.100 300 254,79	50,85 15,56 66,41 800 1.100 300 233,59
3	Pedagang Besar Harga Beli Biaya -Bongkar Muat -Transportasi -Konsumsi	1.100 25,75 15,15 12,12	1.100 28,33 16,66 15

Biaya pengolahan		
-Tenaga Kerja		1.300
-Gagang (<i>dilakop</i>)		800
-Benang		500
-Walingi		700
Total Biaya	53,02	4.459,99
Harga Jual	1.500	6.000
Marjin	400	4.900
Keuntungan	346,98	440,01
4 Pengecer		
Harga Beli		6.000
Harga Jual		7.000
Biaya Transportasi		400
Marjin		1.000
Keuntungan		600

Tabel 2. *Farmer's Share* Pemasaran Lidi

No.	Saluran Pemasaran	<i>Farmer's Share</i>
1	Dua Tingkat	53,33%
2	Tiga Tingkat	11,42%

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik beberapa poin kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran lidi kelapa yang ada di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran terdapat dua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran tingkat dua atau *two level channel* dan saluran pemasaran tingkat tiga atau *three level channel*, saluran pemasaran dua tingkat memiliki dua pedagang perantara sedangkan untuk saluran pemasaran tiga tingkat memiliki tiga perantara. Saluran

pemasaran dua tingkat yaitu pengrajin lidi – pedagang pengumpul – pedagang besar – konsumen sedangkan saluran pemasaran tiga tingkat yaitu pengrajin lidi – pedagang pengumpul – pedagang besar –pengecer- konsumen.

2. Besarnya marjin yang didapat oleh pedagang pengumpul pada saluran pemasaran dua tingkat dan saluran pemasaran tiga tingkat sama yaitu Rp. 300/ikat sedangkan marjin pada pedagang besar saluran dua tingkat sejumlah Rp. 400/ikat serta Rp. 4.900/ikat untuk saluran pemasaran tiga tingkat. Dengan total biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul pada

saluran pemasaran dua tingkat sebanyak Rp. 45,21/ikat dan Rp. 66,41/ikat pada saluran pemasaran tiga tingkat. Kemudian total biaya pedagang besar pada saluran pemasaran dua tingkat adalah Rp.53,02/ikat dan Rp. 4.459,99/ikat untuk saluran pemasaran tiga tingkat. Dengan keuntungan yang didapat oleh pedagang pengumpul saluran pemasaran dua tingkat sebesar Rp. 254,79/ikat dan untuk saluran pemasaran tiga tingkat yaitu Rp. 233,59/ikat. Keuntungan bagi pedagang besar pada saluran pemasaran dua tingkat sebanyak Rp.346,98/ikat, untuk pedagang besar pada saluran pemasaran tiga tingkat yaitu Rp. 440,01/ikat.

3. *Farmer's Share* atau persentase bagian yang diterima oleh produsen adalah sebesar 53,33% untuk saluran pemasaran dua tingkat serta 11,42% untuk saluran pemasaran tiga tingkat.

Saran

Setelah dilakukan penelitian kemudian mendapatkan hasil pada pembahasan maka saran untuk meningkatkan nilai ekonomis lidi kelapa serta memaksimalkan hasil dapat diadakan pelatihan pengolahan lidi menjadi suatu produk oleh Badan Penyuluh Pertanian

atau badan terkait kepada masyarakat atau pun kepada produsen lidi kelapa di Desa Kesaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran, sebab di Desa Kesaratu belum ada yang membuat karya atau produk dari lidi kelapa, hal tersebut bisa menjadi peluang membuka lapangan pekerjaan selain itu harga lidi ketika sudah melalui pengolahan tertentu maka harga jual akan semakin tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. 2002. Dasar-dasar pemasaran Edisi Kedua. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Arikunto, S. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta. Jakarta
- Dirjen Perkebunan. 2021. Statistik Perkebunan Unggulan Nasional 2020-2022, Jakarta: Sekretariat Direktorat Jendral Perkebunan
- Maridiatmoko dan Aryanti 2018., Produksi Tanaman Kelapa (*Cocos nucifera* L.) Ambon: Badan Penerbit Fakultas Pertanian Universitas Pattimura (BPPF UNPATTI).
- Sugiyono, 2013. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Alfabet
- Tomek, W. G., dan K. L. Robinson, 1972, *Agricultural Product Prices* Cornell University Press, Ithaca dan London