

ANALISIS SALURAN PEMASARAN KOPRA (Studi Kasus di Desa Sindangsari Kecamatan Cimerak Kabupaten Pangandaran)

Oleh :

Hengki Prastio Wijaya¹, Soetoro², Tito Hardiyanto³

^{1,3} Fakultas Pertanian Universitas Galuh

² Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Saluran pemasaran kopra mulai dari produsen sampai ke konsumen, 2) Besarnya margin, biaya pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran kopra dari produsen ke konsumen, dan 3) Persentase harga yang diterima petani atau *Farmer's share (Producer's share)* dalam proses pendistribusian kopra di Desa Sindangsari Kecamatan Cimerak Kabupaten Pangandaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survai. Sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 3 orang perajin, Sedangkan jumlah pedagang pengumpul 1 orang, yang diambil dengan cara *Snowball Sampling Method*. Analisis data dilakukan dengan cara deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1) Terdapat dua saluran pemasaran kopra dari Desa Sindangsari sampai ke konsumen akhir (pabrik pecu) **Saluran pemasaran I** : Petani → Konsumen . **Saluran pemasaran II** : Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen . 2) Besarnya margin, biaya dan keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu Rp.3.000,- per Kg dan pada saluran pemasaran II yaitu Rp.2.500,- per Kg. Besarnya biaya yang dikeluarkan pada saluran pemasaran I yaitu Rp.1.100,- per Kg, dan pada saluran pemasaran II yaitu Rp.1.300,- per Kg. Sedangkan besarnya keuntungan pada saluran pemasaran I yaitu Rp.1.900,- per Kg, dan pada saluran pemasaran II yaitu Rp.1.200,- per Kg. 3) Bagian harga yang diterima petani atau *Farmer's share (Producer's share)* pada saluran pemasaran I sebesar 100 % dan pada saluran pemasaran II sebesar 66,67 % .

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian subsektor perkebunan memiliki arti penting, terutama di negara berkembang yang selalu berupaya untuk meningkatkan sumberdaya alam secara lestari dan berkelanjutan. Selain itu, subsektor perkebunan mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional, terutama dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, penerimaan devisa Negara, penyediaan lapangan kerja, perolehan nilai tambah dan daya saing, pemenuhan konsumsi dalam negeri, serta optimalisasi pengolahan sumberdaya alam secara berkelanjutan (Widiarti, Noor dan Goni, 2008).

Kopra merupakan buah kelapa bagian dalam yang segar yang dapat dikeringkan dengan metode konvensional menggunakan sinar matahari (*sun drying*), pengasapan atau mengeringkan di atas api terbuka (*smoke drying or drying over an open fire*), pengeringan dengan pemanasan secara tidak langsung (*indirect drying*) dan pengeringan dengan udara vakum (*vacuum drying*). Pengolahan kopra meliputi proses penguapan air dari daging buah kelapa, dimana kadar air awal daging buah kelapa segar yang mencapai 50% diturunkan hingga kadar air 5-7% melalui proses pengeringan (Amin, 2009).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus, dengan mengambil kasus di Desa Sindangsari Kecamatan Cimerak Kabupaten Pangandaran. Menurut Nazir (2011), studi kasus merupakan suatu penelitian yang bersifat mendalam mengenai suatu karakteristik tertentu dari objek penelitian.

Operasionalisasi Variabel

Untuk mempermudah dan memperjelas pemahaman dalam penelitian ini, maka variabel-variabel yang diamati dan berhubungan dengan penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut:

- 1) Saluran pemasaran adalah seperangkat lembaga yang melaksanakan kegiatan (fungsi pemasaran) yang digunakan untuk mengalirkan komoditas kopra dari tangan produsen sampai ke konsumen akhir.
- 2) Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
- 3) Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pendistribusian kopra dari tangan produsen sampai kepada konsumen akhir, biaya pemasaran ini mencakup:
 - (a) Biaya pengangkutan, meliputi biaya dari kegiatan yang ditujukan untuk menggerakkan barang-barang dari tempat

pembelian sampai ketempat penjualan, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram.

- (b) Biaya bongkar muat adalah biaya yang dikeluarkan untuk menaikkan dan menurunkan kopra dari truk dihitung dalam satuan rupiah per kilogram.
 - (c) Biaya retribusi adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang perantara yang biasanya dikeluarkan secara resmi dihitung dalam satuan rupiah per kilogram.
 - (d) Biaya lain-lain meliputi biaya penyimpanan, dan pungutan-pungutan lainnya, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
 - (e) Biaya penyusutan barang adalah biaya yang di keluarkan untuk jumlah barang yang tidak tersalurkan selama proses pemasaran produk dan dihitung dalam satuan kilogram per satu kali penjualan
- $$\text{Biaya penyusutan} = \frac{VB-VJ}{VB} \times HB.$$
- 4) Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
 - 5) Perajin kopra adalah perajin yang membuat kopra yang kemudian menjual hasil produksinya.
 - 6) Lembaga pemasaran adalah orang, perusahaan atau lembaga yang terlibat langsung dalam pengaliran kopra dari produsen sampai konsumen akhir, yaitu Pedagang pengumpul adalah orang yang membeli dan mengumpulkan kopra dari perajin kemudian menjual secara langsung kepada konsumen akhir.
 - 7) Konsumen akhir adalah pembeli kopra dari pedagang pengumpul untuk kegiatan produksi minyak kelapa.
 - 8) Volume penjualan adalah merupakan volume produk yang dijual oleh perajin, perantara atau lembaga pemasaran, dinyatakan dalam satuan kilogram.
 - 9) Volume pembelian merupakan volume produk yang dibeli oleh perantara atau lembaga pemasaran, dinyatakan dalam satuan kilogram.
 - 10) Harga beli adalah harga yang dibayarkan oleh lembaga pemasaran atau konsumen akhir guna mendapatkan kopra, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram.
 - 11) Harga jual adalah harga yang diterima oleh lembaga pemasaran atau produsen sebagai pengganti atas komoditi yang dipasarkannya, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram.
 - 12) *Farmer's Share (Producer's Share)* adalah bagian harga yang diterima produsen yang dinyatakan dalam satuan persen.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari perajin kopra dan lembaga pemasaran yang berperan aktif dalam mekanisme pemasaran kopra dengan cara melakukan wawancara langsung dengan responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah di persiapkan sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari Dinas, instansi, lembaga dan studi kepustakaan yang terkait dengan penelitian ini.

Teknik Penarikan Sampel

Jumlah perajin kopra yang dijadikan responden adalah 3 orang perajin yang ada di Desa Sindangsari Kecamatan Cimerak Kabupaten Pangandaran dengan menggunakan metode sensus. 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.

Untuk pedagang perantara dilaksanakan menggunakan metode penelusuran berdasarkan aliran barang atau teknik penarikan bola salju (*Snowball sampling method*).

Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh ditabulasi, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui saluran pemasaran atau peredaran kopra. Sedangkan untuk mengetahui margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan *Farmer's share (Producer's Share)* digunakan rumus menurut (Angipora, 2005) dengan formulasi sebagai berikut:

1) Margin pemasaran :

$$Mm = Pe - Pf$$

Keterangan :

Mm = margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

Pe = Harga jual produk di tingkat lembaga pemasaran

Pf = Harga beli produk di tingkat produsen

2) Biaya dan keuntungan pemasaran :

Karena dalam margin pemasaran terdapat 2 komponen yaitu komponen biaya dan komponen keuntungan, maka :

$$Mm = \pi + TC$$

$$TC = Mm - \pi$$

Keterangan :

TC = total Biaya ditingkat lembaga pemasaran

π = keuntungan ditingkat lembaga pemasaran

Mm = Margin pemasaran ditingkat lembaga pemasaran

$$\pi = Mm - TC$$

Keterangan :

π = Keuntungan ditingkat lembaga pemasaran

Mm = Marjin pemasaran ditingkat lembaga pemasaran

TC = total biaya ditingkat lembaga pemasaran

3) Bagian harga yang diterima produsen *Farmer's share*(*Producer's share*)

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

Keterangan :

FS = Bagian harga yang diterima produsen *Farmer's share*(*Producer's share*)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat lembaga pemasaran (Rp/Kg)

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sindangsari Kecamatan Cimerak Kabupaten Pangandaran. Adapun waktu penelitian dibagi dalam 3 tahapan sebagai berikut:

- 1) Tahapan persiapan yaitu survei pendahuluan, penulisan Usulan Penelitian, dan Seminar Usulan Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2016.
- 2) Tahapan pengumpulan data dari lapangan, yaitu pengumpulan data primer dan data sekunder dilaksanakan pada bulan April 2016.
- 3) Tahapan pengolahan dan analisis data, penyusunan serta penulisan skripsi dilaksanakan pada bulan Mei 2016 sampai dengan selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari produsen kopra dan pedagang pengumpul. Identitas responden meliputi umur, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga dan pengalaman berusaha. Selengkapnya mengenai identitas responden dibahas sebagai berikut :

B. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan seseorang dalam bekerja. Semakin tua usia seseorang maka kemampuannya akan semakin berkurang. Sebagian besar responden masih tergolong ke dalam usia produktif, sehingga mempunyai tingkat kemampuan yang memungkinkan untuk menjalankan usahanya.

C. Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi pada proses penerimaan dan penerapan suatu teknologi oleh seseorang. Semakin tinggi pendidikan seseorang diharapkan semakin tinggi pula penerimaan dan penerapan teknologinya dibandingkan dengan yang tingkat pendidikannya lebih rendah.

D. Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah banyaknya jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan responden untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.

E. Pengalaman Berusaha

Pengalaman berusaha merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi usahanya. Semakin lama pengalaman seseorang maka akan lebih banyak pengalaman yang telah dirasakan sehingga kemampuan berusahnya pun akan lebih maksimal.

F. Analisis Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan jembatan antara perajin/produsen dengan konsumen melalui tingkatan lembaga pemasaran. Saluran pemasaran yang dilalui sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang diterima oleh perajin/produsen kopra. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kopra dari perajin/produsen sampai ke tangan konsumen adalah pedagang pengumpul. Berdasarkan hasil penelitian di Desa Sindangsari Kecamatan Cimerak Kabupaten Pangandaran terdapat 2 saluran pemasaran kopra yaitu :

Saluran pemasaran 1 :

Perajin/Produsen → Konsumen Akhir

(Di sebut dengan saluran 0 tingkat)

Saluran pemasaran II :

Perajin/Produsen → Pedagang Pengumpul → Konsumen Akhir

(Di sebut dengan saluran 1 tingkat)

G. Analisis Marjin, Biaya dan Keuntungan

a. Cara Pembelian dan Penjualan kopra

Cara penjualan kopra oleh perajin/produsen yaitu dengan cara di antarkan ke konsumen akhir yaitu pabrik pecu yang berada di Kecamatan Ciokong Kabupaten Pangandaran dihitung per Kg dengan harga sebesar Rp. 7.000,- per Kg dengan cara tunai pada saluran pemasaran I dan penerimaan itu belum di potong ongkos kirim. Sedangkan pada saluran pemasaran II perajin/produsen menjual produknya ke pedagang pengumpul seharga Rp.5.000,- per Kg dan dibayar secara tunai oleh pedagang pengumpul yang ada di Desa Sindangsari Kecamatan Cimerak Kabupaten Pangandaran cara pembeliannya pedagang pengumpul mendatangi Perajin/Produsen untuk membeli produknya dan produsen tidak usah mengeluarkan biaya penjualan dan pedagang pengumpul menjualnya ke konsumen akhir (Pabrik Pecu) yang berada di Desa Ciokong Kecamatan Ciokong Kabupaten Pangandaran seharga Rp.7.500 per Kg dengan cara di antarkan sehingga pedagang pengumpul mengeluarkan biaya transportasi.

b. Perlakuan dan Pembiayaan oleh Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul dalam proses pemasaran kopra hanya melakukan perlakuan bongkar dan muat terhadap produk yang dibelinya dari perajin/produsen. Setelah produk terkumpul kemudian diangkut untuk menjualnya ke konsumen akhir (Konsumen Industri Pabrik Pecu). Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dalam proses penjualan kopra yaitu biaya bongkar muat, transportasi, retribusi, biaya penyusutan dan biaya lainnya.

H. Farmer's Share (Producer's share) atau Persentase Bagian Harga yang Diterima Petani

Farmer's share (Producer's share) adalah perbandingan harga yang diterima petani produsen (Perajin) dengan harga yang dibayarkan konsumen (Konsumen Industri) yang dikalikan 100 persen. Untung ruginya para petani (perajin) tidak ditentukan oleh besar kecilnya nilai *Producer's share (Farmer's share)*, tetapi dipengaruhi oleh harga produk dan biaya yang dikeluarkannya.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran I harga jual yang dilakukan secara langsung oleh perajin/produsen kepada konsumen akhir yaitu Rp.7.000,- per Kg, sementara saluran pemasaran II harga jual perajin/produsen terhadap pedagang pengumpul Rp.5.000,- per Kg dan harga jual pedagang pengumpul kepada konsumen akhir Rp.7.500,- per Kg. Maka besarnya nilai *Farmer's share (Producer's share)* adalah sebagai berikut :

Saluran pemasaran I :

$$FS = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$
$$FS = \frac{7.000}{7.000} \times 100 \%$$
$$FS = 100\%$$

Saluran pemasaran II :

$$FS = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$
$$FS = \frac{5.000}{7.500} \times 100 \%$$
$$FS = 66,67\%$$

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *Farmer's share (Producer's share)* kedua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I sebesar 100 persen, artinya bagian harga yang di terima petani pada saluran pemasaran I adalah sebesar 100 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen, dan untuk saluran pemasaran II sebesar 66,67 persen, artinya bagian harga yang diterima petani adalah sebesar 66,67 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Terdapat dua saluran pemasaran kopra dari Desa Sindangsari sampai ke konsumen akhir (industri)

Saluran pemasaran I :

Perajin kopra → Konsumen akhir (industri)

Saluran pemasaran II :

Perajin kopra → Pedagang Pengumpul → Konsumen akhir (industri)

- 2) Besarnya marjin, biaya dan keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu Rp.3.000,- per Kg dan pada saluran pemasaran II yaitu Rp.2.500,- per Kg. Besarnya biaya yang dikeluarkan pada saluran pemasaran I yaitu Rp.1.100,- per Kg, dan pada saluran pemasaran II yaitu Rp.1.300,- per Kg. Sedangkan besarnya keuntungan pada saluran pemasaran I yaitu Rp.1.900,- per Kg, dan pada saluran pemasaran II yaitu Rp.1.200,- per Kg.
- 3) Bagian harga yang diterima petani atau *Farmer's share (Producer's share)* pada saluran pemasaran I yaitu 100 persen dan saluran pemasaran II adalah sama 66,67%.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan hal sebagai berikut Saluran pemasaran kopra di Desa Sindangsari terdapat dua saluran pemasaran dimana saluran I perajin kopra menjual produknya langsung ke konsumen akhir (industri) yaitu pabrik minyak yang berada di Desa Cikembulan sedangkan untuk saluran II perajin kopra menjual hasil kopranya kepada pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul yang mana akan mengurangi pendapatan sehingga di sarankan untuk perajin kopra untuk dapat menjual hasil kopranya langsung ke konsumen akhir (industri).

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Sarmidi. 2009. *Cocopreneurship. Aneka Peluang Bisnis dari Kelapa*. Lily Publisher. Yogyakarta.
- Angipora, M. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Arikunto, S, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Nazir, 2011. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Widianti, Noor dan Goni, 2008. *Agribisnis Tanaman Perkebunan*. Penebar Swadaya Jakarta.
- Wirosuharjo. 2004. *Dasar-dasar Demografi*. FE Universitas Indonesia. Jakarta.

