

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN KELAPA  
(Suatu Kasus di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar  
Kabupaten Pangandaran)**

**ISEP ENDA NURHIDAYAT<sup>1\*</sup>, DINI ROCHDIANI<sup>2</sup>, SUDRAJAT<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian Universitas Galuh

<sup>2</sup>Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran

\*Email : endaisep@gmail.com

**ABSTRAK**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) hanya satu saluran pemasaran kelapa di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran yaitu, Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Konsumen Industri. 2) Marjin pemasaran kelapa di pedagang pengumpul 1.000,00 Rp/butir, biaya 475,00 Rp/butir dan keuntungan 525,00, Rp/butir sedangkan marjin pemasaran kelapa di pedagang besar 500,00 Rp/butir, biaya 200,00 Rp/butir dan keuntungan 300,00 Rp/butir. 3) *Farmer's share* adalah 62,50 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.

**Kata Kunci :** Kelapa, Saluran Pemasaran

**PENDAHULUAN**

Menurut Sukamto (2008) kelapa adalah salah satu jenis tanaman perkebunan yang banyak ditanam oleh masyarakat pedesaan, mengingat tanaman kelapa memiliki peranan yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat terutama dalam meningkatkan pendapatan. Selain itu kelapa mempunyai kemampuan berproduksi sepanjang tahun secara terus menerus dan siap jual kapanpun (dalam keadaan tua maupun muda) untuk memenuhi kebutuhan keluarga petani. Pengembangan usaha pengolahan produk kelapa melalui industrialisasi, selain meningkatkan produktivitas maupun kualitas produk juga akan memperbaiki nilai jual kelapa yang diterima oleh petani.

Dengan demikian banyak penggunaan kelapa sebagai bahan baku industri, sehingga motivasi petani untuk

mengembangkan usahatani kelapa akan semakin meningkat.

Pemasaran buah kelapa tidak hanya ditujukan untuk kebutuhan bahan baku pabrik saja tetapi juga dijual dalam bentuk buah segar, selain itu juga digunakan sebagai bumbu masakan. Terdapat lembaga pemasaran yang menyalurkan barang-barang atau jasa dari produsen sampai konsumen, Maka konsumen tidak langsung mendapat buah kelapa dari produsen,

Saluran pemasaran yang efektif akan sangat dibutuhkan di Desa Karangkamiri, karena pencapaian tujuan yang sangat tepat dalam pemasaran merupakan bagian dari efisiensi pemasaran kelapa tersebut. Dengan adanya saluran pemasaran, diharapkan para petani dalam menjalankan usahatani kelapa tersebut

mampu lebih berkembang dan lebih baik lagi.

## METODE PENELITIAN

Metode survai adalah metode yg digunakan. Menurut Arikunto (2006) metode survei untuk mengetahui dan mengamati gejala empiris yang ada di lokasi penelitian. Mengenai unit sampel sebagai responden dan bukan seluruh populasi sasaran.

### Teknik Penarikan Sampel

Penarikan sampel untuk petani dalam penelitian ini memakai metode *simple random sampling*. Dengan Responden sebanyak 30 orang petani yang diambil 10 persen dari total anggota populasi yaitu sebanyak 300 orang. Sedangkan penarikan sampel untuk lembaga pemasaran dilakukan dengan *Snowball Sampling Method*.

### Rancangan Analisis Data

Untuk mengetahui saluran pemasaran pada pemasaran kelapa dari petani sampai konsumen akhir dianalisis secara deskriptif kualitatif. Sedangkan untuk mengetahui margin, biaya, dan keuntungan pemasaran serta *farmer's share* dianalisis sebagai berikut :

1. Margin pemasaran :

$$Mm = Pe - Pf$$

Terdapat 2 komponen yaitu biaya dan keuntungan, maka :

$$\begin{aligned} Mm &= + TC \\ &= Mm - TC \\ TC &= Mm - \end{aligned}$$

2. Untuk menghitung biaya pemasaran digunakan rumus sebagai berikut :

$$B = MP -$$

3. Keuntungan :

$$= Mm - TC$$

4. Untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menggunakan rumus (Angipora, 2002) :

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

### Tempat dan Waktu Penelitian

Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran adalah tempat penelitian. Adapun waktu penelitian dibagi dalam tahapan sebagai berikut :

- 1) Tahapan persiapan yaitu survei pendahuluan, penulisan Usulan Penelitian, dan Seminar Usulan Penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Mei 2019.
- 2) Tahapan pengumpulan data dari lapangan, yaitu pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Juni sampai 2019.

- 3) Tahapan pengolahan dan analisis data, penyusunan serta penulisan skripsi dilaksanakan pada bulan Juli 2019 sampai selesai

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian di hanya satu saluran pemasaran kelapa sebagai berikut :

Petani - Pedagang Pengumpul Desa Karangkamiri – Pedagang Besar Pasar Cirebon– Konsumen Industri

**Tabel 1. Rata-rata Biaya, Marjin Pemasaran, dan *Farmer's Share* Pemasaran Kelapa.**

No.	Lembaga Pemasaran	Satuan (Rp/Butir)	<i>F<sub>s</sub></i> (%)
1.	Petani		62,50
	Harga Jual	2.500,00	
2.	Pedagang Pengumpul		
	Harga Beli	2.500,00	
	Harga Jual	3.500,00	
	Marjin	1.000,00	
	Biaya	475,00	
	Keuntungan	525,00	
3.	Pedagang Besar		
	Harga Beli	3.500,00	
	Harga Jual	4.000,00	
	Marjin	500,00	
	Biaya	200,00	
	Keuntungan	300,00	
	Jumlah		
	Biaya	675,00	
	Keuntungan	825,00	
	Marjin	1.500,00	

#### *Farmer's Share*

*Farmer's Share* adalah persentase harga yang diterima petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Untung ruginya petani tidak ditentukan oleh besar kecilnya nilai *farmer's share*, tetapi dipengaruhi oleh harga produk dan biaya yang dikeluarkan.

$$Fsi = \frac{Hp}{He} \times 100\%$$

$$Fsi = \frac{2.500}{4.000} \times 100 \%$$

$$Fsi = 62,50 \%$$

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *farmer's share* adalah sebesar 62,50 persen, artinya harga yang diterima petani adalah sebesar 62,50 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran terdapat satu saluran pemasaran yaitu :
- 2) Petani – Pedagang Pengumpul Desa Karangkamiri – Pedagang Besar Cirebon – Konsumen Industri.
- 3) Marjin pemasaran kelapa di pedagang pengumpul 1.000,00 Rp/butir, biaya 475,00 Rp/butir dan keuntungan 525,00, Rp/butir, sedangkan marjin pemasaran kelapa di pedagang besar 500,00 Rp/butir, biaya 200,00 Rp/butir dan keuntungan 300,00 Rp/butir.

- 4) *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani adalah 62,50 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.

### Saran

Untuk menjaga harga ditingkat petani tetap stabil, disarankan kepada petani untuk menjaga kualitas produksi agar dapat bersaing dipasaran, dan untuk lembaga pemasaran disarankan untuk mengefesiensikan biaya pemasaran yaitu dengan efesiensi biaya transfortasi agar mampu menghasilkan keuntungan yang optimal.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sukamto. 2008. *Upaya meningkatkan Produksi Kelapa*. Penerbit PT. Penebar Swadaya. Jakarta.