

ANALISIS SALURAN KELAPA

(Suatu Kasus di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran)

Oleh :

Wadin¹, Soetoro², Tito Hardiyanto³

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Galuh.

²Dosen Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran.

³Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Saluran pemasaran kelapa di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar kabupaten Pangandaran. (2) Besarnya marjin dan biaya pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran kelapa di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran (3) Besarnya bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) kelapa. Penelitian ini dilaksanakan di Desa karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran dengan menggunakan survai. Responden petani diambil secara acak sederhana (*simple random sampling*) diteliti sebanyak 30 orang atau 15 persen dari 202 petani, sedangkan untuk sampel lembaga pemasaran diambil dengan cara *snowball sampling* terhadap 1 orang pedagang pengumpul, dan 1 orang pedagang besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat satu saluran pemasaran kelapa di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran yaitu, Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Konsumen Akhir Industri. 2) Marjin pemasaran kelapa di tingkat pedagang pengumpul Rp. 1.000,00 per butir, biaya sebesar Rp. 475,00 per butir dan keuntungan sebesar Rp. 525,00, per butir sedangkan marjin pemasaran kelapa di tingkat pedagang besar yaitu Rp. 500,00 per butir, biaya sebesar Rp. 200,00 per butir dan keuntungan sebesar Rp. 300,00 per butir. 3) Farmer's share atau bagian harga yang diterima petani adalah 66,67 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.

Kata kunci : *Saluran pemasaran, kelapa*

PENDAHULUAN

Pada umumnya masih banyak kegiatan usaha yang membutuhkan bahan baku dari hasil pertanian terutama kelapa. Buah kelapa dapat dikonsumsi dalam bentuk segar (kelapa muda) maupun melalui proses pengolahan. Indonesia kini mulai dikenal di dunia sebagai produsen kelapa kalengan yang cukup berpengaruh. Hal ini merupakan salah satu kesempatan bagi petani kelapa Indonesia untuk meningkatkan produksinya baik dari kuantitasnya sehingga diharapkan pendapatan petani akan meningkat (Sukamto, 2008).

Sebagai penghasil kelapa di Kecamatan Langkaplancar, usahatani kelapa di Desa Karangkamiri masih berpotensi untuk dikembangkan lagi supaya lebih baik lagi. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian pemasaran buah kelapa di Desa Karangkamiri, sehingga diharapkan produksi kelapa dapat meningkat seperti di Desa lainnya yang berada di Kabupaten Pangandaran, karena pemasaran merupakan salah satu persangsang bagi produsen dan petani untuk meningkatkan produksinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Saluran pemasaran kelapa mulai dari produsen sampai ke konsumen di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran.
2. Besarnya marjin, biaya dan keuntungan pemasaran kelapa antar lembaga perantara di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran.
3. Persentase bagi harga yang diterima petani (*farmer's share*) dalam pendistribusian kelapa di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode survei, dengan mengambil kasus di Desa Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran. Menurut Arikunto (2006) metode survei adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala empiris yang berlangsung di lapangan atau lokasi penelitian, umumnya dilakukan terhadap unit sampel yang dihadapi sebagai responden dan bukan seluruh populasi sasaran.

Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut :

- 1) Saluran pemasaran adalah seperangkat lembaga yang melaksanakan kegiatan (fungsi pemasaran) yang digunakan untuk mengalirkan komoditas kelapa dari tangan produsen sampai ke konsumen.
- 2) Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses mengeluarkan kelapa dari tangan produsen sampai kepada konsumen.
- 3) Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima petani produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir, dinyatakan dalam satuan rupiah per butir (Rp/butir).
- 4) Keuntungan lembaga pemasaran merupakan selisih antara marjin pemasaran dengan biaya pemasaran, dinyatakan dalam satuan rupiah per butir (Rp/butir).
- 5) Harga jual dan harga beli kelapa merupakan harga rata-rata yang berlaku pada waktu penelitian, dinyatakan dalam satuan rupiah per butir (Rp/butir).
- 6) Petani kelapa adalah petani yang membudidayakan kelapa yang kemudian menjual hasil produksinya.
- 7) Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli dan mengumpulkan hasil kelapa dari para petani di tingkat desa, kecamatan yang kemudian menjualnya ke pedagang besar.
- 8) Pedagang besar adalah pedagang yang membeli kelapa dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul, kemudian menjualnya kepada pedagang pengecer.
- 9) Pedagang pengecer adalah lembaga perantara pemasaran yang langsung menjual produk-produk yang bersangkutan kepada konsumen akhir.
- 10) Konsumen adalah pembeli yang merupakan konsumen akhir yang langsung membeli dari produsen ataupun dari pedagang perantara.
- 11) *Farmer's share* adalah persentase bagian harga yang diterima petani.

Pengumpulan Data

Jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui cara wawancara langsung dengan responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari Dinas dan Instansi terkait, serta literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik Penarikan Sampel

Jumlah petani kelapa yang dijadikan responden diambil 15 persen yaitu 30 orang dari total anggota populasi sebanyak 202 orang. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2006). Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Arikunto (2006), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semua, jika lebih besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15 persen atau 20-25 persen atau lebih.

Rancangan Analisis Data

1) Marjin pemasaran

Secara sistematis marjin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut (Sudiyono, 2004) :

$$MP = B +$$

Keterangan :

MP = Marjin Pemasaran
(Rp/butir)

B = Biaya Pemasaran
(Rp/butir)

= Keuntungan Pemasaran

(Rp/butir)

2) Untuk menghitung biaya pemasaran digunakan rumus sebagai berikut :

$$B = MP -$$

Keterangan :

B = Biaya Pemasaran

MP = Marjin Pemasaran

= Keuntungan Pemasaran

3) Untuk menghitung keuntungan pemasaran digunakan rumus sebagai berikut :

$$= MP - B$$

Keterangan :

= Keuntungan Pemasaran

MP = Marjin Pemasaran

B = Biaya Pemasaran

4) Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*)

$$Fsi = \frac{HP}{HE} \times 100\%$$

Keterangan :

Fsi = bagian harga yang diterima petani

HP = harga ditingkat produsen

HE = harga ditingkat eceran

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran, waktu penelitian dilaksanakan persiapan, yaitu survei awal pada bulan April 2017. Penelitian Mei 2017, penulisan hasil penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2017.

ANALISIS SALURAN KELAPA

(Suatu Kasus di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar
Kabupaten Pangandaran)

WADIN, SOETORO, TITO HARDIYANTO

Analisis Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran hanya terdapat satu saluran pemasaran kelapa sebagai berikut :

Saluran I :

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

Kegiatan Pemasaran Kelapa dari Desa Karangkamiri

Kegiatan Pemasaran di Tingkat Petani

Petani tidak menjual langsung produksinya ke pedagang besar atau konsumen tetapi melalui pedagang pengumpul, sehingga produsen tidak menanggung biaya transportasi karena pedagang pengumpul langsung mendatangi petani kelapa untuk membelinya.

Kegiatan di Tingkat Pedagang Pengumpul

Cara pembelian kelapa oleh pedagang pengumpul yaitu dengan cara mendatangi petani produsen. Kelapa dihitung dalam satuan butir dengan harga pada saat penelitian sebesar Rp. 3.000,00 per butir dan dibayar secara tunai.

Tabel 1. Rata-rata Biaya Pemasaran Kelapa di Tingkat Pedagang Pengumpul

No.	Jenis Biaya	Rp/Butir	Persentase
1.	Transportasi	400,00	84,21
2.	Bongkar Muat	25,00	5,26
3.	Penyimpanan	15,00	3,17
4.	Retribusi	35,00	7,36
Jumlah		475,00	100,00

Kegiatan di Tingkat Pedagang Besar

Cara pembelian kelapa yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu dengan membeli kelapa dari pedagang pengumpul dengan harga sebesar Rp. 4.000,00 per butir dan dibayarkan dengan cara tunai sesuai dengan volume pembeliannya.

Produksi kelapa dijual kembali ke konsumen akhir di Cirebon. Produk tersebut dijual dengan harga Rp. 4.500,00 per butir dan pembayaran secara tunai.

Tabel 2. Rata-rata Biaya Pemasaran Kelapa di Tingkat Pedagang Besar

No.	Jenis Biaya	Rp/Butir	Persentase
1.	Penyimpanan	75,00	37,5
2.	Bongkar Muat	25,00	12,5
3.	Transportasi	100,00	50,00
Jumlah		200,00	100,00

Analisis Biaya, Marjin dan Keuntungan Pemasaran antar Lembaga Pemasaran

Setiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang dapat menciptakan kegunaan, baik guna bentuk, guna waktu dan guna tempat sehingga pengaliran produk dari titik produksi sampai konsumen ternyata banyak perlakuan-perlakuan yang dilakukan oleh pedagang perantara agar produk sampai ke konsumen sesuai dengan keinginan.

Tabel 3. Rata-rata Biaya, Marjin Pemasaran, dan Farmer's Share Pemasaran Kelapa dari Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran.

No.	Lembaga Pemasaran	Satuan (Rp/Butir)	Fs
1.	Petani Harga Jual	3.000,00	66,67
2.	Pedagang Pengumpul Harga Beli Harga Jual Biaya Keuntungan Marjin	3.000,00 4.000,00 475,00 525,00 1.000,00	
3.	Pedagang Besar Harga Beli Harga Jual Biaya Keuntungan Marjin	4.000,00 4.500,00 200,00 300,00 500,00	
	Jumlah Biaya Keuntungan Marjin	675,00 825,00 1.500,00	

Farmer's Share

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

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

$$Fsi = \frac{3.000}{4.500} \times 100 \%$$

$$Fsi = 66,67 \%$$

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *farmer's share* kedua saluran adalah sebesar 66,67 persen, artinya harga yang diterima petani adalah sebesar 66,67 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Hanya terdapat satu saluran pemasaran kelapa dai Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran yaitu :
Petani – Pedagang Pengumpul Desa Karangkamiri – Pedagang Besar Cirebon – Konsumen Akhir Industri.
- 2) Marjin pemasaran kelapa di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 1.000,00 per butir, biayasebesarRp. 475,00 per butir dankeuntungansebesarRp. 525,00, per butir sedangkanmarjinpemasarankelapa di tingkat pedagang besaryaitu Rp. 500,00 per butir,biayasebesarRp. 200,00 per butir dankeuntungansebesarRp. 300,00 per butir.
- 3) *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani adalah 66,67 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.

Saran

Untuk menjaga harga di tingkat petani tetap stabil, disarankan kepada petani untuk menjaga kualitas dan kuantitas produksi agar dapat bersaing di pasang, dan untuk lembaga pemasaran, disarankan untuk mengefisiensikan biaya pemasaran khususnya biaya transportasi agar mampu menghasilkan keuntungan yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani dan Hartono, 2009. *Geografi SMA XI*. Penerbit Cempaka Putih. Jakarta.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Atmaja, U. Dan Hartoyo, T, 2005. *Optimalisasi Alokasi Lahan pada Sistem Penelolaan Usaha Wanatani (Kasus laboratorium Lapangan Wanatani Universitas Siliwangi)*. Kerjasama Universitas Siliwangi Tasikmalaya dan Balai Rehabilitasi Lahan dan Konservasi Tanah Cimanuk-Citanduy Ditjen RLPS Departemen kehutanan RI. Tasikmalaya.
- Balai Penyuluhan Pertanian Perikanan dan Kehutanan (BP3K) Kecamatan Cimaragas, 2015. *Laporan Tahunan*. Ciamis.
- Bappeda Kabupaten Ciamis 2013, *Data laporan Pendapatan Daerah*. Kabupaten Ciamis.
- Bisuk, P. 2009. *Analisis Tataniaga Dan Elastisitas Transmisi Harga CPO Internasional Terhadap Harga TBS (Tandan Buah Segar) Kelapa Sawit (Studi Kasus : Desa Mananti Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas)*. Skripsi USU. Medan. P. 76.
- Dinas Pertanian Kabupaten Ciamis, 2013. *Laporan Tahunan*. Kabupaten Ciamis.
- Elly Jumiati Dwidjono Hadi Darwanto, Slamet Hartono dan Masyuri. *Jurnal AGRIFOR Volume XII Nomor I. Analisis Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Kelapa Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*. Kalimantan Timur Maret, 2013.
- Elly Jumiati Dwidjono Hadi Darwanto, Slamet Hartono dan Masyuri. *Jurnal AGRIFOR Volume XII Nomor I. Analisis Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Kelapa di daerah Perbatasan Kalimantan Timur*. Kalimantan Timur Maret, 2013.
- Husinyah, 2005. *Sistem Tataniaga Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Tani*. Swadaya. Jakarta .
- Kartasapoetra, A.G 2008. *Klimatologi: Pengaruh Iklim terhadap Tanah dan Tanaman (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- . dan Armstrong. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Edisi Kedelapan. Penerbit Erlangga.
- . dan Keller, K. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- . dan Kevin, L. K. 2008. *Manajemen Pemasaran*. jilid 2 Edisi 12. PT. Indeks.
- Mantra, I. 2004. *Pengantar Studi Demografi*. Nur Cahaya. Jakarta.
- Ritonga. 2003. *Kependudukan dan Lingkungan Hidup Edisi Kedua*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Schmidthb dan Fergusen dalam Tjasyono. 2004. *Klimatologi*. ITB. Bandung.
- Soekartawi, 2002. *Prinsip dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan aplikasinya*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

ANALISIS SALURAN KELAPA

(Suatu Kasus di Desa Karangkamiri Kecamatan Langkaplancar
Kabupaten Pangandaran)

WADIN, SOETORO, TITO HARDIYANTO

- Soetriono, Suwandari dan Rijanto. 2006. Pengantar Ilmu Pertanian. Bayumedia. Malang.
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.
- Sukanto. 2008. Upaya meningkatkan Produksi Kelapa. Penerbit PT. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sumardi, Susilawati dan Sunarhadi, 2007. Geografi 2. Penerbit Pusat Perbukuan Depatemen Pendidikan Nasional. Jakarta.
- Swastha, B. DH. 2005. Asas-Asas Marketing , Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Wirosuharjo. 2004. Dasar-dasar demografi. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.