

EFISIENSI PEMASARAN KOPRA DI DESA PICUAN BARU KECAMATAN MOTOLING KABUPATEN MINAHASA SELATAN

*Marketing Efficiency of Copra in Picuan Baru Village, Motoling Sub District,
South Minahasa Regency*

Erwin Spancer Tendean, Benu Olfie L. S., dan Ellen G. Tangkere
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi

ABSTRACT

The objective of this research is to find out how the marketing channels and copra marketing efficiency in Picuan Baru Village based on the marketing margin and farmer's share. This research was conducted for 8 months in October 2019 until June 2020. This study uses primary and secondary data. Primary data was obtained by submitting a list of questions to 10 Farmers and 5 Collecting Traders in Picuan Baru Village, Motoling Sub District, South Minahasa Regency. Secondary data was obtained from related institutions and sources that have relevance in this study. Sampling uses a purposive sampling method and snow ball sampling is a sample taken intentionally and uses a technique to determine respondents in a chain. The research result showed that copra marketing channels formed in the marketing of Picuan Baru Village, Motoling Subdistrict, South Minahasa Regency, obtained that there were two forms of marketing channels and farmer's share value obtained from the analysis results, namely in marketing channel I of 90.77% and in marketing channel II at 92.64%. The marketing margin of marketing channel I was Rp. 649.5 / kg and marketing channel II was Rp. 500 / kg.

Keywords: *Copra, Marketing Channel, Marketing Efficiency*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia sebagai negara agraris, dengan dukungan kondisi alamnya menempatkan sektor pertanian sebagai salah satu sektor perekonomian nasional disamping sektor lainnya khususnya dibidang pertanian yang menjadi input bagi pertumbuhan ekonomi daerah. Produk pertanian umumnya memiliki berbagai manfaat bagi kehidupan manusia, produk pertanian juga merupakan sumber pendapatan utama bagi petani. Indonesia setidaknya memiliki lebih dari 60 (enam puluh) jenis tumbuhan penghasil minyak, salah satunya kelapa. Dilihat dari luas areal tanaman kelapa Indonesia di dunia, Indonesia berada di tingkat pertama dengan luas 3,8 juta hektar pada tahun 2005

atau 31,2% dari total areal dunia (11,9 juta hektar) (FAO dalam Jamaludin, 2009). Hasil pertanian seperti kelapa, memegang peranan penting bagi kehidupan sehari-hari manusia karena bagian tanaman dapat dimanfaatkan, seperti hasil kelapa kopra dapat dimanfaatkan sehingga dapat memberikan sumbangan besar bagi perekonomian rakyat dan negara (Soedijanto dan Sianipar, 1981). Buah kelapa dapat diolah menjadi kopra, yaitu daging buah kelapa (endosperm) yang sudah dikeringkan. Pengeringan dilakukan secara bertahap untuk mendapatkan kopra bermutu baik. Kopra dengan mutu terbaik dapat mencapai kadar minyak 63 – 64% (Anonim, 2009). Kabupaten Minahasa Selatan adalah salah satu kabupaten di provinsi Sulawesi Utara. Ibukota kabupaten minahasa selatan adalah Amurang, berjarak

sekitar 64 km dari Manado, ibukota Provinsi Sulawesi Utara. Produksi tanaman perkebunan di Minahasa Selatan terdiri dari kelapa, cengkih, pala, kakao, kopi, aren, dan casiavera. Produksi tanaman terbanyak di Kabupaten Minahasa Selatan adalah kelapa yang merupakan bahan baku komoditas kopra. Kabupaten Minahasa Selatan memiliki luas 46.120,64 Hektar yang merupakan Perkebunan Rakyat atau merupakan perkebunan yang diolah oleh rakyat untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan dapat dilihat bahwa produksi perkebunan kelapa mencapai 48.801,14 Ton (BPS Minahasa Selatan Dalam Angka 2018-2019, 2020). Desa Picuan Baru merupakan desa yang terletak di Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan. Desa yang terletak di daerah pegunungan ini mempunyai udara yang lembab, memiliki kondisi tanah yang gembur dengan sedikit tanah liat dan berbukit-bukit sehingga masyarakat lebih mengutamakan tanaman tahunan kelapa sebagai pendapatan utama masyarakat.

Untuk melaksanakan proses pemasaran kopra dari petani atau produsen Desa Picuan Baru ke konsumen akhir kadang-kadang memerlukan waktu. Hal ini menimbulkan resiko dan biaya pemasaran yang dikeluarkan tidak efisien. Untuk itu perlu pengkajian kembali secara komprehensif sistem pemasaran produk kopra yang paling efisien dilakukan, dapat memberikan kontribusi pendapatan yang proporsional bagi petani yang ada di Desa Picuan Baru Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan. Proses pemasaran kopra di Desa Picuan Baru Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan dari petani ke konsumen akhir ada lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya.

Rumusan Masalah

Bagaimana Saluran Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Kopra di Desa Picuan Baru dilihat dari Margin Pemasaran dan *Farmer's Share*?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis Saluran Pemasaran Kopra di Desa Picuan Baru.
2. Untuk mengetahui Efisiensi Pemasaran Kopra dilihat dari Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* di Desa Picuan Baru.

Manfaat Penelitian

Sebagai bahan informasi bagi petani kopra dalam memilih saluran pemasaran yang dapat lebih menguntungkan.

1. Sebagai bahan informasi bagi pemerintah dan para pengambil keputusan dalam mengembangkan pemasaran kopra.
2. Sebagai sarana bagi penulis untuk melatih kemampuan dalam menganalisa masalah berdasarkan data dan fakta yang tersedia yang disesuaikan dengan data dan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Picuan Baru, Kecamatan Motoling, Kabupaten Minahasa Selatan. Waktu penelitian dilakukan selama 8 bulan yaitu pada bulan Oktober 2019 sampai bulan Juni 2020 mulai dari persiapan sampai dengan penyusunan laporan penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan cara mengambil data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada petani dan pedagang pengumpul di Desa Picuan Baru Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi dan sumber terkait yang memiliki relevansi dalam penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) karena di Desa Picuan Baru 50% masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani. Data-data Desa diambil di instansi pemerintah Desa Picuan Baru yaitu sekretaris desa. Responden yang diambil adalah petani dan pedagang pengumpul kopra. Jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 10 petani kopra. Selanjutnya dilakukan pengambilan sampel lembaga pemasaran, pedagang pengumpul kopra sebanyak 5 pedagang yaitu 4 pedagang pengumpul Desa Motoling dan 1 pedagang pengumpul Desa Wangsa Kecamatan Motoling yang terkait dalam pemasaran kopra yang ditentukan menggunakan kuisioner dengan cara mewawancarai responden menggunakan metode bola salju (*snow ball sampling*) yaitu teknik menentukan responden secara berantai dengan meminta informasi pada orang yang telah diwawancarai atau dihubungi.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah :

1. Karakteristik Responden :
 - a. Umur
 - b. Tingkat Pendidikan
 - c. Lama Berusahatani
2. Karakteristik Usahatani Kopra yang meliputi :
 - a. Luas lahan (Ha)
 - b. Jumlah produksi kopra dalam satu kali panen (Kg/ha)
3. Harga Jual; harga penjualan kopra disetiap lembaga pemasaran (Rp/kg).
4. Volume Penjualan; jumlah kopra yang dijual disetiap lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam satuan Rp/kg.
5. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh lem-

baga-lembaga pemasaran dalam memasarkan kopra (Rp).

- a. Biaya pengemasan
- b. Biaya pengangkutan/transportasi
- c. Biaya tenaga kerja

Metode Analisis Data

Untuk menentukan saluran pemasaran pendekatan yang digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran adalah pendekatan langsung. Setelah diperoleh data primer, maka dapat diketahui bagaimana efisiensi pemasaran kopra dan besarnya efisiensi masing-masing saluran pemasaran di Desa Picuan Baru.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mengetahui efisiensi pemasaran kopra di Desa Picuan Baru adalah margin pemasaran dan *farmer's share*.

Saluran Pemasaran dan Lembaga Pemasaran

Analisis saluran pemasaran komoditas kopra diamati melalui beberapa lembaga pemasaran yang turut berkontribusi pada penyaluran atau transformasi hasil panen dari produsen ke konsumen akhir. Saluran pemasaran yang diteliti meliputi produsen, pedagang pengumpul dan konsumen. Banyaknya lembaga yang berkontribusi pada aktifitas pemasaran akan berpengaruh terhadap penerimaan pendapatan yang diterima oleh masing – masing lembaga tersebut.

Margin Pemasaran

Menurut Anindita (2017) secara sistematis margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

M_p = Margin Pemasaran

P_f = Harga ditingkat produsen

P_r = Harga ditingkat konsumen akhir

Keuntungan Pemasaran

$$K_{pn} = P_{sn} - P_{bn} - B_{pn}$$

Dimana :

- Kpn : Keuntungan lembaga pemasaran
- Psn : Harga jual kopra lembaga pemasaran
- Pbn : Harga beli kopra lembaga pemasaran
- Bpn : Biaya pemasaran kopra lembaga pemasaran

Farmer's Share

Diukur dengan membandingkan tingkat harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Untuk menghitung *farmer's share* digunakan perhitungan dengan rumus :

$$FS = \frac{HP}{HK} \times 100\%$$

Keterangan :

- FS = *Farmer's Share*
- HP = Harga jual kopra (Rp/Kg)
- HK = Harga beli konsumen (Rp/Kg)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Daerah Penelitian

Kedaaan Geografis Penelitian

Desa Picuan Baru merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Motoling. Kecamatan Motoling berada di kabupaten Minahasa Selatan Provinsi Sulawesi Utara, yang terdiri dari 7 desa dengan luas wilayah 52,35 Ha.

Batas-batas wilayah desa Picuan Baru adalah sebagai berikut :

- Utara : Berbatasan dengan desa Wangsa
- Timur : Berbatasan dengan perkebunan desa Wangsa
- Selatan : Berbatasan dengan desa Motoling
- Barat : Berbatasan dengan perkebunan desa Motoling

Jumlah Penduduk

Penduduk di Desa Picuan Baru berjumlah 1003 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki 500 jiwa dan jumlah penduduk perempuan 503 jiwa. Jumlah KK di Desa Picuan Baru yaitu 297 KK.

Mata Pencaharian

Pekerjaan Masyarakat Picuan Baru antara lain :Petani 50 %, PNS 30 %, Tukang Jahit 2 %, Pensiunan 10%, Tukang Kayu / Batu 2%, TNI 1%, POLRI 2%, Wiraswasta 2%, Lain-lain 1%. Mata pencarian terbesar penduduk yang ada di Desa Picuan Baru adalah Petani karena 50 % penduduknya adalah Petani.

Karakteristik Responden Petani

Umur Petani

Umur petani responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Jumlah Responden Petani menurut Tingkat Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	30-40	3	30
2	41-50	4	40
3	51-60	1	10
4	>60	2	20
	Jumlah	10	100

Sumber :*Data Primer yang Diolah, 2020*

Tingkat Pendidikan Petani

Berikut jumlah petani di Desa Picuan Baru Kecamatan Motoling menurut tingkat pendidikan yang terangkum pada tabel berikut.

Tabel 2. Jumlah Petani Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD	3	30
2	SMP	3	30
3	SMA	4	40
4	S1	-	-
	Jumlah	10	100

Sumber :Data Primer yang Diolah, 2020

Pengalaman Bertani

Pengalaman petani dalam berusahatani Kopra di Desa Picuan Baru dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Jumlah Responden Petani Kopra menurut Pengalaman Berusahatani

No	Lama Berusahatani	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	<10	-	-
2	11-15	2	20
3	>15	8	80
	Jumlah	10	100

Sumber :Data Primer yang Diolah, 2020

Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Kopra

Tingkat Umur

Faktor umur dan kondisi fisik pedagang berpengaruh pada aktivitas pemasaran kopra yang dijalankannya karena pada umumnya pedagang terlibat secara langsung baik selama proses pembelian maupun penjualan kopra sehingga dibutuhkan pembelian kopra dengan cara pedagang membeli secara langsung dan mengumpulkan, kemudian dijual ke konsumen.

Tabel 4. Jumlah Responden Pedagang Pengumpul menurut

Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
29-40	4	80
41-50	1	20
>50	-	-
Jumlah	5	100

Sumber :Data Primer yang Diolah, 2020

Tingkat Pendidikan

Komposisi tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Jumlah Responden Pedagang Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	%
SMP	1	20
SMA	1	20
D3	2	40
S1	1	20
Jumlah	5	100

Sumber :Data Primer yang Diolah, 2020

Pengalaman Berdagang

Pengalaman usaha membantu pedagang dalam mengamati dan memprediksi keadaan pasar sehingga pedagang dapat menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan.

Tabel 6. Jumlah dan Persentase Pengalaman Responden Pedagang Kopra

No	Lama Berdagang kopra (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	<10	4	80
2	11-15	1	20
3	>15	-	-
Jumlah		5	100

Sumber :Data Primer yang Diolah, 2020

Usahatani Kopra

Luas Lahan

Luas lahan untuk usahatani kopra di Desa Picuan Baru dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Luas Lahan Usahatani Kopra di Desa Picuan Baru

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah Petani	Persentase (%)
1	<1	5	50
2	1	3	30
3	1,5	2	20
	Jumlah	10	100

Sumber :Data Primer yang Diolah, 2020

Produksi

a. Jumlah Produksi

Volume produksi usahatani kopra dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 8. Jumlah Produksi Kopra

No	Jumlah Produksi (Kg)	Jumlah Petani	Persentase (%)
1	<35003	10	100
2	500-7000	-	
3	>7000	-	
	Jumlah	10	100

Sumber :Data Primer yang Diolah, 2020

b. Harga Jual

Harga merupakan cara untuk mengukur suatu barang atau jasa yang dinilai dengan uang guna memperoleh barang atau jasa tersebut. Harga ditingkat petani yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga yang berlaku pada bulan Oktober 2019-Juni 2020, yaitu sebesar Rp 6.000/kg–Rp. 7.000/kg.

Lembaga Pemasaran Kopra di Desa Picuan Baru

Berdasarkan penelitian didapati bahwa petani kopra di Desa Picuan Baru menggunakan jasa lembaga pemasaran untuk menyalurkan hasil produksi kopra hingga sampai ke tangan konsumen. Masing-masing lembaga pemasaran mempunyai peranan penting dalam memasarkan kopra.

1. Petani

Berdasarkan hasil penelitian, Petani Desa Picuan Baru yang diwawancarai adalah petani pemilik kebun yang mengolah sendiri hasil olahan kelapa atau kopra dengan mengeluarkan biaya produksi yaitu biaya pengemasan, pengangkutan dan tenaga kerja dan menjualnya ke pedagang pengumpul.

2. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan pedagang yang melakukan aktivitas membeli produk dari petani untuk dijual kepada konsumen. Berdasarkan penelitian, petani menjual kopra ke pedagang pengumpul yang bertetangga dengan Desa Picuan Baru yaitu: Desa Motoling dan Desa Wangi. Pedagang pengumpul di Desa Motoling dan Desa Wangi membeli kopra dari petani dengan cara petani mendatangi pedagang pengumpul, sehingga petani perlu mengeluarkan biaya transportasi.

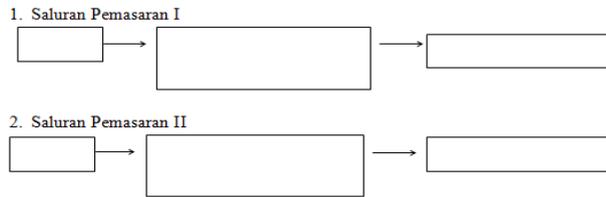
3. Konsumen

Konsumen merupakan orang yang membeli kopra dari pedagang pengumpul maupun lembaga pemasaran yang terlibat untuk dikonsumsi dalam hal ini konsumen adalah pabrik industri minyak kelapa yang ada di Desa Kapitu Kabupaten Minahasa Selatan.

Saluran Pemasaran Kopra di Desa Picuan Baru

Saluran pemasaran kopra dapat diketahui dengan cara mengikuti arus pemasaran kopra mulai dari petani produsen sampai

kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, menunjukkan ada 2 saluran pemasaran kopra di Desa Picuan Baru yaitu:



Gambar 1. Saluran Pemasaran

Margin Pemasaran dan *Farmer's Share*

Berdasarkan hasil penelitian diketahui ada dua saluran pemasaran kopra yang terjadi di Desa Picuan Baru. Dengan adanya lembaga pemasaran yang terlibat pada setiap saluran pemasaran menyebabkan margin pemasaran yang berbeda.

Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* pada Saluran Pemasaran I

Rata-rata biaya, keuntungan, margin pemasaran dan *farmer's share* pada saluran pemasaran I dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Komponen Biaya, Keuntungan, Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* Kopra Pada Saluran Pemasaran I dari Pusat Produksi Desa Picuan Baru ke Pedagang Pengumpul di Desa Motoling Kecamatan Motoling

Komponen Biaya	Rata-rata Harga (Rp/kg)	Share (%)
Harga jual Petani Kopra/ Harga Beli Pedagang Pengumpul Desa Motoling	6.388	90,77
Biaya Pemasaran:		
1. Biaya pengemasan	66,66	0,95
2. Biaya pengangkutan	69,84	0,99
3. Biaya tenaga kerja	53,96	0,77
Biaya total	190,46	2,71
Keuntungan	459,04	6,52
Margin	649,5	9,22
Harga beli konsumen akhir	7.037,5	100

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Dari Tabel 9 menunjukkan bahwa bagian yang diterima petani adalah 90,77%. Rata-rata biaya pemasaran pada Saluran Pemasaran I yaitu Rp.190,46/Kg dengan perincian biaya antara lain pengemasan, pengangkutan, dan tenaga kerja. Keuntungan pemasaran sebesar Rp.459,04/Kg, sedangkan margin pemasaran sebesar Rp.649,5/Kg. Pada saluran pemasaran ini petani menjual kopra ke pedagang pengumpul yang ada di Desa Motoling Kecamatan Motoling.

Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* pada Saluran Pemasaran II

Rata-rata biaya, keuntungan, margin pemasaran dan *farmer's share* pada saluran pemasaran II dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 10. Komponen Biaya, Keuntungan, Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* Kopra Pada Saluran Pemasaran II dari Pusat Produksi Desa Picuan Baru ke Pedagang Pengumpul di Desa Wanga Kecamatan Motoling

Komponen Biaya	Rata-rata Harga (Rp/kg)	Share (%)
Harga jual Petani Kopra/ Harga Beli Pedagang Pengumpul	6.300	92,64
Biaya Pemasaran:		
1. Biaya pengemasan	50,40	0,74
2. Biaya pengangkutan	40,00	0,59
3. Biaya tenaga kerja	60,00	0,88
Biaya total	150,40	2,21
Keuntungan	349,60	5,14
Margin	50,00	7,35
Harga beli konsumen akhir	6.800	100

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Dari Tabel 10 menunjukkan bahwa bagian yang diterima petani adalah 92,64%. Rata-rata biaya pemasaran pada Saluran Pemasaran II yaitu Rp.150,40/Kg dengan perincian biaya antara lain pengemasan, pengangkutan, dan tenaga kerja. Keuntungan pemasaran sebesar Rp.349,6/Kg, sedangkan margin pemasaran

sebesar Rp.500/Kg. Pada saluran pemasaran ini petani menjual kopra ke pedagang pengumpul yang ada di Desa Wangi Kecamatan Motoling.

Farmer’s Share

Farmer’s share merupakan perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Menurut Widiyanti (2008), besarnya *farmer’s share* akan mempengaruhi nilai margin pemasaran dan semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran maka akan mempengaruhi *farmer’s share* pada setiap saluran pemasaran yang terbentuk dari kegiatan pemasaran kopra, dapat dilihat dari dari Tabel 11.

Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai *farmer’s share* tertinggi berada pada Saluran Pemasaran II yaitu sebesar 92,64 %. Sedangkan *farmer’s share* terendah berada pada Saluran Pemasaran I sebesar 90,77 %.

Tabel 11. *Farmer’s Share* pada Saluran Pemasaran Kopra dari Desa Picuan Baru Kecamatan Motoling

Saluran Pemasaran	Harga Rata-rata di Tingkat Petani	Harga Rata-rata di Tingkat Konsumen	<i>Farmer’s Share</i> (%)
Saluran I	6.388	7.037,5	90,77
Saluran II	6.300	6.800	92,64

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai *farmer’s share* tertinggi berada pada Saluran Pemasaran II yaitu sebesar 92,64 %. Sedangkan *farmer’s share* terendah berada pada Saluran Pemasaran I sebesar 90,77 %.

Tabel 12. Total Margin Pemasaran pada Saluran Pemasaran Kopra di Desa Picuan Baru Kecamatan Motoling

Saluran Pemasaran	Margin Pemasaran Total
Saluran I	9,22
Saluran II	7,35

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Tabel 12 menunjukkan bahwa Total Margin Pemasaran terbesar berada pada Saluran Pemasaran I yaitu sebesar 9,22 %. Sedangkan Total Margin Terendah berada pada Saluran Pemasaran II yaitu sebesar 7,35 %.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Saluran pemasaran kopra yang terbentuk pada pemasaran Desa Picuan Baru Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan diperoleh ada dua bentuk saluran pemasaran.
2. Berdasarkan hasil penelitian efisiensi pemasaran kopra di Desa Picuan Baru Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan. Nilai *Farmer’s share* yang diperoleh dari hasil analisis yaitu pada Saluran Pemasaran I sebesar 90,77 % dan pada Saluran Pemasaran II sebesar 92,64 %. Pada nilai margin pemasaran diperoleh hasil Saluran Pemasaran I sebesar Rp. 649,5/Kg dan Saluran Pemasaran II sebesar Rp. 500/Kg. Apabila dilihat berdasarkan efisiensi, kedua saluran pemasaran termasuk dalam kategori yang efisien, namun saluran pemasaran yang paling efisien yaitu Saluran Pemasaran II karena nilai *Farmer’s Share* yang lebih tinggi dan nilai margin pemasaran yang lebih rendah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dari kedua saluran pemasaran Kopra di Desa Picuan Baru disarankan:

1. Untuk pengembangan kopra di Desa Picuan Baru Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan yaitu petani sebaiknya masuk ke dalam saluran pemasaran II, karena memiliki nilai *share* yang paling tinggi dan nilai margin yang rendah sehingga dapat dikatakan lebih efisien. Hal ini lebih menguntungkan bagi petani.
2. Petani untuk mencari informasi lebih tentang harga beli pedagang pengumpul dan konsumen kopra, karena harga beli pedagang pengumpul sering dipermainkan agar mendapat untung yang lebih pada saat penjualan ke konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita R., 2017. Pemasaran Produk Pertanian. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Anonim. 2009. *Pengolahan Kopra*. http://lemakminyak.blogspot.com/pengolahan_kopra/. Diakses pada 24/09/2019.
- Badan Pusat Statistik, “Minahasa Selatan Dalam Angka 2018-2019”, 2020.
- Jamaludin. 2009. Pembuatan Biodiesel dari Kopra Menggunakan Metode Transesterifikasi In Situ pada Berbagai Lama Reaksi Transesterifikasi. Laporan Tugas Akhir. Jurusan Teknologi Pertanian Politeknik Negeri Pontianak.
- Sudiyono A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang.