

**ANALISIS PEMASARAN KOPRA DI DESA JIKO  
KECAMATAN MOTONGKAD KABUPATEN  
BOLAANG MONGONDOW TIMUR**

*Analysis Of Copra Marketing In Jiko Village, Motongkad Sub-District,  
East Bolaang Mongondow District*

**Grassela Noviti Puasa, Grace A.J. Rumagit, dan Martha M. Sendow  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze marketing channels, analyze marketing margins, and analyze farmer's share in each copra marketing channel in Jiko Village. Data collection using purposive sampling method, namely the determination of respondents intentionally for a sample of farmers who want to be interviewed, in this study the sample taken was 15 respondents, consisting of a sample of farmers 10 respondents, a sample of village intermediary traders 3 respondents, and sub-district intermediary traders 2 respondents using the snowball sampling method. The results of this study show that the copra marketing channel in Jiko Village, Motongkad District, East Bolaang Mongondow Regency has 2 marketing channels. It can be concluded that marketing channel 1 consists of: farmers - intermediary traders - factories. And marketing costs are transportation costs, packaging, labor, and retribution with a total cost of Rp.823.2 Marketing channel 2 consists of farmers - district intermediaries - factories. And marketing costs are transportation costs, packaging, labor, and retribution, with an overall total cost of Rp.1,449.8 copra marketing efficiency can be seen from the marketing margins of channels I and II of Rp.3000. for farmer share channel I with II Rp.62.5 with a percentage of 50% in each channel. And we can see these two channels are very efficient because for village traders and kecamatan traders have the same purchase price and selling price in each channel.*

*Keywords: copra marketing analysis; jiko village*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, menganalisis margin pemasaran, dan menganalisis farmer's share disetiap saluran pemasaran kopra di Desa Jiko. Pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penentuan responden secara sengaja untuk sampel petani yang ingin diwawancarai, dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 15 responden, terdiri atas sampel petani 10 responden, sampel pedagang pengumpul desa 3 responden, dan pedagang pengumpul kecamatan 2 responden dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan saluran pemasaran kopra di Desa Jiko Kecamatan Motongkad Kabupaten Bolaang Mongondow Timur memiliki 2 saluran pemasaran. Maka dapat disimpulkan Saluran pemasaran 1 terdiri atas: petani – pedagang pengumpul – pabrik. Dan biaya pemasaran yaitu ada biaya transportasi, pengemasan, tenaga kerja, dan retribusi dengan keseluruhan total biaya sebesar Rp.823,2 Saluran pemasaran 2 terdiri atas petani – pedagang pengumpul kecamatan–pabrik. Dan biaya pemasaran yaitu ada biaya transportasi, pengemasan, tenaga kerja, dan retribusi, dengan keseluruhan total biaya sebesar Rp.1.449,8 efisiensi pemasaran kopra dapat dilihat dari margin pemasaran saluran I dan II sebesar Rp.3000. untuk *farmer share* saluran 1 dengan II Rp.62,5 dengan pre-

sentase 50% pada setiap saluran. Dan dapat kita lihat kedua saluran ini sangat efisien karena untuk pedagang desa dan pedagang kecamatan memiliki harga beli dan harga jual yang sama pada setiap saluran.

Kata kunci: analisis pemasaran kopra; desa jiko

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara agraris yang kehidupan perekonomiannya tidak bisa lepas dari sektor pertanian. Hal ini karena sektor pertanian, masih tetap memegang peranan penting yakni sebagai penyediaan bahan pangan bagi seluruh masyarakat, serta menopang pertumbuhan industri dalam hal penyediaan bahan baku industri. Subsektor perkebunan, merupakan bagian dari sektor pertanian yang memberikan kontribusi besar dalam perekonomian.

Tanaman perkebunan mempunyai peranan yang besar terutama dalam memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat yang menumpang hidup dalam sektor industri yang mengolah bahan mentah menjadi bahan setengah jadi dan barang jadi yaitu beberapa hasil perkebunan masyarakat seperti sawit, karet, pala, kopi, coklat dan kelapa. Salah satu perkebunan yang banyak kita temui di sekeliling masyarakat yaitu tanaman kelapa (*Cocos nucifera L*) merupakan komoditas strategis yang memiliki peran sosial, budaya, dan ekonomi dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Juga dapat digunakan untuk keperluan pangan atau non pangan. Setiap dari bagian tanaman kelapa bisa berperan penting untuk di manfaatkan manusia, sehingga pohon kelapa di anggap sebagai tanaman serba-guna dan dijuluki sebagai *tree for life* (pohon kehidupan), karenanya tanaman kelapa mempunyai nilai ekonomi tinggi (Jumiati, dkk, 2013).

Kelapa pada tingkat petani dimanfaatkan dalam bentuk produk primer berupa kelapa bu-

tiran. Potensi kelapa banyak yang belum dimanfaatkan karena mempunyai beberapa kendala terutama kendala dari segi teknologi, permodalan dan daya serap pasar yang belum merata. Buah kelapa juga memiliki manfaat yaitu daging kelapa dapat di jadikan kopra, minyak dan santan untuk keperluan rumah tangga, sedangkan hasil sampingnya seperti tempurung kelapa yang akan dijadikan sebagai arang. Kopra mempunyai nilai ekonomis sehingga mampu membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat, ternyata masyarakat yang berusahatani kopra masih menggunakan cara lama mulai dari pembelahan kelapa hingga pengeringan yang memakan waktu 4 hari untuk mencapai hasil yang bagus sampai menjadi kopra.

Provinsi Sulawesi Utara merupakan daerah yang dikenal sebagai daerah nyiur melambai dengan penghasil kelapa terbesar ke dua di Indonesia setelah Provinsi Riau. Kelapa menjadi tanaman perkebunan yang mudah ditemui, luas tanaman kelapa pada tahun 2021 mencapai 265.548,00 Ha dengan jumlah produksi kelapa sebesar 265.103,37 ton, kelapa dipasarkan bukan hanya antar daerah tetapi juga sampai keluar negeri (BPS Sulut, 2021).

Kabupaten Bolaang Mongondow Timur adalah sebuah Kabupaten di Provinsi Sulawesi utara, dengan pusat pemerintah berlokasi di Tutuyan. Kabupaten ini dibentuk berdasarkan undang-undang nomor 29 tahun 2008 yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Bolaang Mongondow. Peresmian dilakukan oleh menteri dalam negeri, Mardiyanto di Manado pada hari selasa, 30 september 2008. Berdirinya Kabupaten Bolaang Mongondow Timur mengharuskan kabupaten ini untuk bisa berkembang dengan

baik melalui usaha pertanian khususnya kelapa, dari data BPS Bolaang Monggondow Timur, terlihat 4 produksi tanaman perkebunan yang dihasilkan (kelapa, cengkeh, pala, kopi). Pro-

duksi tanaman perkebunan kelapa pada tahun 2020 yaitu 9241.57 ton dengan luas lahan 9339.81 ha.

Tabel 1 Produksi Tanaman Perkebunan di Kabupaten Bolaang Monggondow Timur

Uraian	Luas panen (ha)	Hasil Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
Kelapa	9.339,81	9.241,57	0,989
Cengkeh	5.022,09	128,19	0,026
Pala	1.803,40	14,92	0,008
Kopi	2.391,59	89,64	0,037

Sumber: Bolaang Monggondow Timur dalam angka, 2021

Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha pertanian karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa pemasaran yang baik dan efisien. Secara umum, pemasaran dapat diartikan sebagai segala kegiatan yang dilakukan oleh berbagai perantara dengan berbagai macam cara untuk menyampaikan hasil produksi.

Pemasaran kopra dipasarkan dalam bentuk primer, atau belum diolah berkelanjutan, penggunaan hasil pertanian tanpa olahan tersebut pun dipusatkan untuk pangan semata atau masih dalam bentuk kopra (Nurdwitami, 2019).

Peneliti melihat bahwa permasalahan yang terjadi dalam Pemasaran kopra di Desa Jiko yaitu mengenai besarnya biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan kopra. Biaya yang dikeluarkan oleh petani yaitu biaya dalam menyewa angkutan darat berupa mobil dan motor atau angkutan laut berupa perahu, Adapun resiko yang harus di tanggung oleh petani karena jarak yang sangat jauh dari kebun ke Desa sehingga penerimaan harga petani jauh lebih rendah dibandingkan pedagang pengumpul desa, Dalam memasarkan kopra petani di Desa Jiko sangat bergantung pada peran lembaga pemasaran untuk menjual hasil produksinya karena dalam memasarkan kopra petani mem-

iliki hambatan modal dan transportasi, sehingga petani sangat bergantung dan bekerjasama dengan lembaga pemasaran.

pemasaran kopra masih sampai dengan pedagang sementara, para petani tersebut tidak memasarkan usaha taninya langsung ke pabrik yang dapat mengolah kopra lebih lanjut. Selain permasalahan pemasaran, jarak petani dengan pabrik pengolah relative jauh, mengakibatkan keterlibatan pedagang perantara dalam proses pemasaran kopra petani, dan pada umumnya struktur pasar menempatkan petani berada pada posisi penerima harga. fluktuasi harga kopra juga merupakan salah satu kendala pemasaran akibat belum efisiennya pemasaran. Pada waktu tertentu harga melonjak tinggi kemudian turun secara drastic sementara para petani tidak siap mengantisipasinya,

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana menganalisis saluran pemasaran yang ada di desa Jiko, karena tanpa adanya saluran pemasaran pedagang akan kesulitan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkannya, begitu pun dengan produsen akan kesulitan untuk menyampaikan produknya kepada konsumen atau pedagang, saluran pemasaran juga berkaitan dengan margin pemasaran yaitu untuk melihat selisih antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen atau pedagang akhir di Desa Jiko Kecamatan Mo-

tongkad Kabupaten Bolaang Mongondow Timur.

### **Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk menganalisis saluran pemasaran kopra yang ada di Desa Jiko.
- 2) Untuk menganalisis margin pemasaran di Desa Jiko.
- 3) Menganalisis farmer's share disetiap saluran pemasaran kopra di Desa Jiko.

### **Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini adalah :

- 1) Bagi mahasiswa yang melakukan penelitian berguna untuk memberikan informasi, kepada mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian yang sama tentang analisis pemasaran kopra.
- 2) Bagi petani yaitu memberikan informasi yang objektif tentang bagaimana meningkatkan keuntungan melalui usaha kopra.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan yaitu dari bulan Mei 2023 sampai Juli 2023, dimulai dari persiapan sampai dengan penyusunan laporan penelitian. Tempat penelitian di Desa Jiko Kecamatan Motongkad Kabupaten Bolaang Mongondow Timur.

### **Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dimana data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh dari petani kelapa dan lembaga pemasaran yang berperan aktif dalam mekanisme pemasaran kopra dengan cara melakukan wawancara langsung dengan responden menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari instansi yang

terkait, buku-buku kepustakaan, jurnal-jurnal, internet serta yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua petani yang berusaha tani kelapa yang mengolah menjadi kopra di Desa Jiko dengan jumlah populasi 50 orang. Pengambilan sampel petani menggunakan metode *Purposive Sampling* yaitu penentuan responden secara sengaja. Responden petani dipilih atau ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa petani bersedia diwawancarai. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 10 responden petani yang memiliki luas lahan sendiri, kemudian dilakukan penelusuran terhadap lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran kopra menggunakan metode *snowball sampling*, sebanyak lima orang. Pedagang pengumpul Desa tiga orang yang memasarkan kopranya langsung ke pabrik dan pedagang pengumpul Kecamatan sebanyak dua orang yang juga memasarkan kopranya langsung ke pabrik, Maka total sampel dalam penelitian ini sebanyak 15 orang.

### **Konsep Pengukuran Variabel**

Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Umur yaitu usia yang dihitung sampai pada saat penelitian dilaksanakan.
- 2) Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan yang diikuti atau dilalui.
- 3) Jumlah tanggungan keluarga adalah semua anggota keluarga yang terlibat dalam produksi baik di dalam rumah maupun di luar rumah tetapi kehidupannya dibiayai oleh pemilik.
- 4) Lama berusahatani adalah pengalaman pemilik dalam melakukan kegiatan bertani (Tahun)
- 5) Luas lahan adalah lahan yang dimiliki petani itu sendiri (Ha)

- 6) Produksi adalah kualitas hasil usaha kelapa menjadi kopra yang diproduksi (Kg/Ha).
- 7) Harga di tingkat petani yaitu penerimaan harga petani kopra dari lembaga pemasaran (Rp/Kg)
- 8) Harga di tingkat pedagang pengumpul yaitu harga yang diterima dari pedagang pengumpul dari hasil penjualan konsumen (Rp/Kg)
- 9) Biaya pemasaran dalam memasarkan kopra
  - a. Biaya pengepakan / pengemasan (Rp/Kg)
  - b. Biaya pengangkutan / transportasi (Rp/Kg)
  - c. Biaya retribusi (Rp/Kg)

#### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian di desa jiko Kecamatan Motongkad Kabupaten Bolaang Mongondow Timur adalah:

- 1) Mengetahui saluran pemasaran kopra digunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis saluran pemasaran kopra yang terlibat dalam pemasaran kopra dari produsen ke lembaga pemasaran. dan disajikan dalam bentuk tabel.
- 2) Margin pemasaran

Analisis margin pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Dimana :

$M_p$  = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

$P_r$  = Harga jual ditingkat pedagang /pengencer (Rp/Kg)

$P_f$  = Harga jual ditingkat petani

Analisis biaya menggunakan rumus sebagai berikut :

$$M_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} \dots B_{pn}$$

Dimana :

$M_p$  = Margin pemasaran

$B_p$  = Biaya pemasaran

1, 2, 3..n= Lembaga pemasaran

Analisis keuntungan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$P = M - C$$

Dimana :

$P$  = Keuntungan margin (Rp/Kg)

$M$  = Harga ditingkat pedagang (Rp/Kg)

$C$  = Biaya pemasaran (Rp/Kg)

1. *Farmer share* dihitung dengan menggunakan rumus Sarma (1995) dalam Kaparang (2015).

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

Dimana :

$F_s$  = Bagian yang diterima petani

$P_f$  = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

$P_r$  = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Wilayah Penelitian

#### 1 Deskripsi daerah penelitian

Letak desa Jiko disebelah barat Ibukota Kabupaten dengan luas wilayah 350 Ha pada ketinggian  $\pm 0.5$  M diatas permukaan laut (dpl). Suhu rata-rata harian berkisar antara 20 °C sampai dengan 30 °C. curah hujan rata-rata 15 mm/th dengan jumlah bulan hujan 1.5 bulan pertahun. Luas wilayah Desa Jiko 350 hektar (Ha) yang terbagi untuk berbagai peruntukan antara lain fasilitas umum, pemukiman, pertanian, serta perkebunan. (Profil Desa, 2021)

#### 2 Marjin pemasaran saluran I

Tabel 2 Marjin pemasaran kopra saluran pemasaran I di Desa Jiko

No	Komponen Biaya	Harga (Rp/Kg)	Presentase (%)
1	Harga jual petani	5.000	62,5
2	Pedagang pengumpul Desa		
	Trasnportasi	220	2,75
	Pengemasan	370	4,25
	Tenaga kerja	86,6	1,5
	Retribusi	146,6	1,25
	Total biaya pemasaran	823,2	10,29
	Keuntungan pemasaran	2.176,8	27,21
	Marjin pemasaran	3.000	37,5
	Harga jual ke pabrik	8.000	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 2 Saluran pemasaran I menunjukkan bahwa harga kopra yang dijual petani pada saluran pemasaran ini sebesar Rp.5.000 perkilogram (62,5 persen). Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul Desa untuk memasarkan kopra hingga ke pabrik meliputi: biaya transportasi, pengemasan, tenaga kerja dan retribusi. Biaya transportasi Rp.220 perkilogram (2,75 persen), biaya pengemasan Rp.370 perkilogram (4,25 persen), biaya tenaga kerja Rp.86,6 (1,25) dan biaya retribusi yang dikeluarkan oleh pedagang

pengumpul desa yaitu Rp.146,6 (1,25 persen). Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa seluruhnya sebesar Rp.823,2 perkilogram (10,29 persen), keuntungan pemasaran pengumpul desa seluruhnya yaitu Rp.2.176,8 perkilogram (27,21 persen), dan marjin pemasaran untuk saluran I yaitu sebesar Rp.3000 dengan persentase (37,5 persen).

### 3 Margin pemasaran saluran II

Tabel 3 Marjin pemasaran kopra saluran pemasaran II di Desa Jiko

No	Komponen Biaya	Harga (Rp/Kg)	Presentase (%)
1	Harga jual petani	5.000	62,5
2	Pedagang pengumpul kecamatan		
	Trasnportasi	516,6	6,75
	Pengemasan	466,6	5,25
	Tenaga kerja	200	2,5
	Retribusi	266,6	3,25
	Total biaya pemasaran	1.449,8	18,25
	Keuntungan pemasaran	1.550,2	19,75
	Marjin pemasaran	3.000	37,5
	Harga jual ke pabrik	8.000	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 3 saluran pemasaran II menunjukkan bahwa harga kopra yang dijual petani pada saluran pemasaran ini sebesar Rp.5000 perkilogram (62,5 persen). Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul Kecamatan untuk memasarkan kopra hingga ke pabrik meliputi: biaya transportasi, pengemasan, tenaga kerja dan retribusi. Biaya transportasi Rp.516,6 perkilogram (6,75 persen), biaya pengemasan Rp.466,6 perkilogram (5,25 persen), biaya tenaga kerja Rp.200 (2,5) dan biaya retribusi yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul kecamatan yaitu Rp.266,6 (3,25 persen). Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa seluruhnya sebesar Rp.1.449,8 perkilogram (18,25 persen) keuntungan pemasaran pengumpul Kecamatan seluruhnya yaitu Rp.1.550,2 perkilogram (19,75 persen). dan margin pemasaran untuk saluran II

yaitu sebesar Rp.3000 dengan pesentase (37,5 Persen).

#### 4 Farmer share

*Farmer Share* merupakan presentase jumlah harga yang diterima petani dibahagi dengan harga yang terbentuk pada pabrik dan dikali dengan 100. *Farmer share* merupakan salah satu indikator untuk menghitung efisiensi pemasaran, karena jika semakin tinggi presentase yang didapatkan dari perhitungan maka semakin efisien pemasaran yang dilakukan, sebaliknya jika semakin rendah presentase *Farmer Share* yang diterima petani, maka semakin kurang efisien kegiatan pemasaran. *Farmer Share* yaitu bagian yang diterima petani pada saluran pemasaran kopra di Desa Jiko dapat dilihat pada tabel dibawah berikut.

Tabel 4 Farmer share pemasaran kopra di Desa Jiko

No	Saluran Pemasaran	Harga ditingkat petani (Rp/Kg)	Harga ditingkat pabrik (Rp/kg)	Farmer share (%)
1	Saluran I	5.000	8.000	62,5
2	Saluran II	5.000	8.000	62,5

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4 menunjukkan *farmer share* atau bagian harga yang diperoleh petani pada pemasaran kopra saluran I sebesar 62,5 persen, dan saluran II sebesar 62,5 persen. *Farmer share* yang diterima petani pada saluran I sama dengan saluran II, karena harga di pengumpul desa dan kecamatan sama.

- 1) Saluran pemasaran I: petani– pengumpul desa – pabrik)
  - 2) Saluran pemasaran II: petani– pengumpul kecamatan – pabrik)
- 2 Margin pemasaran kopra dan *farmer share* dari kedua saluran pemasaran relatif sama, margin keuntungan saluran pemasaran I lebih tinggi dari pada saluran pemasaran II.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

- 1 Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran kopra di Desa Jiko terdiri dari dua saluran pemasaran, yaitu:

### Saran

Saran yang dapat disampaikan adalah petani kopra harus lebih aktif mencari peluang pasar dengan cara menjalin kemitraan dengan berbagai lembaga pemasaran sehingga dapat dipilih saluran pemasaran yang lebih menguntungkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS (Badan Pusat Statistik). 2021. Provinsi Sulawesi Utara Dalam Angka 2021.
- Jumiati, Darvanto, Hartono, Masyhuri. 2013. Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Kelapa dalam di Daerah Perbatasan Katimur. Jurnal Agrifor Volume 12 No. 1.
- Kaparang R, 2015. Margin Pemasaran Bawang Merah Di Desa Tonsewer Kecamatan Tompasso. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Unsrat, Manado
- Nurdwitami. A., Ridah, 2019. Strategi pemasaran usaha kopra di Desa Tugondeng Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba. Program studi pendidikan ekonomi fakultas ekonomi Universitas Negeri Makassar