

ANALISIS DISTRIBUSI PEMASARAN KOPRA DI DESA LAKATAN KECAMATAN GALANG KABUPATEN TOLITOLI

Distribution Analysis of Copra Marketing in Lakatan Village Galang Sub-District Tolitoli District

Rahma Sri Wulandari¹), Yulianti Kalaba²), Muh Fahrudin Nurdini²)

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako, Palu

²Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako, Palu.

Email: sriwulandari13w@gmail.com, yuliantigani610@gmail.com, muh.fahrudin31@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the marketing distribution channels of copra in Lakatan Village, Galang Sub-District, Tolitoli District. The problem in Lakatan Village is that it has two marketing distribution channels where copra traders do not make a profit in the sales process of copra production in selling it. The analytical method used in this research was descriptive analysis, namely marketing margin and marketing efficiency. The results of the marketing analysis show that the marketing distribution channels for copra in Lakatan Village are through two marketing distribution channels, they are:

- a. Producer → Wholesaler → Consumer (Exporter)
- b. Producer → Small Trader → Consumer (PT. Atsiri Factory)

The conclusion from the research results is the results of the analysis of copra marketing margin obtained in the first channel, namely IDR 2,000/kg. in the other side, the second channel is IDR. 800/kg. The share of price obtained by producers from selling copra in the first channel is 84.00%, while in the second channel is 93.00%. Copra selling efficiency in the first channel obtain a result of 0.11% and the second channel obtain result of 0.09%.

Keywords: Descriptive Analysis, Marketing Distribution Analysis, Copra Business.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran distribusi pemasaran kopra di Desa Lakatan, Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli. Permasalahan yang ada di Desa Lakatan adalah memiliki dua saluran distribusi pemasaran yang dimana pedagang kopra kurang mendapatkan keuntungan dalam melakukan proses penjualan produksi kopra dalam memasarkannya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Hasil analisis pemasaran menunjukkan bahwa saluran distribusi pemasaran kopra di Desa Lakatan melalui dua saluran distribusi pemasaran yaitu :

- a) Produsen → Pedagang Besar → Konsumen (Ekportir)
- b) Produsen → Pedagang Kecil → Konsumen (Pabrik PT. Atsiri)

Kesimpulan dari hasil penelitian yaitu hasil analisis margin pemasaran kopra yang diperoleh pada saluran pertama yaitu sebesar Rp 2.000/kg. sedangkan pada saluran kedua yaitu sebesar Rp. 800/kg. Bagian harga yang diperoleh produsen dari pemasaran kopra pada saluran pertama yaitu sebesar 84,00%, sedangkan pada saluran kedua yaitu sebesar 93,00%. Efisiensi pemasaran kopra pada saluran pertama diperoleh hasil sebesar 0,11% dan saluran kedua diperoleh hasil sebesar 0.09%.

Kata Kunci : Analisis Deskriptif, Analisis Distribusi Pemasaran, Usaha Kopra.

PENDAHULUAN

Kopra merupakan salah satu hasil produk olahan kelapa yang banyak diusahakan oleh masyarakat Sulawesi Tengah. Komoditas ini telah memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap peningkatan perekonomian. Selain menjadi sumber devisa, juga merupakan komoditas unggulan yang sangat menjanjikan serta menjadi tumpuan harapan masa depan bagi sebagian masyarakat di Sulawesi Tengah (Gafur, 2017).Kopra menjadi sumber bahan utama dalam membuat minyak kopra. Tingginya permintaan pasar dunia membuat minyak kopra menjadi salah satu komoditas ekspor yang digemari importir. Secara umum kopra digunakan sebagai bahan utama pembuatan minyak kopra dengan kualitas minyak yang ditentukan oleh kandungan lemak dan produk akhir yang dihasilkan (Lawalata & Imimpia, 2020; Muhammad, 2019). Tanaman kelapa merupakan tanaman yang dapat tumbuh di semua daerah di Indonesia. Tanaman ini mempunyai akar serabut, batang tunggal, buah menggerombol, dan daun berbentuk memanjang bertulang sejajar (Agustian, Priyatno, Supadi dan Askin, 2003; wahyuni, 2007).

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). Indonesia merupakan produsen kelapa terbesar di dunia dengan luas tanaman kelapa sekitar 3,8 juta ha dan produksi sekitar 16,498 miliar butir kelapa (3,3 juta ton setara kopra) (Pohan, 2016). Saluran distribusi merupakan suatu jalur yang harus dilalui oleh arus barang dari produsen keagen atau pedagang besar terhadap pemakai, dalam hal ini konsumen (Raharja & Arifianti, 2013). Saluran distribusi merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran. Kopra memiliki nilai

ekonomi penting bagi masyarakat tani di Indonesia.

Tabel 1. Produksi dan Persentase Kopra di Provinsi Sulawesi Tengah Menurut Kabupaten/Kota, 2022.

No	Kabupaten/Kota	Produksi (Ton)	Persentase (%)
1	Banggai kepulauan	9.582,90	4,94
2	Banggai	48.431,00	24,98
3	Morowali	1.337,00	0,69
4	Poso	3.957,00	2,04
5	Donggala	28.460,57	14,68
6	Toli-Toli	10.488,56	5,41
7	Buol	10.362,00	5,34
8	Parigi Moutong	36.759,62	18,96
9	Tojo Una-Una	35.435,70	18,28
10	Sigi	3.525,00	1,82
11	Banggai Laut	4.935,99	2,55
12	Morowali Utara	416,36	0,21
13	Palu	193,3	0,10
Jumlah		193.885,00	100
Rata-rata		14.914,23	-

Sumber : Data Badan Pusat Statistik Kabupaten 2023.

Tabel 1. Menunjukkan produksi dan persentase kopra pada tahun 2022, menurut Kabupaten/Kota Toli-toli merupakan salah satu sentra produksi kopra yang ada Sulawesi tengah dengan produksi sebesar 10.488,56 ton dengan persentase 5,41 %. Dan produksi kopra di kabupaten Toli-toli merupakan salah satu daerah yang cukup besar diantara beberapa kabupaten lainnya. Kabupaten toli-toli terdiri dari 10 Kecamatan yang menghasilkan produksi kopra salah satu diantaranya adalah di Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli. Adapun hasil kopra menurut Kecamatan di Kabupaten tolitoli dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Menunjukkan bahwa Kecamatan Galang menempati urutan ketujuh dari beberapa kecamatan dengan merupakan salah satu daerah terbesar penghasil kopra dengan jumlah produksi sebesar 70,9 ton. Persentase 1,12% dan urutan pertama menempati Kecamatan Dampal Selatan dengan jumlah produksi 3.255 ton.

Tabel 2. Produksi dan Persentase Kopra di Kabupaten Tolitoli Menurut Kecamatan 2022

No	Kabupaten/Kota	Produksi (Ton)	Persentase (%)
1	Baolan	15,9	0,25
2	Basidondo	29,5	0,46
3	Dako Pamean	213	3,38
4	Dampal Selatan	3.255	51,7
5	Dampal Utara	417	6,63
6	Dondo	16,9	0,26
7	Galang	70,9	1,12
8	Lampasio	225	3,57
9	Ogo Deide	525	8,34
10	Tolitoli Utara	264	4,19
Jumlah		5032.2	100
Rata-Rata		503.22	

Sumber : Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Tolitoli 2023.

Tabel 3. Harga per/kg Kopra di Desa Lakatan, Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli

Bulan	Harga (Kg)
Januari	3.000
Februari	4.000
Maret	4.200
April	5.000
Mei	6.500
Juni	7.800
Juli	8.000
Agustus	9.000
September	9.500
Oktober	10.000
November	11.000
Desember	12.200

Sumber : Laporan Tahunan Kantor BPP Kecamatan Galang, 2023.

Persentase 51,7% Potensi produksi kopra tersebut tidak terlepas dari kontribusi daerah yang mengolah kelapa menjadi kopra dengan harga produksi kopra di kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Menunjukkan bahwa harga produksi kopra dari bulan januari sampai oktober sebesar Rp. 3.000/kg. Dan pada bulan November sampai desember harga produksi pada kopra sebesar Rp. 11.000/kg hingga Rp. 12.200/kg.

Distribusi adalah kegiatan yang sangat penting agar produk dari produsen bisa sampai ke tangan konsumen dengan efektif. Walaupun letak suatu pabrik/produsen sangat jauh dengan keberadaan masyarakat, dengan adanya kegiatan distribusi maka akan mempermudah masyarakat mendapatkan produk/barang yang diinginkan (Putri,dkk. 2018).

Akibatnya adanya keterlibatan produsen dalam proses penjualan ke pedagang kopra dalam proses pembelian serta distribusi penyaluran kopra, dimana produsen yang terlibat dalam proses tersebut terkadang mengalami kendala pada distribusi penyaluran kopra, kurangnya saluran distribusi pemasaran yang di dapatkan produsen kopra mempengaruhi arus distribusi dalam penjualan kopra. Hal ini berdampak pada besarnya atau kurangnya keuntungan saat melakukan saluran distribusi pemasaran kopra pada produsen ke pedagang kopra kemudian ditawarkan ke konsumen akhir. Permasalahan yang ada di Desa Lakatan adalah memiliki dua saluran distribusi pemasaran yaitu saluran distribusi pemasaran I: Produsen → Pedagang besar → Konsumen (Eksportir). Saluran distribusi II: Produsen → Pedagang kecil → Konsumen (Pabrik PT Atsiri) yang dimana pedagang kopra kurang mendapatkan keuntungan dalam melakukan proses penjualan produksi kopra dalam memasarkannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran distribusi pemasaran kopra di Desa Lakatan, Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Saluran distribusi pemasaran kopra mulai dari produsen sampai ke konsumen, dan dalam proses pendistribusian kopra di Desa Lakatan Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survai sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 8

orang pedagang kopra, sedangkan jumlah konsumen sebanyak 2 orang yang diambil dengan cara sengaja (*purposive*).

Analisis data dilakukan dengan cara deskriptif. Hasil Analisis menunjukkan bahwa : Terdapat dua saluran distribusi pemasaran kopra sampai ke tangan konsumen akhir di Desa Lakatan saluran distribusi pemasaran I: Produsen → Pedagang besar → Konsumen (Eksportir). Saluran distribusi II: Produsen → Pedagang kecil → Konsumen (Pabrik PT Atsiri) Untuk mengetahui distribusi pemasaran kopra digunakan analisis deskriptif. Sebagai berikut : Mengetahui margin pemasaran maka digunakan rumus sebagai berikut:

1. Margin pemasaran untuk mengetahui besarnya margin pemasaran dihitung menggunakan rumus mengacu (Anindita, 2004) yaitu:

$$M = H_p - H_b$$

Keterangan :

M = Margin pemasaran

H_p = Harga penjualan

H_b = Harga pembelian

Mengetahui margin total pemasaran (MT) adalah jumlah margin dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kopra, margin total MT dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$MT = M_1 + M_2 + M_3 + \dots + M_n$$

Keterangan :

MT = Margin total pemasaran

M₁ = Lembaga pemasaran 1

M₂ = Lembaga pemasaran 2

M₃ = Lembaga pemasaran 3

M_n = Margin pemasaran lainnya

Mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani digunakan rumus sebagai berikut:

$$Sf = \frac{\text{PriceFarm}}{\text{priceRetailer}} \times 100\%$$

Keterangan :

Sf = Bagian harga yang diterima oleh petani
 (Farmer's share)

Price retailer = Harga konsumen akhir
 (Rp/kg)

Price farm = Harga ditingkat petani (Rp/kg)

2. Efisiensi pemasaran (Soekartawi, 2002) menyatakan bahwa efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Eps = (TB/TNP) \times 100\%$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi pemasaran

TB = Total biaya

TNP = Total Nilai Produksi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Distribusi pemasaran merupakan salah satu komponen yang memiliki peranan penting dalam bauran pemasaran. Distribusi pemasaran disebut juga sebagai saluran pemasaran. Akitivitas distribusi pemasaran komoditas kopra di Desa Lakatan Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli dapat diketahui dengan cara mengikuti distribusi pemasaran komoditas kopra tersebut mulai dari tangan produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir, dalam aktivitas pemasaran memerlukan peran lembaga pemasaran atau pedagang perantara yang memiliki peran yang cukup penting dalam menyalurkan hasil produksi dalam kegiatan pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka pola distribusi pemasaran yang terjadi dilapangan, terdapat 2 jenis distribusi pemasaran yang digunakan yaitu saluran pemasaran dan melibatkan lembaga pemasaran yang terdiri dari produsen, pedagang besar, pedagang kecil dan konsumen akhir. Adanya lembaga pemasaran ini akan mempengaruhi besar kecilnya margin pemasaran, selisih harga pemasaran serta biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam memuaskan komoditas kopra.

Berikut saluran distribusi pemasaran yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

Distribusi saluran pemasaran I

Produsen → Pedagang besar → Konsumen (Eksportir)

Distribusi saluran pemasaran II

Produsen → Pedagang kecil → Konsumen (Pabrik PT Atsiri)

Margin Pemasaran Kopra. Menurut (Ikhsan dkk, 2016) Margin pemasaran pada saluran pemasaran kopra merupakan suatu proses penambahan nilai dari keuntungan atau kepuasan bagi produsen ataupun konsumen. Proses saluran pemasaran kopra, dengan memasarkan produk tersebut dari produsen ke pedagang perantara dan akhirnya ke konsumen akhir, dapat diketahui berapa besar bagian harga yang diterima oleh produsen pada masing-masing saluran pemasaran. Pemasaran yang terjadi di desa Lakatan mempunyai tingkat margin yang berbeda pada setiap lembaga pemasaran. Margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran lebih jelasnya terlihat pada Tabel 4 dan 5.

Tabel 4. Margin Pemasaran Kopra pada Saluran Distribusi I, 2022.

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga jual (Rp/kg)	Margin (Rp)	Persentase (%)
1.	Produsen Kopra	-	11.000	-	-
2.	Pedagang Besar	11.000	12.200	1.200	60
3.	Konsumen	12.200	13.000	800	40
Jumlah				2.000	100

Sumber: Data primer setelah diolah 2023.

Tabel 4 menunjukkan bahwa, margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp.1.200, pada pedagang besar dan Rp. 800 pada konsumen, dengan total margin pemasaran pada saluran I adalah Rp.2.000 yang terdiri atas margin dari pedagan besar dan konsumen, oleh karena itu harga penjualan produsen ke pedagang besar lebih rendah dibandingkan harga penjualan pedagang besar ke konsumen hal ini disebabkan karena pedagang besar juga ingi mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan tersebut. Karena setiap kelembagaan yang bersangkutan

dengan kegiatan pemasaran menginginkan keuntungan :

Total Margin saluran I

$$M_T = M_1 + M_2$$

$$M_T = \text{Rp. } 1.200 + \text{Rp. } 800$$

$$M_T = \text{Rp. } 2.000/\text{kg}$$

Tabel 5. Margin Pemasaran Kopra Pada Saluran Distribusi II, 2022.

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga jual (Rp/kg)	Margin (Rp)	Persentase (%)
1.	Produsen Kopra	-	12.200	-	-
2.	Pedagang Kecil	12.200	13.000	800	100
Jumlah				2.000	100

Sumber: Data primer setelah diolah 2023.

Tabel 5 menunjukkan bahwa. Margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp.800, harga yang diterima produsen pada saluran II lebih menguntungkan dibandingkan dengan harga yang diterima produsen pada saluran I, hal ini disebabkan karena produsen menjual hasil produksinya langsung ke pedagang kecil:

Total Margin Saluran II

$$M_T = M_1$$

$$M_T = \text{Rp. } 800/\text{kg}$$

$$M_T = \text{Rp. } 800/\text{kg}$$

Efisiensi Pemasaran Kopra. Menurut (Kohls dkk, 2002) Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan nilai produk yang dipasarkan. Ada beberapa faktor yang dapat dipakai sebagai ukuran efisiensi pemasaran yaitu keuntungan pemasaran harga yang diterima produsen, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan kompetisi pasar.

Nilai efisiensi tiap saluran pemasaran di Desa Lakatan dapat dihitung menggunakan

$$\text{Rumus : Eps} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Total Nilai produksi}} \times 100\%$$

1. Nilai Efisiensi pada saluran I

$$\text{TB} = \text{Jumlah Biaya} \times \text{Jumlah produksi}$$

$$\text{TB} = \text{Rp. } 1.456 \times 27.545 \text{ kg} = \text{Rp. } 40.105.520$$

➤ $TNP = \text{Harga Konsumen Akhir} \times \text{Jumlah produksi}$
 $TNP = \text{Rp. } 13.000 \times 27.545 \text{ kg} = \text{Rp. } 358.085.000$

➤ $Eps = \frac{40.156.520}{358.085.000} \times 100\% = 0,11\%$

2. Nilai Efisiensi pada saluran II

➤ $TB = \text{Jumlah Biaya} \times \text{Jumlah produksi}$

➤ $TB = \text{Rp. } 1.204 \times 21.005 \text{ kg} = \text{Rp. } 25.290.020$

➤ $TNP = \text{Harga Konsumen Akhir} \times \text{Jumlah produksi}$

➤ $TNP = \text{Rp. } 13.000 \times 21.005 \text{ kg} = \text{Rp. } 273.065.000$

➤ $Eps = \frac{25.290.020}{273.065.000} \times 100\% = 0,09\%$

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran kopra di Desa Lakatan Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli, 2022.

No	Saluran Pemasaran	Persentase (%)
1.	Produsen – Pedagang Besar – konsumen	0,11
2.	Produsen – Pedagang Kecil	0,09

Sumber : Data primer setelah diolah, 2023.

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai efisiensi pemasaran kopra pada saluran I adalah sebesar 0,11%, sedangkan nilai efisiensi untuk saluran II adalah 0,09%, dari kedua saluran tersebut, saluran yang paling efisien yaitu saluran kedua dengan nilai efisiensi sebesar 0,09%. Hal ini dikarenakan pada saluran kedua memiliki rantai pemasaran yang pendek, total margin pemasaran yang kecil dan bagian harga yang diterima produsen lebih tinggi sehingga saluran kedua lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran pertama.

Biaya, Keuntungan dan Bagian Harga Pada Pemasaran Kopra. Menurut (Soekartawi, 2002) biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, biaya distribusi, dan lain-lain. Biaya pemasaran kopra di Desa Lakatan mencakup sejumlah pengeluaran meliputi biaya tenaga kerja, biaya transportasi dan biaya pengepakan. Besarnya biaya pemasaran berbeda tiap

lembaga pemasaran. Berikut adalah biaya dan keuntungan serta bagian harga yang diterima produsen pada tabel 7.

Tabel 7. Biaya, Keuntungan dan bagian harga yang telah diterima produsen pada Saluran Distribusi I, 2022.

No	Uraian	Harga (Rp/kg)	Bagian harga (%)
1.	Harga Penjualan	-	84,00
	Produsen	-	
	Biaya Pemasaran	426,-	
	Panjatan	52,-	
	Pengupas	156,-	
	Pengeringan	90,-	
	Transportasi	208,-	
	pengepakan	932,-	
	Jumlah biaya		
	Harga penjualan produsen	11.000,-	
2.	Pedagang besar		
	Harga pembelian		
	Biaya pengepakan	11.000,-	
	Biaya transportasi	36,-	
	Jumlah biaya	181,-	
	Keuntungan	217,-	
		10.068,-	
Harga Penjualan	12.200,-		
1.	Konsumen		
	Harga pembelian	12.200,-	
	Biaya tenaga kerja	217,-	
	Biaya pengepakan	72,-	
	Biaya penyortiran	18,-	
	Jumlah biaya	307,-	
	Keuntungan	11.358,-	
Harga penjualan konsumen	13.000,-		

Sumber : Data primer setelah diolah, 2023.

Tabel 7 menunjukkan bahwa harga pembelian kopra oleh pedagang besar kepada produsen yaitu Rp.11.000/kg, sehingga bagian harga yang diperoleh produsen yaitu sebesar 84,00 %. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh produsen sebesar Rp.932/kg. biaya tersebut yaitu biaya panjat. Pengupas, pengeringan, transportasi dan biaya pengepakan. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar sebesar Rp. 217/kg, biaya tersebut yaitu biaya transportasi dan biaya pengepakan sehingga keuntungan yang diperoleh pedagang besar yaitu Rp. 10.068/kg. Harga pembelian kopra oleh

pedagang besar maupun produsen ke konsumen yaitu sebesar Rp. 12.200/kg. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh konsumen sebesar Rp. 307/kg, meliputi biaya pengepakan, biaya tenaga kerja termasuk biaya penyortiran keuntungan yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 11.358/kg. Sehingga total jumlah biaya pada saluran I sebesar Rp. 1.456/kg.

Tabel 8. Biaya, Keuntungan dan Bagian Harga yang di Terima produsen pada saluran Distribusi II, 2022.

No	Uraian	Harga (Rp/kg)	Bagian harga (%)
1.	Produsen	-	93,00
	Biaya Pemasaran	-	
	Panjatan	432,-	
	Pengupas	68,-	
	Pengeringan	149,-	
	Transportasi	238,-	
	pengepakan	199,-	
	Jumlah biaya	1.086,-	
Hargapenjualan produsen		12.200,-	
2.	Pedagang Kecil		
	Harga pembelian		
	Biaya pengepakan	12.200,-	
	Biaya tenaga kerja	95,-	
	Jumlah biaya	23-	
	Keuntungan	118,-	
		11.232,-	
Harga Penjualan konsumen		13.000,-	

Sumber : Data primer setelah diolah, 2023.

Tabel 8 menunjukkan bahwa harga penjualan kopra oleh produsen kepada pedagang kecil sebesar Rp.12.200/kg, ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan produsen untuk biaya transportasi, sehingga bagian harga yang diperoleh produsen sebesar 93.00% jumlah biaya yang dikeluarkan oleh produsen sebesar Rp.1.086/kg, biaya tersebut yaitu biaya panjat, biaya pengupas, pengeringan, transportasi dan biaya pengepakan. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang kecil yaitu sebesar Rp.118/kg, meliputi biaya tenaga kerja termasuk biaya pengepakan, sehingga keuntungan yang diperoleh yaitu sebesar Rp.11.232/kg. Sehingga Total jumlah biaya pada saluran II

sebesar Rp.1.204/kg. Berdasarkan tabel 10 dan 11 maka diketahui bahwa bagian harga yang diterima produsen yang lebih besar yaitu pada saluran II.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Ada II bentuk saluran distribusi pemasaran yang terjadi di Desa Lakatan Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli, yaitu:

- a) Produsen → Pedagang Besar → Konsumen (Ekportir)
- b) Produsen → Pedagang Kecil → Konsumen (Pabrik PT. Atsiri).

Margin pemasaran kopra yang diperoleh di Desa Lakatan pada saluran pertama yaitu sebesar Rp 2.000kg. sedangkan margin pemasaran kopra yang diperoleh pada saluran kedua yaitu sebesar Rp. 800/kg.

Bagian harga yang diperoleh produsen dari pemasaran kopra pada saluran pertama yaitu sebesar 84,00%, sedangkan bagian harga yang diterima produsen pada saluran kedua yaitu sebesar 93,00%.

Efesiensi pemasaran kopra di Desa Lakatan pada saluran pertama diperoleh hasil sebesar 0,11% dan saluran kedua diperoleh hasil sebesar 0,09% sehingga dari kedua saluran tersebut, saluran yang paling efesien yaitu saluran kedua dengan nilai efesiensi sebesar 0,09%.Hal ini dikarenakan pada saluran kedua memiliki rantai pemasaran yang pendek, total margin pemasaran yang kecil, dan bagian harga yang diterima produsen lebih tinggi sehingga saluran kedua lebih efesien dibandingkan dengan saluran pertama.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disarankan sebagai berikut.

1. Kepada produsen dalam proses pemasaran hasil produksi kopra sebaiknya menggunakan saluran distribusi kedua yaitu produsen

menjual hasil kopra langsung ke pedagang kecil dikarenakan lebih efisien.

2. Mengingat kopra adalah komoditas ekspor, maka perlu dilakukan penelitian yang membahas tentang aspek pemasaran dan penawaran kopra oleh industri yang melakukan pengolahan kopra untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh mengenai pasar kopra ditingkat yang lebih luas dan kemungkinan pengembangan produk dan pasar komoditas kopra dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Sarmidi. 2009. *Cocopreneurship. Aneka Peluang Bisnis dari Kelapa*. Lily Publisher. Yogyakarta.
- Anindita, R. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Popyrus, Surabaya
- BPS, 2023. *Kabupaten Tolitoli Dalam Angka 2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah.
- BPS, 2023. *Kabupaten Tolitoli Dalam Angka 2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah.
- Devi Eka Handayani, Christoporus, Hardianti Sultan. 2022. *Analisis Pemasaran Kopra Di Desa Lembah Mukti Kecamatan Dampelas Kabupaten Donggala*. *Jurnal Pembangunan Agribisnis Vol.1 No.3 November 2022 Pages: 1 18-125p-Issn: 2622-9747 E-Issn: 2622-9757*.
- Fadli, M., Kalaba, Y., & Crishtophorus, C. (2021). *Analisis Pemasaran Kopra Di Desa Lemo Tengah Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong*. *Agrotekbis : Jurnal Ilmu Pertanian (E-Journal)*, 9(3), 692 - 703.
- Gafur, abd, Lamusa, Arifuddin, 2017. *Analisis Pendapatan usaha kopra di desa meli kecamatan balaesang kabupaten donggala*. *Agrotekbis;E- jurnal Ilmu Pertanian*, 2017, 5.2:249-253
- Khols, R.L, and J.N. Unhl. (2002). *Marketing of Agriculture Product*.A. Prentice-Hall Upper Saddle River, New Jersey.
- Minhar, Ikshan, Arifuddin Lamusa dan Sulaeman 2016. *Analisis Pemasaran Kopra di Desa Tambu Kecamatan Balaesang Kabupaten Donggala*.e-J. *Agrotekbis* 4(6) : 739-746, Desember 2016 ISSN : 2338-3011
- Nazir, 2011. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Pohan. Indri. Pratiwi. 2016. *Analisis dan Nilai Tambah Pemasaran Kopra*. Vol 4. Hal 116
- Rai Yodika Arditia, Christoporus, I Gede Laksana Wibawa. 2023. *Analisis Pemasaran Kopra Di Desa Watubula Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi*. *Jurnal Pembangunan Agribisnis Vol.2 No. 2 Juli 2023 Pages: 2 18-226p-Issn: 2622-9747 E-Issn: 2622-9757*.
- Alimudin, Laapo, 2018. *Analisis Pendapatandan Kelayakan Usaha Kopra di Kelurahan Lembomawo Kecamatan Poso Kota Selatan Kabupaten Poso*.e-j. *Agrotekbis* 6(6) : 845-852, Desember 2018 ISSN : 2338-3011
- Fajrin, M. dan Abdul Muis, 2016. *Analisis Produksi dan Pendapatan Usaha Kelapa dalam di Desa Tindaki Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong*.e-j. *Agrotekbis* 4(2) : 210-216, Desember 2016 ISSN : 2338-3011
- Widianti, Noor dan Goni, 2008. *Agribisnis Tanaman Perkebunan*. Penebar Swadaya Jakarta.
- Abdullah, H., & Tantri E.P. (2014). *Analisis Pemasaran Hasil Pertanian*
- Agustian, A., S. Friyatno, Supadi, A. Askin. 2003. *Analisis Pengembangan Agroindustri Komoditas Perkebunan Rakyat (kopi dan kelapa) dalam mendukung Peningkatan Daya Saing Sektor Pertanian*. *Makalah Seminar Hasil Penelitian Pusat Penelitian dan Pengembangan sosial Ekonomi Pertanian Bogor* T.A. 2003. Hal 38.

Lawalata, M., & Imimpia, R. (2020). Analisis Nilai Tambah dan Pemasaran Produk Agroindustri Kelapa (*Cocos Nucifera* L.) Pada Perusahaan Wootay Coconut. *Jurnal Agrica*. <https://doi.org/10.31289/agrica.v13i1.351>