

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN KOPRA
DI KECAMATAN BANGGAE KABUPATEN MAJENE
PROVINSI SULAWESI BARAT**

SKRIPSI

MUHAMMAD FADHIL RAMADHAN M.N

105961108116



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2020**

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN KOPRA
DI KECAMATAN BANGGAE KABUPATEN MAJENE
PROVINSI SULAWESI BARAT**

**MUHAMMAD FADHIL RAMADHAN M.N.
105961108116**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2020**

27/03/2021

1 kgp
Smb. Alumnus

P/0018/AGB/2100
RAM
a'

**ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN KOPRA DI
KECAMATAN BANGGAE KABUPATEN MAJENE
PROVINSI SULAWESI BARAT**

MUHAMMAD FADHIL RAMDHAN M.N
105961108116

SKRIPSI
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S-1)

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat

Nama : Muhammad Fadhil Ramadhan M.N

Stambuk : 105961108116

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. St. Aisyah R. S.Pt., M.Si
NIDN.0917068801


Sahlan, S.P., M.Si
NIDN.0911119101

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis


Dr. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P
NIDN.0912066901


Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
NIDN.0921037003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat

Nama : Muhammad Fadhil Ramadhan M.N

Stambuk : 105961108116

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Nama

1. Dr. St. Aisyah R. S.Pt., M.Si
Ketua Sidang

2. Sahlan, S.P., M.Si
Sekretaris

3. Ir. Hj. Nailah, M.Si
Anggota

4. Sitti Arwati, S.P., M.Si
Anggota

Tanda Tangan

Tanggal Lulus : 28-01-2021

ABSTRAK

MUHAMMAD FADHIL RAMADHAN M.N. 105961108116. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat. Dibimbing oleh St. Aisyah R dan Sahlan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran kopra dan besaran margin pada setiap saluran pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene. Populasi dalam penelitian ini ditentukan secara sengaja atau *Purposive* yaitu pengrajin kopra. Untuk penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *Sensus* yaitu pengambilan populasi untuk dijadikan sampel secara keseluruhan, untuk pengambilan sampel pedagang pengumpul menggunakan teknik *Snowball Sampling*.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif dan analisis data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dapat menjelaskan dan menggambarkan saluran pemasaran kopra. Metode analisis data kuantitatif digunakan untuk menghitung margin dan efisiensi pemasaran saluran pemasaran kopra.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat 2 saluran pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene. Margin pada setiap saluran pemasaran yaitu pada saluran pemasaran I Margin pemasaran untuk Pedagang Pengumpul Kecil 4.500Rp/kg, dan pada saluran pemasaran II Margin Pemasaran untuk Pedagang Pengumpul Kecil 2.000 Rp/kg, dan untuk Pedagang Pengumpul Besar 2.500 Rp/kg, dan saluran pemasaran yang memiliki tingkat efisiensi terendah ada pada saluran pemasaran II sebesar 20,18 % dan tingkat Efisiensi tertinggi ada pada saluran pemasaran I sebesar 15,90 %.

Kata Kunci : Kopra, saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran.

ABSTRACT

MUHAMMAD FADHIL RAMADHAN M.N. 105961108116. Channel Analysis and Marketing Margin of Copra in Banggae District, Majene Regency, West Sulawesi Province. Supervised by St. Aisyah R and Sahlan.

This study aims to determine the form of copra marketing channels and the amount of margin in each copra marketing channel in Banggae Sub-district, Majene Regency. The population in this study was determined intentionally or purposively, namely copra craftsmen. To determine the sample of this study using the Census technique, namely taking the population to be the sample as a whole, for sampling merchant collectors using the Snowball sampling technique. The data used in this study are primary data and secondary data. This research uses quantitative data analysis methods and qualitative data analysis. Qualitative data is data that can explain and describe the copra marketing channels. Quantitative data analysis method is used to calculate the margin and marketing efficiency of copra marketing channels.

The results of this study indicate that there are 2 copra marketing channels in Banggae District, Majene Regency. The margin in each marketing channel is marketing channel I Marketing margin for Small Collector Traders 4,500Rp / kg, and marketing channel II Marketing Margin for Small Collecting Traders 2,000 Rp / kg, and for Big Collector Traders 2,500 Rp / kg, and channel Marketing that has the lowest level of efficiency is in marketing channel II of 20.18% and the highest level of efficiency is in marketing channel I of 15.90%.

Keywords: Copra, marketing channels, marketing margins, marketing efficiency.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah-Nya dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis dengan penuh ketenangan hati dan keteguhan pikiran untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Dalam penyusunan Skripsi ini menghadapi banyak kendala, akan tetapi kendala itu mampu diselesaikan dengan baik berkat arahan dan bimbingan yang senantiasa membimbing kami dan motivasinya selama penyusunan Skripsi ini..

Semoga bantuan dan budi baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan amal saleh yang setimpal dari ALLAH SWT. Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga kritikan yang konstruktif penulis sangat harapkan demi penyempurnaan Skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan Skripsi ini. Dalam kesempatan baik ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr.St.Aisyah,S.Pt.,M.Si selaku pembimbing utama dan Sahlan, S.P.,M.Si. selaku pembimbing pendamping yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Dr. H. Bahanuddin, S.P., M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah.
3. Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Ir. Hj. Nailah, M.Si., dan Sitti Arwati, S.P., M.Si., selaku dosen penguji yang telah bersedia memberikan saran dan kritikan dalam demi penyempurnaan skripsi ini.
5. Kedua orang tua ayahanda Maskur M.M dan Alhmarhumah ibunda Nurilistyawati, saudaraku-saudariku Wahyu Yoga Pratama, Muh. Hafidz Maskur dan Adinda Sitti Nurhalisa dan segenap keluarga yang senantiasa

memberikan bantuan doa, moril maupun material sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan .

6. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
7. Kepada pihak pemerintah Kecamatan Banggae Kabupaten Majene khususnya kepala Kecamatan Banggae beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Daerah tersebut.
8. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat sebut satu persatu.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan Skripsi ini, semoga dari tujuan pembuatan Skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Makassar, 18 Desember, 2020

Muhammad Fadhil Ramadhan M.N

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KOMISI PENGESAHAN PENGUJI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian kegunaan penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kopra	5
2.2. Saluran dan Margin Pemasaran	8
2.3. Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
2.4. Kerangka Pemikiran	13
III. METODE PENELITIAN	
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.2. Teknik Penentuan Sampel	15
3.3. Jenis dan Sumber Data	16
3.4. Teknik Pengumpulan Data	16
3.5. Teknik Analisis Data	17
3.6. Definisi Operasional	18
IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN	
4.1. Letak Geografis	20
4.2. Kondisi Demografis	20
4.3. Kondisi Pertanian	24

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden26

5.2. Saluran Pemasaran Kopra30

5.3. Margin Pemasaran Kopra.....32

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan44

6.2. Saran.....44

DAFTAR PUSTAKA46

LAMPIRAN48

RIWAYAT HIDUP80



DAFTAR TABEL :

Nomor	Halaman
1. Luas Lahan dan Produksi Tanaman Kelapa di Kabupaten Majene	2
2. Penelitian Terdahulu Mengenai Analisis Pemasaran kopra.....	11
3. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	21
4. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Usia di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	22
5. Jumlah Penduduk berdasarkan data Pendidikan di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	23
6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	24
7. Luas Tanam dan Produksi Tanaman Perkebunan di Kecamatan Banggae Tahun 2017.....	24
8. Umur Responden pada Rantai Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	26
9. Tingkat Pendidikan Responden pada Rantai Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	27
10. Pengalaman Responden Pada Usaha Saluran Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	27
11. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden Saluran Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	28
12. Volume Penjualan dan Harga Kopra yang Berlaku pada Saluran I.....	33
13. Volume Penjualan dan Harga Kopra yang Berlaku pada Saluran II.....	34
14. Margin yang terdapat pada setiap Saluran Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	36
15. Biaya Pemasaran pada setiap saluran pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	38
16. Tingkat Efisiensi di Setiap Saluran Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene	42

DAFTAR GAMBAR :

Nomor

Halaman

1. Kerangka Pemikiran Analisis Pemasaran Kopra14
2. Saluran Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene..31



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan pertanian subsektor perkebunan memiliki arti penting, terutama di negara berkembang yang selalu berupaya untuk meningkatkan sumberdaya alam secara lestari dan berkelanjutan. Selain itu, subsektor perkebunan mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional, terutama dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, penerimaan devisa Negara, penyediaan lapangan kerja, perolehan nilai tambah dan daya saing, pemenuhan konsumsi dalam negeri, serta optimalisasi pengolahan sumberdaya alam secara berkelanjutan (Widianti, dkk, 2008).

Salah satu komoditas yang berperan penting dalam subsector perkebunan adalah komoditas kelapa, kemudian kopra termasuk salah satu bagian dari subsector perkebunan kelapa yang telah dikeluarkan isinya dan dikeringkan. Buah kelapa yang sudah dibelah mesti secepatnya dikeringkan menjadi kopra, salah satu hasil olahan kelapa yang banyak diusahakan oleh masyarakat Indonesia. Komoditi ini umumnya digunakan sebagai bahan baku pembuatan minyak kelapa. Kopra dihasilkan dari daging buah kelapa yang dikeringkan (Palungkun, 2006).

Kopra merupakan salah satu produk turunan dari tanaman kelapa yang diusahakan oleh masyarakat Indonesia. Komoditas ini umumnya digunakan sebagai bahan baku pembuatan minyak kelapa. Kopra dihasilkan dari daging buah kelapa yang dikeringkan dengan mengurangi kadar air hingga mencapai 50%. Kopra termasuk produk yang banyak diusahakan masyarakat karena dalam pengolahan

kopra tidak memerlukan banyak biaya dan dapat memberikan keuntungan yang cukup bagi masyarakat.

Kabupaten Majene merupakan salah satu wilayah yang ada di provinsi Sulawesi Barat. Kabupaten Majene juga dikenal sebagai penghasil kelapa dan kopra di Sulawesi Barat. Dari kelapa – kelapa yang telah diproduksi oleh petani kelapa, biasanya para petani kelapa ini mengolah beberapa dari kelapa mereka menjadi kopra sebelum mereka jual. Berdasarkan data perkembangan luas lahan dan produksi tanaman kelapa di Kabupaten Majene dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Lahan dan Produksi Tanaman Kelapa di Kabupaten Majene (2013 – 2017).

No	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Jumlah produksi (Ton)
1	2013	8538,25	7108,75
2	2014	8512,20	6849
3	2015	8296	7064
4	2016	8273	7903
5	2017	6501	7903

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Majene, 2019

Sistem tata niaga kopra di Kabupaten Majene dimana, pengrajin sebagian besar memasarkan kopra melalui pedagang pengumpul, sedangkan yang langsung ke pabrik minyak kelapa terbilang kecil jumlahnya. Jika harga kopra yang dirasakan pengrajin itu tinggi maka kopra siap dijual ke pedagang pengumpul, akan tetapi jika harga kopra yang di dapat pengrajin rendah maka pengrajin mengolah kopranya sendiri hingga menjadi minyak atau menjual langsung kopra ke pabrik minyak kelapa. Tetapi sangat sedikit pengrajin yang bisa menjual hasil kopra ke pabrik minyak kelapa karena membutuhkan biaya transportasi yang cukup tinggi pula. Dalam menghadapi masalah pengrajin kopra tidak menjual kopra

kepada pedagang pengumpul, yang dilakukan pedagang pengumpul adalah menerima segala kondisi dari kopra yang di jual oleh pengrajin kopra sehingga tidak ada lagi alasan bagi pengrajin kopra untuk menjual hasil kopra ke pedagang lain atau pabrik minyak kelapa kopra langsung.

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat ?
2. Berapa margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat ?
3. Berapa tingkat efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran kopra yang ditemukan di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat ?

1.3. Tujuan Penulisan

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis bentuk saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat .

2. Untuk menghitung besaran margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat
3. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat efisiensi pada setiap saluran pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai informasi ilmiah bagi petani kopra agar dapat menjadi bahan pemikiran dalam upaya peningkatan saluran pemasaran kopra.
2. Bagi instansi terkait, sebagai bahan informasi dalam pengambilan keputusan untuk perencanaan, peningkatan, dan pengembangan produksi kelapa dan kopra.
3. Bagi mahasiswa, sebagai rujukan untuk penelitian dan menambah wawasan dalam proses akademik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Kopra

Kopra merupakan salah satu hasil olahan daging buah kelapa yang banyak diusahakan oleh masyarakat karena prosesnya sangat sederhana. Biaya produksinya relative rendah jika dibanding pengolahan daging kelapa menjadi produk santan kering atau minyak goreng (Amin, 2009).

Kopra dihasilkan dari daging buah kelapa yang dikeringkan dengan cara dijemur atau menggunakan alat pengering buatan dengan cara pengasapan atau pemanasan secara tidak langsung. Pengasapan langsung akan menghasilkan kopra dengan mutu yang kalah baik jika dibanding kopra hasil pemanasan tidak langsung karena asap panas tidak bersinggungan langsung dengan komoditas. Salah satu persyaratan yang diminta dalam perdagangan kopra adalah kadar asam lemak bebas (FFA) maksimum 4% (Amin, 2009).

Setiap kilogram kopra membutuhkan bahan baku antara 6-8 butir kelapa, tergantung besar dan tebal daging buah kelapanya. Harga kopra dari setiap daerah penghasil sangat bervariasi (Amin, 2009).

Selama penyimpanan, kopra dapat mengalami kerusakan. Sebab-sebab kerusakan kopra selama penyimpanan antara lain :

1. Kurang sempurnanya pengeringan.
2. Penyimpanan yang kurang baik
3. Praktek - praktek dalam perdagangan, yaitu mencampur kopra baik dengan kopra jelek.

Proses pengolahan kelapa menjadi kopra terbagi atas dua metode yaitu metode pengasapan dan metode pengeringan :

1. Pengolahan kopra dengan metode penjemuran

- a) Langkah pertama yang harus kita lakukan adalah mengupas buah kelapanya dengan menggunakan alat pengupas sabut kelapa.
- b) Setelah itu, kelapa yang sudah kita kupas tadi kita belah jadi dua bagian dengan menggunakan parang atau alat yang lainnya. Air kelapa dalam kelapanya itu kita keluarkan, kalau mau kita minum sendiri juga boleh.
- c) Langkah yang ketiga ini adalah proses utamanya, yaitu penjemuran. Penjemuran kelapa belah ini kita lakukan waktu cuaca teriknya matahari dan kita lakukan sehari-hari, biasanya sih waktu yang optimal untuk melakukan penjemuran itu antara jam 8 pagi sampai jam 4 sore. Penjemuran ini kita lakukan dengan menggunakan lantai semen atau juga bisa diatas tanah yang kering. Selama penjemuran, sebaiknya kita lakukan pengamatan suhu pengeringannya dengan cara mengukur suhu udara menggunakan thermometer pada setiap jam.
- d) Kalau sudah kita lakukan penjemuran, langkah selanjutnya itu kita melakukan pelepasan daging dari tempurung kelapa, bisa dengan menggunakan alat pelepas daging kelapa. Kalau kalian orangnya terampil, pelepasan daging kelapa ini cuma butuh

waktu sekitar 30 detik aja untuk setiap kelapa belah, tapi kalau lebih dari itu ya gak apa-apa.

e) Kemudian daging kelapanya itu kita perkecil lagi ukurannya dengan cara dipotong jadi 4-6 bagian dari setiap belahan daging kelapa.

f) Langkah yang terakhir ini adalah penjemuran ulang. Proses penjemuran yang kedua ini ya kurang lebih masih sama caranya seperti tadi, bisa kita lakukan dengan menggunakan lantai semen atau terpal. Kalau cuacanya lagi terik panas, penjemurannya bisa berlangsung selama 2 hari penuh, tapi kalau cuacanya mendung ya bisa sampai 3-5 hari, tergantung kondisinya. Penjemurannya selesai kalau pada permukaan daging kelapanya sudah terlihat berwarna coklat kehitaman dan kelihatan mengeluarkan minyak pada sisi daging kelapa yang dipatahkan.

2. Pengolahan kopra dengan metode pengasapan

Pengasapan adalah salah satu teknik pengolahan kombinasi antara perlakuan panas, komponen asap dan aliran gas. Proses tersebut biasanya dapat mempengaruhi nilai gizi pangan melalui reaksi antara senyawa dalam asap dengan zat gizi pangan. Senyawa dalam asap dapat menyebabkan reaksi oksidatif lemak pangan, mengganggu nilai hayati protein, dan merusak beberapa vitamin. Bagian penting pengasapan yaitu perlakuan pemanasan dan pengeringan. Panas

menyebabkan denaturasi protein daging yang dimulai pada suhu 400C, dan optimal pada suhu 65-680C. (Tejasari, 2005).

2.2. Saluran dan Margin Pemasaran

2.2.1. Saluran Pemasaran

Menurut Basu Swastha (2009) saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai kekonsumen atau pemakai industry.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran barang dari produsen kepada konsumen.

Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada.

Menurut Kotler (2009), Jenis saluran pemasaran atau distribusi diklarifikasikan sebagai berikut :

1. Saluran distribusi langsung, Saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disni produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (zero stage chanel).

2. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (one stage channel).
3. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (two stage channel).
4. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (three stage channel).

2.2.2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Perhitungan margin pemasaran digunakan untuk melihat setiap saluran pemasaran aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi-fungsi

pemasaran yang mengakibatkan adanya perbedaan harga ditingkat produsen dan di tingkat konsumen (Sudiyono, 2004).

Untuk menghitung besarnya margin pemasaran, digunakan formulasi sudiyono (2001), sebagai berikut :

$$M = Pr - Pf$$

Dimana :

M : Margin Pemasaran

Pf : Harga di tingkat petani/produsen

Pr : Harga di tingkat pengecer/lembaga pemasaran

3.2.3. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi merupakan suatu usaha peningkatan produksi, peningkatan konsumsi dan perluasan pasar. Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dinyatakan dengan persen. Efisiensi pemasaran terkadang diukur melalui rasio antara *output* dan *input*. Dalam efisiensi pemasaran, *input* dapat berupa tenaga kerja, mesin, energi, dan lain-lain. dasarnya, terdapat berbagai macam pengukuran efisiensi pemasaran, namun yang sering menjadi perhatian adalah *pricing efficiency* dan *operational efficiency* atau *productive efficiency*. *Pricing efficiency* adalah pengukuran efisiensi pemasaran yang didasarkan atas adanya asumsi pasar kompetitif. *Pricing efficiency* atau efisiensi harga berkaitan dengan kemampuan sistem pemasaran dalam mengalokasikan sumber daya serta mengoordinasikan proses produksi dan pemasaran agar sesuai dengan keinginan konsumen. Sementara itu, *productive efficiency* adalah bentuk efisiensi kedua yang

digunakan untuk mengukur suatu kejadian di mana biaya pemasaran berkurang, tetapi *output* dapat meningkat (Crawford, 2000).

Menurut Roesmawaty (2011), Untuk menghitung Efisiensi Pemasaran dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$EPs = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Dimana :

EPs : Efisiensi Pemasaran

TB : Total Biaya

TNP : Total Nilai Produk

Kriteria : < 50% Efisien dan > 50% Tidak Efisien

3.3. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berikut beberapa penelitian terdahulu berupa jurnal yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis :

Tabel 2. Penelitian Terdahulu mengenai Analisis Pemasaran kopra.

No	Judul/Tahun	Metode/Analisis	Hasil
1.	Laba dan Lukman (2019). Analisis Tataniaga Kopra di Desa Lampoko Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar	Penelitian Kualitatif Dekskriptif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi	Pada saluran pemasaran I : Produsen → Pedagang Pengumpul → Konsumen Akhir. Pada saluran pemasaran II : Produsen → Konsumen Akhir. Pada saluran pemasaran I jumlah margin yang diperoleh sebesar Rp. 5000/Kg, pada saluran pemasaran II tidak terdapat margin pemasaran dikarenakan tidak melalui pedagang pengumpul. Jadi saluran yang menguntungkan berada

No	Judul/Tahun	Metode/Analisis	Hasil
			disaluran II.
2.	Minhar, dkk. (2016). Analisis Pemasaran Kopra di Desa Tambu Kecamatan Balaesang Kabupaten Donggala	Penelitian Kualitatif Dekskriptif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi	<p>menguntungkan berada disaluran II.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pada saluran I : Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen, dan memiliki margin sebesar Rp. 500/Kg. 2. Saluran II : Petani → Konsumen, dan tidak memiliki margin 3. Farmer's Share yang didapatkan pada saluran I sebesar 90.60%, sedangkan pada saluran II sebesar 94.44% 4. Efisiensi pada saluran I sebesar 9.40%, sedangkan pada saluran II sebesar 5.56%.
4.	Arwati dan syarif (2016). Sistem Pemasaran dan Nilai Tambah Produk Olahan Ubi Jalar Kecamatan Polongbangkeng Utara Kabupaten Takalar.	Penelitian Kualitatif dan Dekskriptif Kuantitatif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saluran Pemasaran I (Petani, Pedagang Pengumpul, Usaha Rumah Tangga Pengolahan Ubi Jalar), Saluran Pemasaran II (Petani, Pedagang Pengumpul, Pengecer, Konsumen), Saluran Pemasaran III (Petani, Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar, Pengecer, Konsumen).

No	Judul/Tahun	Metode/Analisis	Hasil
			<p>2. Margin Pemasaran lebih besar pada saluran III dan yang paling efisien pada pada saluran I.</p> <p>3. Nilai Tambah dari pengolahan ubi jalar menjadi bakwan memberikan nilai tambah sebesar Rp. 53.483, sedangkan menjadi pastel memberikan nilai tambah Rp. 73.890.</p> <p>4. Nilai persentase <i>Farmer's Share</i> pada saluran I lebih besar dibanding saluran II, III dan IV.</p> <p>5. Paling efisien ada pada saluran I dengan nilai 0%.</p>

3.4. Kerangka Pemikiran

Kelapa tua yang sudah di petik dari pohonnya, langsung di kelola oleh pengrajin kopra dengan cara menjemur kelapa yang sudah dibersihkan dan dibelah, setelah kering, pengrajin menjual kopra mereka ke pedagang pengumpul atau pedagang besar, panjang pendeknya saluran pemasaran dapat mempengaruhi nilai margin dan efisiensi dari saluran pemasaran tersebut. Semakin panjang saluran pemasaran tersebut, maka semakin besar margin pemasarannya. Semakin besarnya margin pemasaran dapat menyebabkan harga yang diterima oleh pengrajin kopra semakin kecil dibanding penjualan langsung ke konsumen, sehingga saluran pemasaran yang terjadi semakin tidak efisien.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Analisis Pemasaran Kopra.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli - Oktober 2020 di Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Dengan pertimbangan bahwa, Kecamatan Banggae adalah salah satu kecamatan yang dimana beberapa masyarakatnya juga berprofesi sebagai pengrajin kopra.

3.2. Teknik Penentuan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari pengrajin hingga ke konsumen Akhir dengan menggunakan metode *Sampling Jenuh (sensus)*. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua penentuan populasi digunakan sebagai sampel. Teknik ini digunakan karena jumlah masyarakat yang berprofesi sebagai pengrajin Kopra setelah di survey berjumlah 11 orang responden pengrajin kopra. Menurut Arikunto (2006), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15 persen atau 20-25 persen atau lebih.

Untuk jumlah responden pedagang pengumpul dilaksanakan menggunakan metode penelusuran berdasarkan aliran barang atau teknik penarikan bola salju (*Snowball sampling method*). Dan setelah ditelusuri sesuai dengan aliran barang, maka ditemukan responden pedagang pengumpul sebanyak 3 responden pedagang pengumpul, diantaranya 2 Pedagang Pengumpul Kecil dan 1 Pedagang Pengumpul Besar. Maka, seluruh jumlah responden yang terlibat dalam rantai pemasaran kopra ini sebanyak 14 orang responden.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang di gunakan adalah sebagai berikut:

- a. Data kuantitatif adalah jenis data yang sifatnya non matriks atau dalam bentuk nilai (angka) yang diperoleh dari hasil pengumpulan data dilapangan. Seperti (umur, jumlah produksi, jumlah pengrajin kopra, jumlah pengepul kopra, harga, dan besar margin).
- b. Data kualitatif adalah data yang berupa kalimat atau pernyataan yang ditemukan dilapangan. Seperti, informasi mengenai pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

Sumber data yang digunakan :

- a. Data primer adalah jenis data yang didapatkan melalui wawancara atau interaksi langsung dengan petani kopra.
- b. Data sekunder adalah jenis data pendukung yang diperoleh dari instansi-instansi terkait, Biro Pusat Statistik, pemerintah setempat dan lain-lain yang telah tersedia yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah :

- a. Observasi yaitu pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung terhadap kondisi Kecamatan Banggae. Terutama yang menyangkut saluran pemasaran kopra.

- b. Wawancara yaitu pengumpulan data melalui tanya jawab secara langsung dengan pengrajin kopra di Kecamatan Banggae melalui daftar kuisioner yang telah disiapkan terlebih dahulu.
- c. Dokumentasi adalah pengambilan gambar pada saat melakukan tanya jawab atau aktivitas terhadap pengrajin kopra saat berada di Kecamatan Banggae.

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu untuk menghitung margin dan efisiensi pemasaran kopra melalui saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat.

3.4.3. Margin Pemasaran

Marjin Pemasaran digunakan untuk menghitung selisih harga antara petani kopra dengan konsumen akhir. Untuk menghitung margin pemasaran, Maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$M = Pr - Pf$$

Dimana :

M : Margin Pemasaran

Pf : Harga Kopra di tingkat petani/produsen

Pr : Harga Kopra di tingkat pengecer/lembaga pemasaran

3.4.4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran adalah Nisbah antara biaya pemasaran dan nilai produk yang dipasarkan, dan dirumuskan sebagai berikut :

$$EPS = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Dimana :

EPS : Efisiensi Pemasaran

TB : Total Biaya

TNP : Total Nilai Produk

Kriteria : < 50% Efisien dan > 50% Tidak Efisien

3.6. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas pemahaman dalam penelitian ini, maka variabel-variabel yang diamati dan berhubungan dengan penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut:

- 1) Saluran pemasaran adalah lembaga yang melaksanakan kegiatan pemasaran yang digunakan untuk mengalirkan penjualan produk kopra dari produsen hingga ke konsumen.
- 2) Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
- 3) Efisiensi Pemasaran adalah Nisbah antara total biaya dan total nilai produk.
- 4) Perajin kopra adalah perajin yang membuat kopra yang kemudian menjual hasil produksinya.
- 5) Lembaga pemasaran adalah orang, perusahaan atau lembaga yang terlibat langsung dalam pengaliran kopra dari produsen sampai konsumen akhir, yaitu Pedagang pengumpul adalah orang yang membeli dan mengumpulkan

kopra dari perajin kemudian menjual secara langsung kepada konsumen akhir.

- 6) Konsumen akhir adalah pembeli kopra dari pedagang pengumpul untuk kegiatan produksi minyak kelapa.
- 7) Volume penjualan adalah merupakan volume produk yang dijual oleh perajin, perantara atau lembaga pemasaran, dinyatakan dalam satuan kilogram.
- 8) Volume pembelian merupakan volume produk yang dibeli oleh perantara atau lembaga pemasaran, dinyatakan dalam satuan kilogram.
- 9) Harga beli adalah harga yang dibayarkan oleh lembaga pemasaran atau konsumen akhir guna mendapatkan kopra, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram.
- 10) Harga jual adalah harga yang diterima oleh lembaga pemasaran atau produsen sebagai pengganti atas komoditi yang dipasarkannya, dihitung dalam satuan rupiah per kilogram.
- 11) Biaya Pemasaran adalah semua biaya yang dikeluarkan berupa uang (Rp) dalam memasarkan Kopra dari tangan pengrajin kopra hingga ke konsumen.

IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

4.1. Letak Geografis

Kecamatan Banggae adalah Kecamatan terkecil dari 8 kecamatan yang ada di Kabupaten Majene. Kecamatan Banggae terletak antara $20^{\circ}38'45''$ – $30^{\circ}38'15''$ Lintang Selatan dan antara $118^{\circ}45'00''$ – $119^{\circ}4'45''$ Bujur Timur. Kecamatan Banggae terdiri dari 6 kelurahan dan 2 desa dengan luas keseluruhan Kecamatan Banggae adalah seluas 25,15 Km².

Kecamatan Banggae memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara dan Barat kecamatan Banggae berbatasan dengan Kecamatan Pamboang.
2. Sebelah Timur kecamatan Banggae berbatasan dengan kecamatan Banggae Timur.
3. Sebelah Selatan Kecamatan Banggae berbatasan dengan Teluk Mandar dan Selat Makassar.

4.2. Kondisi Demografis

4.2.1. Keadaan Penduduk

Kecamatan Banggae walaupun luasnya adalah yang terkecil dari kecamatan lain, tapi merupakan kecamatan yang memiliki penduduk terbanyak dari kecamatan lain di Kabupaten Majene dengan persentase penduduk 24,97% dengan jumlah penduduk sebesar 42.777 jiwa/Orang.

4.2.2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Jumlah penduduk di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene ini terdiri dari 21.159 Jiwa Laki – laki dan 21.618 Jiwa Perempuan. Dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki – laki	21.159	49,46
2	Perempuan	21.618	50,54
	Total	42.777	100

Sumber : Badan Pusat Statistik Kecamatan Banggae, 2020.

Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah total dari penduduk di Kecamatan Banggae sebesar 42.777 jiwa. Dengan persentase jumlah penduduk laki – laki sebesar 49,46% dan persentase jumlah penduduk perempuan sebesar 50,54%.

4.2.3. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Usia

Berdasarkan data BPS pada tahun 2017, jumlah penduduk yang ada di Kecamatan Banggae memiliki kelompok usia 0 – 75> tahun sebanyak 42.134 jiwa. Dapat dilihat dari Tabel 4 dibawah ini :

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Usia di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene, 2017.

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 - 4	4698	11,15
2	5 - 9	4227	10,03
3	10 - 14	3766	8,93
4	15 - 19	4549	10,79
5	20 - 24	4635	11,03
6	25 - 29	3360	7,97
7	30 - 34	2946	6,99
8	35 - 39	2640	6,26
9	40 - 44	2868	6,80
10	45 - 49	2319	5,50
11	50 - 54	1805	4,28
12	55 - 59	1316	3,12
13	60 - 64	1063	2,52
14	65 - 69	779	1,84
15	70 - 74	530	1,25
16	75+	633	1,50
	Total	42.134	100

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Majene, 2018.

Tabel 4 menunjukkan bahwa kelompok umur yang jumlahnya paling tinggi ialah kelompok umur 0 – 4 Tahun yang memiliki persentase sebesar 11,15% dan kelompok umur yang jumlahnya paling rendah ialah kelompok umur 70 – 74 Tahun yang memiliki persentase sebesar 1,25%.

4.2.4. Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan

Berdasarkan data kantor Kecamatan Banggae pada tahun 2018, jumlah penduduk menurut Pendidikan memiliki kelompok yang terdiri dari SD sampai

Sarjana berjumlah total 42.134 jiwa. Untuk melihat data penduduk menurut pendidikan, dapat dilihat pada Tabel 5 dibawah ini :

Tabel 5. Jumlah Penduduk berdasarkan data Pendidikan di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene, 2018.

No	Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SD	10.645	25,26
2	SLTP/SMP	13.509	32,06
3	SLTA/SMA	16.887	40,07
4	D1, D2, D3	903	2,14
5	Sarjana (S1)	190	0,45
	Jumlah total	42.134	100

Sumber : Data Kependudukan Kantor Kecamatan Banggae.

Berdasarkan Tabel 5 diatas, jumlah penduduk dengan tingkat pendidikan yang terbanyak ada di kelompok pendidikan SLTA/SMA dengan jumlah 16.887 dengan tingkat persentase 40,07 % jiwa, dan jumlah penduduk dengan tingkat pendidikan yang paling rendah terdapat pada kelompok pendidikan Sarjana (S1) dengan jumlah 190 jiwa dengan persentase sebesar 0,45 %.

4.2.5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Berdasarkan data kantor Kecamatan Banggae tahun 2018, jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian, terdiri dari beberapa kelompok mata pencaharian dengan jumlah total 13.458 jiwa. Data jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian sudah tersedia di Tabel 6 dibawah ini :

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene, 2018.

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	2.879	21,39
2	PNS/Honorar/Kontrak	4.857	36,09
3	TNI/POLRI	671	4,98
4	Wiraswasta	1.879	13,96
5	Pedagang	2.019	15,00
6	Nelayan	1.153	8,56
Jumlah Total		13.458	100

Sumber : Data Kependudukan Kantor Kecamatan Banggae.

Berdasarkan data Tabel 6, menunjukkan kelompok mata pencaharian yang paling banyak ada pada kelompok mata pencaharian PNS/Honorar/Kontrak dengan jumlah jiwa 4.857 jiwa dengan persentase 36,09 %, dan kelompok mata pencaharian yang terendah ada pada kelompok mata pencaharian TNI/POLRI dengan jumlah 671 Jiwa dengan persentase 4,98 %.

4.3. Kondisi Pertanian

Adapun data potensi wilayah di Kecamatan Banggae dibidang Pertanian dan Perkebunan dapat dilihat di Tabel 7 dibawah ini :

Tabel 7. Luas Tanam dan Produksi Tanaman Perkebunan di Kcamatan Banggae Tahun 2017.

No	Jenis Tanaman	Luas Tanam (Ha)	Produksi (Ton)
1	Kelapa Dalam/ <i>Coconut In</i>	462	182,2
2	Kelapa Hibrida/ <i>Hybrid Coconut</i>	14	2
3	Kakao/ <i>Cocoa</i>	120	7
4	Kapuk/ <i>Kapok</i>	1,5	0,2
5	Aren/ <i>Sugar Palm</i>	0,9	0,1
6	Sagu/ <i>Sago</i>	1,02	0,2

Sumber : Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Majene.

Berdasarkan Tabel 7 diatas, menunjukkan bahwa luas tanaman perkebunan yang paling besar ialah tanaman Kelapa Dalam dengan luas tanam sebesar 462 Ha dengan Produksi 182,2 Ton pertahunnya. Selain itu, luas tanam tang paling kecil ialah tanaman Aren dengan luas sebesar 0,9 Ha dengan produksi sebesar 0,1 Ton pertahunnya.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden

5.1.1. Umur

Kemampuan fisik bagi seseorang sangat mempengaruhi cara berfikir dalam melaksanakan hasil kerja usahanya. kemampuan fisik seseorang sangat dipengaruhi oleh tingkat umur. Hasil pengambilan data menunjukkan bahwa umur responden bervariasi, mulai dari 28 Tahun sampai 57 Tahun. Umur dapat dilihat pada Tabel 8 dibawah ini :

Tabel 8. Umur Responden pada Rantai Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	28 - 33	2	14,28
2	34 - 39	3	21,42
3	40 - 45	5	35,71
4	46 - 51	2	14,28
5	52 - 57	2	14,28
Total		14	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Pada Tabel 8, menunjukkan kelompok umur responden pada rantai pemasaran kopra yang terbanyak ialah di umur 40 – 45 Tahun dengan jumlah 5 jiwa dengan persentase 35,71 %. Tabel 8 juga menunjukkan bahwa umur responden masih tergolong produktif dan masih bisa mengelolah dan menerima informasi baru yang dapat diterapkan dalam usahanya.

Aktivitas pekerjaan responden dipengaruhi oleh umur. Makin muda umur responden, makin tinggi kemampuan fisiknya. Umumnya responden yang berumur

lebih muda akan memiliki kemampuan fisik yang relatif lebih kuat dan berjiwa dinamis dalam menerapkan teknologi atau inovasi-inovasi baru dalam memproduksi kopra olahan mereka, sedangkan responden yang berumur lebih tua memiliki pengalaman yang lebih lama sehingga cenderung hati-hati dalam memproduksi kopra hingga meminimalisir adanya kerugian sebelum kopra mereka dipasarkan.

5.1.2. Tingkat Pendidikan

Pendidikan dalam penelitian ini adalah pendidikan formal yang diikuti oleh responden. Tingkat pendidikan sangat mempengaruhi sikap dan cara berfikir seseorang, sehingga kecenderungan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap cara bertindak yang rasional. Dengan bekal pendidikan yang dimiliki responden dapat melaksanakan kegiatan usahanya secara baik. Hasil pengumpulan data yang diperoleh bahwa tingkat pendidikan responden bervariasi, mulai dari tingkat SMP hingga SMA. Tingkat pendidikan responden dapat dilihat dari Tabel 9 dibawah ini :

Tabel 9. Tingkat Pendidikan Responden pada Rantai Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SMP	9	64,28
2	SMA	5	35,72
Total		14	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2020.

Tabel 9, menunjukkan bahwa jumlah responden yang tamat SMP sebesar 9 jiwa dengan persentase 64,28 %, dan jumlah responden yang tamat SMA sebesar 5 jiwa dengan persentase 35,72 %. Tingkat pendidikan juga dapat mempengaruhi pola

pikir dalam meningkatkan usaha yang dimiliki. Dilihat dari kondisi pendidikan formal responden kopra, memberikan indikasi bahwa secara umum para responden dari penelitian ini dapat mengembangkan usahanya dengan baik.

5.1.3. Pengalaman Responden

Pengalaman yang dimaksud dalam hal ini, ialah pengalaman responden dalam menekuni usahanya. Semakin lama seseorang menggeluti usahanya, maka semakin banyak pengalaman yang dia miliknya. Pada umumnya, responden memiliki pengalaman yang cenderung lama, sehingga memiliki kemampuan yang lebih baik dibanding yang belum memiliki pengalaman sama sekali.

Pengalaman responden dapat dilihat pada Tabel 10 dibawah ini :

Tabel 10. Pengalaman Responden Pada Usaha Saluran Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	4 - 5	4	28,57
2	6 - 7	7	50
3	8 - 9	1	7,14
4	10	2	14,28
Jumlah		14	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 10, jumlah yang paling banyak pengalaman dalam usaha saluran pemasaran kopra berada dikisaran 6 sampai 7 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 7 jiwa dengan persentase 50 %. Keahlian dapat tergantung pada pengalaman responden dalam melakukan aktivitas pekerjaannya. Makin banyak pengalaman dalam mengolah kelapa menjadi kopra, makin tinggi tingkat kemampuan dan keahliannya. Kemampuan atau keahlian itu mencakup tentang

kemampuan pengrajin dalam mengolah kopra, seperti cara pengeringan kopra yang dapat mempengaruhi hasil produksi. Pengalaman responden (pedagang) melakukan aktivitas dalam berdagang mencakup tentang kemampuan pedagang yang mampu membaca situasi pasar, seperti harga yang sering berfluktuasi.

5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga merupakan jumlah anggota keluarga yang biaya hidupnya ditanggung oleh kepala keluarga. Jumlah tanggungan mempengaruhi tingkat kesejahteraan yaitu semakin banyak tanggungan keluarga akan semakin besar beban kebutuhan yang dikeluarkan. Tanggungan keluarga meliputi kepala keluarga, istri, anak-anak dan tanggungan lain yang bersama di dalam satu rumah. Tanggungan keluarga yang dimaksud dalam hal ini ialah keseluruhan anggota keluarga yang memiliki beban hidup bagi responden bersangkutan. Anggota keluarga ini dapat menjadi tenaga kerja dalam keluarga responden. Jumlah tanggungan keluarga responden dapat dilihat pada Table 11 dibawah ini :

Tabel 11. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden Saluran Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

No	Tanggungan Keluarga (Jiwa)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	2 – 3	9	64,28
2	4 – 5	5	35,72
Jumlah		14	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 11, menunjukkan bahwa responden memiliki tanggungan keluarga dimulai dari tanggungan keluarga berjumlah 2 orang hingga 5 jiwa. Jumlah responden yang memiliki banyak tanggungan keluarga di kisaran 2 - 3 jiwa tanggungan keluarga dengan jumlah responden sebanyak 9 jiwa dengan persentase

64,28 %, dan yang paling sedikit pada kisaran 4 - 5 jiwa tanggungan keluarga dengan jumlah responden sebanyak 5 jiwa dengan persentase 35,72 %.

5.2. Saluran Pemasaran Kopra

5.2.1. Sistem Pemasaran

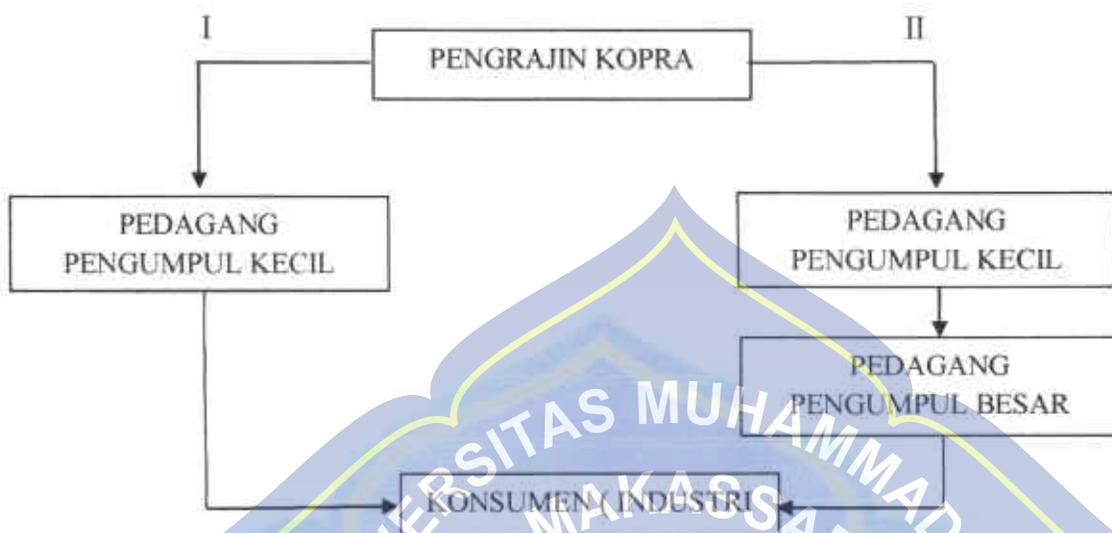
Sistem pemasaran kopra di Kecamatan Banggae ini dilakukan dengan system satuan Rupiah per Kilogram (Rp/Kg). Oleh sebab itu, sistem satuan yang ada dalam penelitian ini adalah Rupiah per Kilogram.

Dari seluruh pengrajin yang dalam penelitian ini, semuanya menggunakan lembaga pemasaran dalam menyalurkan hasil olahan kopra mereka hingga ke tangan konsumen.

5.2.2. Saluran Pemasaran

Kotler (2002), Saluran pemasaran ialah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat 2 lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene ini hingga ke tangan konsumen yaitu Pedagang Pengumpul Kecil dan Pedagang Pengumpul Besar. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat 2 saluran pemasaran yang ditemukan dalam proses pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 2. Saluran Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene ini memiliki 2 saluran pemasaran, yaitu sebagai berikut :

1. Saluran I : Pengrajin Kopra – Pedagang Pengumpul kecil – Konsumen (Industri).
2. Saluran II : Pengrajin Kopra – Pedagang Pengumpul Kecil – Pedagang Pengumpul Besar Konsumen (Industri).

Pada saluran I, pengrajin kopra menjual kopra mereka ke pedagang pengumpul kecil. Setelah itu, pedagang pengumpul kecil menjual kopra mereka langsung konsumen akhir.

Dari penjelasan diatas pada saluran I, saluran pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene ini terdapat pelaku pemasaran kopra, seperti yang bisa dilihat pada gambar 2, pengrajin kopra menjual hasil olahan kopranya ke pedagang pengumpul kecil, setelah pedagang pengumpul kecil mendapatkan kopra dari pengrajin kopra, pedagang pengumpul kecil, langsung

menjual kopra mereka ke konsumen/Industri yang ada di Kota Makassar tanpa melalui perantara.

Pada saluran II, pengrajin kopra menjual hasil olahan kopra mereka ke pedagang pengumpul. Setelah itu, pedagang pengumpul menjual kopra mereka ke pedagang pengumpul besar. Selanjutnya, pedagang pengumpul menjual kopra mereka ke konsumen akhir.

Dari penjelasan diatas pada saluran II, saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene ini terlibatnya pedagang pengumpul besar sehingga memperpanjang saluran pemasaran kopra pada saluran II. Seperti yang bisa dilihat pada gambar 2, pengrajin kopra menjual hasil kopra olahan mereka ke pedagang pengumpul kecil, setelah itu, kopra yang dibeli dari pengrajin kopra oleh pedagang pengumpul kecil di jual kembali oleh pedagang pengumpul kecil ke pedagang pengumpul besar dengan adanya penurunan harga, setelah itu, pedagang pengumpul besar menjual kopra yang mereka dapatkan dari pedagang pengumpul kecil ke konsumen/industry yang ada di Kota Makassar dengan harga normal. Pada saluran pemasaran II ini, pastinya memiliki biaya pemasaran yang lebih tinggi dibanding biaya pada saluran pemasaran I.

5.3. Margin Pemasaran Kopra

5.3.1. Sistem Pembelian dan Penjualan Kopra

Pada sistem pembelian dan penjualan kopra yang ada di Kecamatan Banggae, berlaku dengan menggunakan sistem Rupiah per Kilogram (Rp/Kg). Pada saluran I dan II terjadi perbedaan harga pada pedagang pengumpul. Untuk lebih jelasnya,

data volume penjualan dan harga pada setiap saluran pemasaran sudah tersedia di Tabel 12 dan Tabel 13 :

Tabel 12. Volume Penjualan dan Harga Kopra yang Berlaku pada Saluran I.

No	Uraian	Volume Penjualan (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Pengrajin Kopra	250	-	6.500
2	Pedagang Pengumpul Kecil	2.000	6.500	11.000
3	Konsumen/Industri		11.000	-

Sumber : Data Primer Diolah, 2020.

Pada saluran I, pengrajin kopra menjual kopra mereka dengan sebanyak 250 Kg per satu kali penjualannya. Pengrajin kopra menjual kopra mereka dengan harga Rp. 6.500/Kg nya ke pedagang pengumpul kecil. Pedagang pengumpul kecil menjual kopra mereka sebanyak 2.000 Kg per satu kali penjualannya ke konsumen, pedagang pengumpul kecil memberikan harga ke konsumen dengan harga Rp. 11.000/Kg nya.

Dari penjelasan diatas, Pengrajin menjual kopra mereka dengan jumlah penjualan (Volume) sebanyak 250 Kg ke Pedagang Pengumpul Kecil yang ada di Kecamatan Banggae dengan harga Rp. 6.500 per Kgnya dengan dibayar secara tunai oleh Pedagang Pengumpul Kecil. Cara pembelian yang dilakukan oleh Pedagang Pengumpul Kecil yang ada di Kecamatan Banggae ini dengan cara Pengrajin datang langsung ke Pedagang Pengumpul, sehingga pengrajin mengeluarkan biaya transportasi. Setelah itu, Pedagang Pengumpul Kecil menjual Kopra yang mereka dapatkan dari beberapa pengrajin kopra yang menjual kopra mereka ke pada pedagang pengumpul dengan jumlah penjualan (Volume) 2.000 Kg ke Konsumen Akhir dengan harga Rp. 11.000 per Kgnya yang ada di

Kota Makassar dengan Mengantarkan langsung ke Pabrik Sampoerna dan Gudang

88 sehingga pedagang pengumpul kecil mengeluarkan biaya transportasi

Tabel 13. Volume Penjualan dan Harga Kopra yang Berlaku pada Saluran II.

No	Uraian	Volume Penjualan (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Pengrajin Kopra	250	-	6.500
2	Pedagang Pengumpul Kecil	2.000	6.500	8.500
3	Pedagang Pengumpul Besar	6.000	8.500	11.000
4	Konsumen/Industri		11.000	-

Sumber : Data Primer Diolah, 2020.

Pada saluran II, pengrajin kopra menjual kopra mereka sebanyak 250 Kg per satu kali penjualannya. Pengrajin kopra menjual kopra mereka ke pedagang pengumpul kecil dengan harga Rp. 6.500/Kg. Pedagang pengumpul kecil menjual kopra mereka sebanyak 2.000 Kg per satu kali penjualannya. Pedagang pengumpul kecil menjual kopra mereka ke pedagang pengumpul besar dengan harga Rp. 8.500/Kg nya. Pedagang pengumpul besar menjual kopra mereka sebanyak 6.000 Kg per satu kali penjualannya. Pedagang pengumpul besar menjual kopra mereka dengan harga Rp. 11.000/Kg nya ke konsumen akhir.

Dari penjelasan diatas, pengrajin menjual Kopra olahan mereka dengan jumlah penjualan (Volume) sebanyak 250 Kg ke Pedagang Pengumpul Kecil yang ada di Kecamatan Banggae dengan harga Rp. 6.500 per Kgnya dengan dibayar secara tunai oleh Pedagang Pengumpul Kecil. Setelah mendapatkan kopra dari pengrajin kopra, Pedagang Pengumpul Kecil menjual kopra mereka ke Pedagang Pengumpul Besar dengan jumlah penjualan (Volume) sebanyak 2.000 Kg dengan harga Rp. 8.500 per Kgnya. cara pembelian Kopra yang dilakukan oleh Pedagang Pengumpul Kecil pada saluran II ini sama seperti pada saluran I, sedangkan cara

pembelian yang dilakukan oleh Pedagang Pengumpul Besar yaitu para Pedagang Pengumpul Kecil mendatangi langsung Pedagang Pengumpul Besar dan menjual kopra mereka sehingga Pedagang Pengumpul Kecil mengeluarkan biaya transportasi yang lebih kecil dibanding pada saluran I. Setelah itu, Pedagang Pengumpul Besar menjual kopra yang mereka dapatkan dari Pedagang Pengumpul Kecil dengan jumlah (Volume) sebanyak 6.000 Kg ke Pabrik Sampoerna dan Gudang 88 yang ada di Makassar dengan mendatangi langsung Pabrik Sampoerna dan Gudang 88 dengan harga Rp. 11.000 per Kgnya. Sehingga Pedagang Pengumpul Besar mengeluarkan biaya transportasi.

5.3.2. Margin Pemasaran

Margin Pemasaran Kopra adalah selisih harga ditingkat Pengrajin Kopra dengan harga di tingkat Konsumen akhir di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene. Untuk mengetahui Margin Pemasaran di setiap lembaga, maka pertama harus diketahui adalah harga jual dan harga di setiap tingkat saluran pemasaran masing-masing yang berlaku di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene. Adapun besaran Margin Pemasaran yang ada di Kecamatan banggae Kabupaten Majene sudah tertera di Tabel 14 dibawah ini :

Tabel 14. Margin yang terdapat pada setiap Saluran Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

No	Uraian	Saluran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	Pengrajin Kopra	I	-	6.500	-
2	Pedagang Pengumpul Kecil	I	6.500	11.000	4.500
3	Konsumen/Industri	I	11.000	-	
Total Margin					4.500
No	Uraian	Saluran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	Pengrajin Kopra	II	-	6.500	-
2	Pedagang Pengumpul Kecil	II	6.500	8.500	2.000
3	Pedagang Pengumpul Besar	II	8.500	11.000	2.500
4	Konsumen/Industri	II	11.000	-	
Total Margin					4.500

Sumber : Data Primer Diolah, 2020.

Pada Tabel 14, menunjukkan pada saluran pemasaran I, pengrajin kopra menjual kopra olahan mereka dengan harga Rp. 6.500/Kgnya tanpa melakukan pembelian kopra. Selanjutnya, pedagang pedagang pengumpul kecil membeli kopra hasil olahan pengrajin kopra dengan harga Rp. 6.500/Kgnya. Selanjutnya, pedagang pengumpul kecil menjual kopra mereka ke Konsumen/Industri dengan harga Rp. 11.000/Kgnya yang telah ditentukan oleh standar Industri. Sehingga, pada saluran pemasaran I memiliki Harga Margin Pemasaran antara pengrajin kopra dengan konsumen/Industri sebesar Rp. 4.500/Kgnya.

Pada saluran pemasaran II, pengrajin kopra menjual kopra hasil olahan mereka dengan harga Rp. 6.500/Kgnya tanpa melakukan pembelian kopra. Selanjutnya, pedagang pengumpul kecil melakukan pembelian kopra dari pengrajin kopra dengan harga Rp. 6.500/Kgnya. Selanjutnya, pedagang pengumpul kecil melakukan penjualan ke Pedagang pengumpul besar dengan harga

Rp. 8.500/Kgnya, harga ini didapatkan berdasarkan penawaran harga dari pedagang pengumpul besar. Selanjutnya pedagang pengumpul besar menjual kopra mereka ke konsumen/Industri dengan harga Rp. 11.000/Kgnya yang telah ditentukan oleh Konsumen/Industri. Sehingga, saluran pemasaran II memiliki Margin harga antara pengrajin kopra dengan konsumen akhir (Industry) sebesar Rp. 4.500/Kg.

Berdasarkan penjelasan diatas, menunjukkan margin pemasaran antara saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II itu sama, walaupun adanya perpanjangan jalur pemasaran. Pada saluran pemasaran I memiliki Margin sebesar Rp. 4.500/Kg dan pada saluran pemasaran II memiliki Margin sebesar Rp. 4.500/Kg juga. Hal ini disebabkan karena pada saluran pemasaran I, Pedagang Pengumpul Kecil langsung menjual kopra mereka ke pabrik yang ada di Kota Makassar, sedangkan pada saluran pemasaran II, pedagang pengumpul kecil menjual kopra mereka ke pedagang pengumpul besar, disinilah terjadi penurunan harga, sehingga mempengaruhi besaran margin.

5.3.3. Biaya Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting setelah selesainya proses produksi pertanian. Kondisi pemasaran menimbulkan suatu siklus atau lingkaran pasar suatu komoditas. Bila pemasaran tidak lancar dan tidak memberikan harga yang tidak layak bagi petani maka kondisi ini akan mempengaruhi motivasi petani. Bila pemasaran tidak baik yang di sebabkan oleh daerah sentral produksi yang terkecil, tidak ada pasar, rantai pemasaran terlalu panjang, atau ada hanya satu pembeli dan lain sebagainya. Kondisi seperti ini pasti merugikan pihak produsen (Daniel, 2002).

Proses pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene mencakup dari sejumlah Pengeluaran. Pengeluaran tersebut dilakukan untuk keperluan pelaksanaan yang berhubungan dengan pemasaran kopra dari pengrajin maupun dari pedagang ke konsumen. Masing – masing saluran memerlukan biaya tertentu, meliputi biaya tenaga kerja (Pengemasan Dan Pengangkutan), biaya kemasan (Wadah/Kg) dan biaya transportasi yang semuanya dihitung dalam satuan Rupiah per Kilogram. Biaya saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene sudah tersedia pada Tabel 15 dibawah ini :

Tabel 15. Biaya Pemasaran pada setiap saluran pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

No	Uraian	Saluran	Rata – rata Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)	Rata – rata Biaya Kemasan (Rp/Kg)	Rata – rata Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	Pengrajin Kopra	I	337	30	45	412
2	Pedagang Pengumpul Kecil	I	255	30	1.250	1.535
Total Biaya Pemasaran						1.947
No	Uraian	Saluran	Rata – rata Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)	Rata – rata Biaya Kemasan (Rp/Kg)	Rata – rata Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	Pengrajin Kopra	II	255	30	42	327
2	Pedagang Pengumpul Kecil	II	225	-	600	825
3	Pedagang Pegumpul Besar	II	312	30	833	1.175
Total Biaya Pemasaran						2.327

Sumber : Data Primer Diolah, 2020.

Pada Table 15, pada saluran I, Pengrajin Kopra mengeluarkan biaya rata – rata tenaga kerja sebesar Rp. 337/Kg, biaya rata - rata kemasan sebesar Rp. 30/Kg dan biaya rata - rata transportasi sebesar Rp. 45/Kg dengan total biaya pemasaran untuk pengrajin pada saluran I adalah sebesar Rp. 412/Kg. Selanjutnya, pada pedagang pengumpul kecil, pedagang pengumpul kecil mengeluarkan biaya rata – rata tenaga

kerja sebesar Rp. 255/Kg, biaya rata - rata kemasan sebesar Rp. 30/Kg dan biaya rata - rata transportasi sebesar Rp. 1.250/Kg. Sehingga total biaya pemasaran pedagang pengumpul kecil pada saluran I sebesar Rp. 1.535/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 1.947/Kg.

Pada saluran II, pengrajin mengeluarkan biaya yang sama seperti pada saluran I, meliputi biaya rata - rata tenaga kerja sebesar Rp. 255/Kg, biaya kemasan sebesar Rp. 30/Kg, dan biaya rata - rata transportasi sebesar Rp. 42/Kg. Sehingga total biaya pemasaran pengrajin pada saluran II adalah sebesar Rp. 327/Kg. Selanjutnya, pedagang pengumpul kecil mengeluarkan biaya rata - rata tenaga kerja sebesar Rp. 225/Kg dan biaya rata - rata transportasi sebesar Rp. 600/Kg. Sehingga, total biaya pemasaran pedagang pengumpul kecil pada saluran II adalah sebesar Rp. 825/Kg. Selanjutnya, pedagang pengumpul besar mengeluarkan biaya rata - rata tenaga kerja sebesar Rp. 312/Kg, biaya rata - rata kemasan sebesar Rp. 30/Kg dan biaya rata - rata transportasi sebesar Rp. 833/Kg. Sehingga, total biaya pemasaran pedagang pengumpul besar adalah sebesar Rp. 1.175/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran II sebesar Rp. 2.327/Kg.

Pada penjelasan diatas, menunjukkan bahwa biaya pemasaran yang paling rendah ialah pada biaya pemasaran saluran I, Rata - rata sebesar Rp.1.947/Kg yang meliputi Biaya Tenaga Kerja, Biaya Kemasan (Wadah/Kg) dan biaya Transportasi. Pada saluran pemasaran I, dalam pemasaran Kopra, pengrajin kopra mengeluarkan biaya tenaga kerja sebesar Rp. 337/Kg, biaya rata - rata kemasan sebesar Rp.30/Kg. Pengrajin kopralah yang membawa hasil kopra olahan mereka ke pedagang Pengumpul menggunakan gerobak yang ditarik oleh motor, sehingga pengrajin

mengeluarkan biaya rata - rata Transportasi sebesar Rp.45/Kg. Transaksi dilakukan di tempat pedagang pengumpul kecil. Pedagang pengumpul kecil mengeluarkan biaya rata - rata tenaga kerja sebesar Rp.225/Kg, biaya rata – rata kemasan sebesar Rp.30/Kg, dan biaya rata - rata transportasi sebesar Rp.1.250/Kg. biaya yang paling besar dikeluarkan oleh pedagang pengumpul Kecil ialah biaya transportasi, karena pedagang pengumpul kecil mengantarkan langsung kopra yang dia miliki ke Kota Makassar dengan menyewa Truck.

Pada saluran II, Biaya Pemasaran total sebesar Rp.2.527/Kg. Dengan ini dapat menunjukkan biaya pemasaran yang tertinggi berada di Saluran pemasaran II. Hal ini dikarenakan panjangnya jalur saluran pemasaran yang dilewati hingga sampai ke konsumen, hal ini sesuai dengan pendapat Dillon (2008), yang menyatakan bahwa semakin banyak kelembagaan tataniaga yang terlibat dalam pemasaran suatu produk (atau dapat disebut semakin panjang saluran tataniaga), maka semakin tinggi biaya pemasaran komoditi tersebut. Mengakibatkan semua kelembagaan tataniaga yang terlibat tersebut akan mengambil balas jasa berupa keuntungan (profit) dari kegiatan tataniaga yang dilakukan, dan biaya ini akan dibebankan kepada konsumen akhir.

Biaya Pemasaran II meliputi Biaya Tenaga Kerja, Biaya Kemasan (Wadah/Kg) dan Biaya Transportasi. Pada saluran II, Pengrajin mengeluarkan biaya rata - rata tenaga Kerja sebesar Rp.120/Kg, biaya rata - rata kemasan sebesar Rp.30/Kg, dan biaya rata - rata transportasi sebesar Rp.42/Kg. pengrajin mengeluarkan biaya transportasi karena pengrajin kopra mengantarkan kopra hasil olahan mereka ke Pedagang Pengumpul Kecil menggunakan gerobak yang ditarik motor dan

melakukan transaksi di tempat pedagang pengumpul kecil. Pedagang pengumpul kecil mengeluarkan biaya rata – rata tenaga kerja sebesar Rp.225/Kg, biaya tenaga kerja pedagang pengumpul kecil di saluran pemasaran II lebih kecil dibanding biaya tenaga kerja pada pedagang pengumpul kecil di saluran pemasaran I dikarenakan upah harian dari biaya tenaga kerja pedagang pengumpul kecil di saluran pemasaran II lebih kecil dibanding pedagang pengumpul kecil di saluran pemasaran I walau jam kerja dan hari kerjanya sama. Selanjutnya, biaya rata - rata transportasi sebesar Rp.600/Kg. Pedagang pengumpul kecil mengantarkan kopra mereka ke pedagang pengumpul besar dengan menyewa mobil pick up sebanyak 2 buah. Selanjutnya, pedagang pengumpul besar mengeluarkan biaya rata - rata tenaga kerja sebesar Rp.312/Kg, biaya rata - rata kemasan sebesar Rp.30/Kg. Pedagang pengumpul besar mengantarkan kopra mereka ke Kota Makassar dengan menyewa Mobil Truk sehingga pedagang pengumpul besar mengeluarkan biaya rata - rata transportasi sebesar Rp.833/Kg.

5.3.4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran adalah nisbah antara total nilai biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan. Saluran pemasaran dapat diketahui efisien apabila nilai efisien <50% dan tidak efisien apabila nilai >50%. Efisiensi setiap saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene sudah tersedia di Tabel 16 dibawah ini :

Tabel 16. Tingkat Efisiensi di Setiap Saluran Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

No	Saluran Pemasaran	Total Biaya (Rp/Kg)	Total Nilai Jual (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1	I	1.947	11.000	17,7
2	II	2.327	11.000	21,1

Sumber : Data diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 16 diatas, pada saluran I memiliki biaya total sebesar Rp. 1.947/Kg dengan total nilai penjualan sebesar Rp. 11.000/Kg. Sehingga, pada saluran I memiliki tingkat efisiensi sebesar 17,7%. Sedangkan, pada saluran II memiliki biaya total sebesar Rp. 2.327/Kg, jauh lebih tinggi dibanding biaya total pada saluran I dan memiliki total nilai penjualan sebesar Rp. 11.000/Kg. Sehingga tingkat efisiensi pada saluran II sebesar 21,1%.

Berdasarkan teori dari Soekartwai (2002), menyatakan bahwa jika efisiensi kurang dari 50% maka tergolong dalam kategori efisien. Tingkat efisiensi pada saluran pemasaran I sebesar 17,7% dan tingkat efisiensi pada saluran pemasaran II sebesar 21,1%. Tingkat efisiensi pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II termasuk efisien karena masuk dalam kriteria $<50\%$, seperti yang dikatakan Roesmawati (2011), bahwa untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada setiap saluran saluran pemasaran yang terlibat ditentukan dengan rkaidah keputusan pada efisiensi pemsaran : 1. $0\% - 33\% =$ Efisien , 2. $34\% - 67\% =$ kurang efisien , 3. $68\% - 100\% =$ tidak efisien.

Pada tingkat efisiensi saluran pemasaran I tergolong jauh lebih efisien karena biaya pemasaran yang lebih rendah dibanding saluran pemasaran II. Karena pada saluran pemasaran I, setelah pengrajin kopra menjual kopra olahan mereka ke

pedagang pengumpul kecil, pedagang pengumpul kecil langsung menjual kopra mereka ke konsumen/industry yang ada di Kota Makassar. Sedangkan pada saluran pemasaran II, pedagang pengumpul kecil tidak langsung menjual kopra mereka ke konsumen/industry, tetapi menjual kopra mereka ke pedagang pengumpul besar, sehingga terjadinya perpanjangan saluran pemasaran dan membuat adanya penambahan biaya pemasaran.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah di jelaskan diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat 2 bentuk saluran pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene, yaitu :
 - a. Pengrajin Kopra – Pedagang Pengumpul Kecil – Konsumen/Industri
 - b. Pengrajin Kopra – Pedagang Pengumpul Kecil – Pedagang Pengumpul Besar – Konsumen/Industri
2. Besaran margin pada kedua saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene ini memiliki jumlah yang sama yaitu Rp. 4.500 Rp/Kg, hal ini dikarenakan pada saluran pemasaran II terdapat penurunan harga diantara Pedagang Pengumpul Kecil dan Pedagang Pengumpul Besar.
3. Efisiensi pada setiap saluran pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene ini terbilang sama – sama efisien, namun saluran pemasaran yang paling efisien ada pada saluran pemasaran I dengan tingkat efisien 17,7%.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian ini, adapun saran yang ingin disampaikan, yaitu :

1. Untuk pengrajin, sebaiknya untuk menjual langsung Kopra olahan mereka ke pabrik, walau tidak adanya transportasi pribadi tapi bisa lewat dengan menyewa transportasi.

2. Untuk pemerintah, sebisaanya dapat memberikan perhatian dalam memfasilitasi pemasaran kopra.



DAFTAR PUSTAKA

- Amin, sarmidi. 2009. *COCOPRENEURSHIP. Aneka Peluang Bisnis dari Kelapa*. Lily Publisher. Yogyakarta
- Crawford & De Benedetto. 2000. *Marketing*. New York : McGraw-Hill.
- Daniel, M., 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta
- Dilon.H.S., 2008. Manajemen Distribusi Produk Produk Agroindustri. Percetakan. TI-ITS Jakarta
- Elly Jumiati, 2013. Analisis pemasaran dan margin pemasaran kelapa dalam di daerah perbatasan Kalimantan Timur.
- Iksan Minhar, 2016. Analisis pemasaran kopra di Desa Tambu Kecamatan Baleesang Kabupaten Donggala.
- Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisis Millenium Jilid 2. PT. Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran : Marketing Management 9e*.PT.Prenhallindo.Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Prentice Hall Jakarta.
- Muhammad Sabir Laba, 2019. Analisis tataniaga kopra di Desa Lampoko Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar.
- Palungkun, Rony. 2006. *Sukses beternak cacing*.Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rachmawan, Obin. 2001. *Pengeringan, Pendinginan dan Pengemasan Komoditas Pertanian*.Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta.
- Roesmawaty, H. 2011. *Analisa efisiensi pemasaran pisang di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogankomering Ulu*. Jurnal Agrobisnis.3(5) : 1-9.
- Sitti Arwati dan Asriyanti Syarif, 2016. Sistem Pemasaran dan Nilai Tambah Produk OLahan Ubi Jalar Kecamatan Polongbengkeng Utara Kabupaten Takalar. *Jurnal Galung Tropika*. 5(3) : 178 – 190.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Kelima. Yogyakarta, Liberty.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip – prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil – hasil Pertanian : Teori dan aplikasinya*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.

Widianti, Noor dan Goni, 2008. *Agribisnis Tanaman Perkebunan*. Penerbar Swadaya. Jakarta.





Lampiran 1. Kuisoner Penelitian.

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN KOPRA DI KECAMATAN BANGGAE KABUPATEN MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT

Kuisoner Responden Pengrajin Kopra

A. Identitas Responden

1. Nama
2. Alamat
3. Umur(Tahun)
4. Jenis Kelamin
5. Pendidikan Formal Terakhir
6. Pekerjaan : a) Utama b) Sampingan
7. Jumlah Tanggungan Keluarga(Orang)
8. Kelompok Tani
9. Pengalaman Usahatani Kopra(Tahun)

B. Usahatani

1. Luas Lahan(Ha)
2. Status Lahan
3. Produksi Rata-rata butir kelapa kopra/pohon
4. Volume butir kelapa per Kg Kopra
5. Volume Penjualan Kopra/Satu kali Siklus(Kg)
6. Harga jual per Kg Kopra(Rp./Kg)

C. Biaya Pemasaran

1. Biaya Tenaga Kerja :
 - a) Jumlah Tenaga Kerja : Pria Wanita
 - b) Jam Kerja(Jam)
 - c) Hari kerja(Hari)
 - d) Upah/Hari(Rp)
 - e) Biaya Tenaga Kerja(Rp)
2. Biaya Kemasan (Berapa Kg/Wadah)(Rp)
3. Biaya Tranportasi(Rp)
4. Biaya lain-lain(Rp)

Total Biaya(Rp)

- i. Biaya Tenaga Kerja = Upah x Jumlah Tenaga Kerja x Hari Kerja
- ii. Biaya Tenaga Kerja/kg = $\frac{\text{Upah} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Hari Kerja}}{\text{Volume Produksi}}$

D. Pertanyaan Pendukung

1. Frekuensi Pemasaran Kopra (Kali/Bulan) ?
.....
.....
2. Jenis Kopra yang bapak jual (Hitam/Putih) ?
.....
.....
3. Harga berdasarkan jenis kopra yang bapak jual (Hitam/Putih) ?
.....
.....
4. Hal-hal apa saja yang mempengaruhi harga jual kopra ?
.....
.....
5. Apakah Bapak Melakukan pembelian kelapa kopra ? (YA/TIDAK)
Jika Ya, Dimanakah Bapak membelinya ?
.....
.....
6. Berapakah Harga pembelian Kelapa Kopra tersebut ? (Rp/Kg)
.....
.....
7. Berapa jumlah (Kg) rata-rata kelapa Kopra yang bapak beli ?
.....
.....
8. Kemana sajakah bapak memasarkan kopra olahan bapak ?
.....
.....
9. Berapakah jumlah (Kg) rata-rata kopra yang bapak jual ?
.....
.....
10. Dalam memasarkan kopra olahan bapak, apakah bapak memasarkan melalui pedagang pengumpul ? (YA/TIDAK)
Jika Ya, berapa jumlah rata-rata yang bapak pasarkan ke pedagang pengumpul tersebut ?
.....
.....
11. Berapa banyak pedagang pengumpul yang bapak ketahui ?
.....
.....
12. Dalam memasarkan kopra olahan bapak, apakah bapak memasarkan langsung ke pabrik atau industry pengolahan Kopra ? (YA/TIDAK)
Jika Ya, berapa jumlah rata-rata kopra yang bapak pasarkan ke pabrik atau industry pengolahan kopra tersebut ?
.....
.....

13. Berapa banyak pabrik atau industry pengolahan kopra yang bapak ketahui ?
.....
.....
14. Apakah bapak memiliki ikatan kerja sama dengan pabrik atau industry pengolahan kopra ? (YA/TIDAK)
.....
15. Apa saja yang menjadi kendala dalam pemasaran kopra olahan bapak ?
.....
.....
16. Apa saja langkah yang bapak lakukan untuk mengantisipasi dalam kendala pemasaran kopra yang bapak olah ?
.....
17. Apakah bapak selalu mencari informasi pasar ? (YA/TIDAK)
Jika Ya, dari mana informasi pasar yang bapak peroleh ?
.....
.....
18. Bagaimanakah system penjualan kopra yang bapak kelolah (Pesanan/Langsung/Yang lain) ?
.....
19. Bagaimanakah system pembayaran yang berlangsung saat transaksi jual beli kopra yang bapak kelolah (Tunai/Kredit/Yang lain) ?
.....
.....

Kuisoner Responden Pedagang Pengumpul Kecil Kopra

A. Identitas Responden

1. Nama
2. Alamat
3. Umur(Tahun)
4. Jenis Kelamin
5. Pendidikan Formal Terakhir
6. Pekerjaan : a) Utama : b) Sampingan :
7. Menjadi pedagang pengumpul sejak tahun(Tahun)

B. Karakteristik Usaha

1. Komoditas yang diperdagangkan
2. Harga pembelian Per Kg Kopra(Rp/Kg)
3. Harga penjualan Per Kg Kopra(Rp/Kg)
4. Volume rata-rata pembelian Kopra(Kg)
5. Volume rata-rata penjualan Kopra(Kg)

C. Biaya Pemasaran

1. Biaya Tenaga Kerja :
 - a. Jumlah Tenaga Kerja : Pria Wanita
 - b. Jam Kerja(Jam)
 - c. Hari kerja(Hari)
 - d. Upah/Hari(Rp)
 - e. Biaya Tenaga Kerja(Rp)
2. Biaya Kemasan (Berapa Kg/Wadah)(Rp)
3. Biaya Transportasi(Rp)
- Total Biaya**(Rp/Kg)

i. $\text{Biaya Tenaga Kerja} = \text{Upah} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Hari Kerja}$

ii. $\text{Biaya Tenaga Kerja/kg} = \frac{\text{Upah} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Hari Kerja}}{\text{Volume Produksi}}$

D. Pertanyaan Pendukung

1. Frekuensi Pemasaran Kopra (Kali/Bulan) ?
.....
.....
2. Jenis Kopra yang bapak beli (Hitam/Putih) ?
.....
.....
3. Harga Kopra yang bapak beli (Hitam/Putih) ?
.....
.....
4. Jenis Kopra yang bapak jual (Hitam/Putih) ?
.....
.....

-
-
5. Harga berdasarkan jenis Kopra yang bapak jual (Hitam/Putih) ?
-
-
6. Wilayah penjualan kopra (Dalam wilayah dan luar wilayah) ?
-
-
7. Bagaimana cara bapak menentukan harga ?
-
-
8. Bagaimana system pembelian kopra yang bapak lakukan ?
(Pesanan/langsung/ yang lain)
-
-
9. Bagaimana system penjualan kopra yang bapak lakukan ?
(Pesanan/langsung/ yang lain)
-
-
10. Apakah kopra yang bapak miliki langsung dipasarkan ? (YA/TIDAK)
-
-
11. Apakah bapak melakukan penyimpanan kopra sebelum kopra tersebut dipasarkan ? (YA/TIDAK)
-
-
12. Berapa lama kopra disimpan lalu dipasarkan ?
-
-
13. Apakah bapak memasarkan kopra bapak ke pedagang pengecer ?
(YA/TIDAK)
Jika Ya, Berapa jumlah (Kg) rata-rata yang bapak pasarkan ke pedagang pengecer ?
-
-
14. Apakah bapak memiliki ikatan kerja sama dengan pedagang pengecer ?
(YA/TIDAK)
-
-
15. Apakah bapak memasarkan kopra bapak ke pabrik atau industry pengolahan kopra ? (YA/TIDAK)
Jika Ya, berapa jumlah (Kg) rata-rata kopra yang bapak pasarkan ke industry atau pabrik pengolahan kopra tersebut ?
-
-

16. Apakah bapak memiliki ikatan kerja sama dengan industry atau pabrik pengolahan kopra ? (YA/TIDAK)

17. Bagaimana system pembayaran saat bapak melakukan transaksi jual beli kopra ? (Kredit/tunai/ yang lain)

.....

.....



Kuisoner Responden Pedagang Pengumpul Besar Kopra

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Umur : (Tahun)
4. Jenis Kelamin :
5. Pendidikan Formal Terakhir :
6. Pekerjaan : a) Utama : b) Sampingan :
7. Menjadi pedagang pengecer sejak tahun : (Tahun)

B. Karakteristik Usaha

1. Komoditas yang diperdagangkan :
2. Harga pembelian Per Kg Kopra : (Rp/Kg)
3. Harga penjualan Per Kg Kopra : (Rp/Kg)
4. Volume rata-rata pembelian Kopra : (Kg)
5. Volume rata-rata penjualan Kopra : (Kg)

C. Biaya Pemasaran

1. Biaya Tenaga Kerja :
 - a. Jumlah Tenaga Kerja : Pria Wanita :
 - b. Jam Kerja : (Jam)
 - c. Hari kerja : (Hari)
 - d. Upah/Hari : (Rp)
 - e. Biaya Tenaga Kerja : (Rp)
2. Biaya Kemasan (Berapa Kg/Wadah) : (Rp)
3. Transportasi : (Rp)
- Total Biaya** : (Rp/Kg)

- i. Biaya Tenaga Kerja = $\text{Upah} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Hari Kerja}$
- ii. $\text{Biaya Tenaga Kerja/kg} = \frac{\text{Upah} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Hari Kerja}}{\text{Volume Produksi}}$

D. Pertanyaan Pendukung

1. Frekuensi Pemasaran Kopra (Kali/Bulan) ?
.....
.....
2. Jenis Kopra yang bapak beli (Hitam/Putih) ?
.....
.....
3. Harga Kopra yang bapak beli (Hitam/Putih) ?
.....
.....
4. Jenis Kopra yang bapak jual (Hitam/Putih) ?
.....
.....

5. Harga berdasarkan jenis Kopra yang bapak jual (Hitam/Putih)?
6. Wilayah penjualan kopra (Dalam wilayah dan luar wilayah)?
7. Bagaimana cara bapak menentukan harga?
8. Bagaimana system pembelian kopra yang bapak lakukan?
(Pesanan/langsung/ yang lain)
9. Bagaimana system penjualan kopra yang bapak lakukan?
(Pesanan/langsung/ yang lain)
10. Apakah kopra yang bapak miliki langsung dipasarkan? (YA/TIDAK)
11. Apakah bapak melakukan penyimpanan kopra sebelum kopra tersebut dipasarkan? (YA/TIDAK)
12. Berapa lama kopra disimpan lalu dipasarkan?
13. Apakah bapak memiliki ikatan kerja sama dengan pedagang pengumpul?
(YA/TIDAK)
14. Apakah bapak memasarkan kopra bapak ke pabrik atau industry pengolahan kopra? (YA/TIDAK)
Jika Ya, berapa jumlah (Kg) rata-rata kopra yang bapak pasarkan ke industry atau pabrik pengolahan kopra tersebut?
15. Apakah bapak memiliki ikatan kerja sama dengan industry atau pabrik pengolahan kopra? (YA/TIDAK)
16. Bagaimana system pembayaran saat bapak melakukan transaksi jual beli kopra? (Kredit/tunai/ yang lain)

17. Apakah bapak juga melakukan pengolahan lanjut dari kopra tersebut ?
(YA/TIDAK)

Jika Ya, pengolahan apa yang bapak lakukan dari kopra tersebut ?

.....
.....



Lampiran 2. Peta Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.



Lampiran 3. Identitas Responden Pengrajin Kopra.

No	Nama Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan	Tanggungjawab Keluarga	Pengalaman (Tahun)	Produksi (Kg)
1	Murpi	38	SMP	3	5	250
2	Yusuf	39	SMP	3	6	250
3	Samsiah	42	SMP	3	6	200
4	Rukman	51	SMP	4	7	250
5	Muh. Adli	34	SMA	3	5	200
6	M. Farid	47	SMP	4	7	250
7	Dzulkifli	44	SMP	3	6	250
8	Iwan	42	SMP	2	6	250
9	A. Hamzah	40	SMP	3	6	250
10	Muzakkir	29	SMP	2	4	200
11	Rusman	28	SMA	2	4	200
12	Abdul Hakim	53	SMP	5	9	2.000
13	Pammudin	56	SMP	4	10	2.000
14	Mulyadi	44	SMP	4	10	6.000

Lampiran 4. Saluran Pemasaran Kopra Responden.

Saluran Pemasaran I	Nama Responden	Jumlah (Orang)
Pengrajin Kopra ↓ Pedagang Pengumpul Kecil	Murpi Yusuf Samsiah Rukman Muh. Adli Rusman Dzulkifli Muzakkir Abdul Hakim	9

Saluran Pemasaran II	Nama Responden	Jumlah (Orang)
Pengrajin Kopra ↓ Pedagang Pengumpul Kecil ↓ Pedagang Pengumpul Besar	Murpi Yusuf M. Farid Rukman Muh. Adli A. Hamzah Iwan Dzulkifli Pammudin Mulyadi	10

Lampiran 5. Margin Pemasaran pada setiap saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene

No	Uraian	Saluran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	Pengrajin Kopra	I	-	6.500	-
2	Pedagang Pengumpul Kecil	I	6.500	11.000	4.500
3	Konsumen/Industri	I	11.000	-	
Total Margin					4.500
No	Uraian	Saluran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	Pengrajin Kopra	II	-	6.500	-
2	Pedagang Pengumpul Kecil	II	6.500	8.500	2.000
3	Pedagang Pengumpul Besar	II	8.500	11.000	2.500
4	Konsumen/Industri	II	11.000	-	
Total Margin					4.500

Lampiran 6. Biaya Tenaga Kerja Pengemasan responden Saluran Pemasaran I.

- i. Biaya Tenaga Kerja = Upah x Jumlah Tenaga Kerja x Hari Kerja
- ii. Biaya Tenaga Kerja/kg = $\frac{\text{Upah} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Hari Kerja}}{\text{Volume Produksi}}$

No	Nama Responden	Volume Produksi (Kg)	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Hari Kerja	Upah/Hari (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Tenaga Kerja/Kg (Rp/Kg)
1	Murpi	250	2	1	15.000	30.000	120
2	Yusuf	250	2	1	15.000	30.000	120
3	Samsiah	200	2	1	15.000	30.000	150
4	Rukman	250	2	1	15.000	30.000	120
5	Muh. Adli	200	2	1	15.000	30.000	150
6	Dzulkifli	250	2	1	15.000	30.000	120
7	Rusman	200	2	1	15.000	30.000	150
8	Muzakkir	200	2	1	15.000	30.000	150
9	Abdul Hakim	2.000	4	1	85.000	340.000	170

Lampiran 7. Biaya Tenaga Kerja Pengangkutan responden Saluran Pemasaran I.

- i. Biaya Tenaga Kerja = Upah x Jumlah Tenaga Kerja x Hari Kerja
- ii. Biaya Tenaga Kerja/kg = $\frac{\text{Upah} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Hari Kerja}}{\text{Volume Produksi}}$

No	Nama Responden	Volume Produksi (Kg)	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Hari Kerja	Upah/Hari (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Tenaga Kerja/Kg (Rp/Kg)
0	Murpi	250	2	1	15.000	30.000	120
2	Yusuf	250	2	1	15.000	30.000	120
3	Samsiah	200	2	1	15.000	30.000	150
4	Rukman	250	2	1	15.000	30.000	120
5	Muh. Adli	200	2	1	15.000	30.000	150
6	Dzulkifli	250	2	1	15.000	30.000	120
7	Rusman	200	2	1	15.000	30.000	150
8	Muzakkir	200	2	1	15.000	30.000	150
	Abdul Hakim	2.000	2	1	85.000	170.000	85

Lampiran 8. Total Biaya Tenaga Kerja Responden Saluran Pemasaran I.

No	Nama Responden	Biaya Tenaga Kerja Pengemasan (Rp)	Biaya Tenaga Kerja Pengangkutan (Rp)	Total Biaya Tenaga Kerja (Rp)
1	Murpi	30.000	15.000	45.000
2	Yusuf	30.000	15.000	45.000
3	Samsiah	30.000	15.000	45.000
4	Rukman	30.000	15.000	45.000
5	Muh. Adli	30.000	15.000	45.000
6	Dzulkifli	30.000	15.000	45.000
7	Rusman	30.000	15.000	45.000
8	Muzakkir	30.000	15.000	45.000
9	Abdul Hakim	340.000	170.000	510.000

Lampiran 9. Total Biaya Tenaga Kerja per Kilogram (Rp/Kg) Responden Saluran Pemasaran I.

No	Nama Responden	Biaya Tenaga Kerja Pengemasan/Kg (Rp/Kg)	Biaya Tenaga Kerja Pengangkutan/Kg (Rp/Kg)	Total Biaya Tenaga Kerja/Kg (Rp/Kg)
1	Murpi	120	120	240
2	Yusuf	120	120	240
3	Samsiah	150	150	300
4	Rukman	120	120	240
5	Muh. Adli	150	150	300
6	Dzulkifli	120	120	240
7	Rusman	150	150	300
8	Muzakkir	150	150	300
9	Abdul Hakim	170	85	255

Lampiran 10. Biaya Kemasan Responden Saluran Pemasaran I.

$$BIAYA/Kg = \frac{TOTAL\ BIAYA}{VOLUME\ PRODUKSI}$$

No	Nama Responden	Volume Produksi (Kg)	Rincian	Harga (Rp)	Jumlah	Total Biaya (Rp)	Biaya/Kg (Rp/Kg)
1	Murpi	250	Karung	1.500	5	7.500	30
2	Yusuf	250	Karung	1.500	5	7.500	30
3	Samsiah	200	Karung	1.500	4	6.000	30
4	Rukman	250	Karung	1.500	5	7.500	30
5	Muh. Adli	200	Karung	1.500	4	6.000	30
6	Dzulkifli	250	Karung	1.500	5	7.500	30
7	Rusman	200	Karung	1.500	4	6.000	30
8	Muzakkir	200	Karung	1.500	4	6.000	30
9	Abdul Hakim	2.000	Karung	1.500	40	60.000	30

Lampiran 11. Biaya Transportasi Responden Saluran Pemasaran I.

$$BIAYA/Kg = \frac{TOTAL\ BIAYA}{VOLUME\ PRODUKSI}$$

No	Nama Responden	Volume Produksi (Kg)	Rincian	Harga (Rp)	Jumlah	Total Biaya (Rp)	Biaya/Kg (Rp/Kg)
1	Murpi	250	Bensin	10.000	1 L	10.000	40
2	Yusuf	250	Bensin	10.000	1 L	10.000	40
3	Samsiah	200	Bensin	10.000	1 L	10.000	50
4	Rukman	250	Bensin	10.000	1 L	10.000	40
5	Muh. Adli	200	Bensin	10.000	1 L	10.000	50
6	Dzulkifli	250	Bensin	10.000	1 L	10.000	40
7	Rusman	200	Bensin	10.000	1 L	10.000	50
8	Muzakkir	200	Bensin	10.000	1 L	10.000	50
9	Abdul Hakim	2.000	Truk	2.500.000	1 Truk	2.500.000	1.250

Lampiran 12. Biaya Tenaga Kerja Pengemasan Responden Saluran Pemasaran II

- i. Biaya Tenaga Kerja = Upah x Jumlah Tenaga Kerja x Hari Kerja
- ii. Biaya Tenaga Kerja/kg = $\frac{\text{Upah} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Hari Kerja}}{\text{Volume Produksi}}$

No	Nama Responden	Volume Produksi (Kg)	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Hari Kerja	Upah/Hari (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Tenaga Kerja/Kg (Rp/Kg)
1	Murpi	250	2	1	15.000	30.000	120
2	Yusuf	250	2	1	15.000	30.000	120
3	M. Farid	200	2	1	15.000	30.000	150
4	Rukman	250	2	1	15.000	30.000	120
5	Muh. Adli	200	2	1	15.000	30.000	150
6	A.Hamzah	250	2	1	15.000	30.000	120
7	Iwan	250	2	1	15.000	30.000	120
8	Dzulkifli	250	2	1	15.000	30.000	120
9	Pammudin	2.000	4	1	75.000	300.000	150
10	Mulyadi	6.000	6	3	85.000	1.530.000	255

Lampiran 13. Biaya Tenaga Kerja Pengangkutan Responden Saluran Pemasaran II

i. $\text{Biaya Tenaga Kerja} = \text{Upah} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Hari Kerja}$

ii. $\text{Biaya Tenaga Kerja/kg} = \frac{\text{Upah} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Hari Kerja}}{\text{Volume Produksi}}$

Nama Responden	Volume Produksi (Kg)	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Hari Kerja	Upah/Hari (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Tenaga Kerja/Kg (Rp/Kg)
Murpi	250	2	1	15.000	30.000	120
Yusuf	250	2	1	15.000	30.000	120
M. Farid	200	2	1	15.000	30.000	150
Rukman	250	2	1	15.000	30.000	120
Muh. Adli	200	2	1	15.000	30.000	150
A.Hamzah	250	2	1	15.000	30.000	120
Iwan	250	2	1	15.000	30.000	120
Dzulkifli	250	2	1	15.000	30.000	120
Pammudin	2.000	2	1	75.000	150.000	75
Mulyadi	6.000	4	1	85.000	340.000	57

Lampiran 14. Total Biaya Tenaga Kerja Responden Saluran Pemasaran II

No	Nama Responden	Biaya Tenaga Kerja Pengemasan (Rp)	Biaya Tenaga Kerja Pengangkutan (Rp)	Total Biaya Tenaga Kerja (Rp)
1	Murpi	30.000	30.000	60.000
2	Yusuf	30.000	30.000	60.000
3	M. Farid	30.000	30.000	60.000
4	Rukman	30.000	30.000	60.000
5	Muh. Adli	30.000	30.000	60.000
6	A.Hamzah	30.000	30.000	60.000
7	Iwan	30.000	30.000	60.000
8	Dzulkifli	30.000	30.000	60.000
9	Pammudin	300.000	150.000	450.000
10	Mulyadi	1.530.000	340.000	1.870.000

Lampiran 15. Total Biaya Tenaga Kerja per Kilogram (Rp/Kg) Responden Saluran Pemasaran II.

No	Nama Responden	Biaya Tenaga Kerja Pengemasan/Kg (Rp/Kg)	Biaya Tenaga Kerja Pengangkutan/Kg (Rp/Kg)	Total Biaya Tenaga Kerja/Kg (Rp/Kg)
1	Murpi	120	120	240
2	Yusuf	120	120	240
3	M. Farid	150	150	300
4	Rukman	120	120	240
5	Muh. Adli	150	150	300
6	A.Hamzah	120	120	240
7	Iwan	120	120	240
8	Dzulkifli	120	120	240
9	Pammudin	150	75	225
10	Mulyadi	255	57	312

Lampiran 16. Biaya Kemasan Responden Saluran Pemasaran II.

$$BIAYA/Kg = \frac{TOTAL\ BIAYA}{VOLUME\ PRODUKSI}$$

No	Nama Responden	Volume Produksi (Kg)	Rincian	Harga (Rp)	Jumlah	Total Biaya (Rp)	Biaya/Kg (Rp/Kg)
1	Murpi	250	Karung	1.500	5	7.500	30
2	Yusuf	250	Karung	1.500	5	7.500	30
3	M. Farid	200	Karung	1.500	4	6.000	30
4	Rukman	250	Karung	1.500	5	7.500	30
5	Muh. Adli	200	Karung	1.500	4	6.000	30
6	A.Hamzah	250	Karung	1.500	5	7.500	30
7	Iwan	250	Karung	1.500	4	6.000	30
8	Dzulkifli	250	Karung	1.500	4	6.000	30
9	Pammudin	2.000	-	-	-	-	-
10	Mulyadi	6.000	Karung	1.500	120	180.000	30

Lampiran 17. Biaya Transportasi Responden Saluran Pemasaran II.

$$BIAYA/Kg = \frac{TOTAL\ BIAAYA}{VOLUME\ PRODUKSI}$$

No	Nama Responden	Volume Produksi (Kg)	Rincian	Harga (Rp)	Jumlah	Total Biaya (Rp)	Biaya/Kg (Rp/Kg)
1	Murpi	250	Bensin	10.000	1	10.000	40
2	Yusuf	250	Bensin	10.000	1	10.000	40
3	M. Farid	200	Bensin	10.000	1	10.000	50
4	Rukman	250	Bensin	10.000	1	10.000	40
5	Muh. Adli	200	Bensin	10.000	1	10.000	50
6	A.Hamzah	250	Bensin	10.000	1	10.000	40
7	Iwan	250	Bensin	10.000	1	10.000	40
8	Dzulkifli	250	Bensin	10.000	1	10.000	40
9	Pammudin	2.000	Mobil Pick Up	600.000	2	1.200.000	600
10	Mulyadi	6.000	Truck	5.000.000	1	5.000.000	833

Lampiran 18. Biaya pemasaran kopra pada setiap saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

No	Uraian	Saluran	Rata – rata Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)	Rata – rata Biaya Kemasan (Rp/Kg)	Rata – rata Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	Pengrajin Kopra	I	337	30	45	412
2	Pedagang Pengumpul Kecil	I	255	30	1.250	1.535
Total Biaya Pemasaran						1.947
No	Uraian	Saluran	Rata – rata Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)	Rata – rata Biaya Kemasan (Rp/Kg)	Rata – rata Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)
1	Pengrajin Kopra	II	255	30	42	327
2	Pedagang Pengumpul Kecil	II	225	-	600	825
3	Pedagang Pegumpul Besar	II	312	30	833	1.175
Total Biaya Pemasaran						2.327

Lampiran 19. Efisiensi Pemasaran pada setiap saluran pemasaran kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene.

$$\text{Efisiensi Pemasaran} : EPS = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

$$\text{Efisiensi Saluran Pemasaran I} : \frac{1.947}{11.000} \times 100\% = 17,7\%$$

$$\text{Efisiensi Saluran Pemasaran II} : \frac{2.327}{11.000} \times 100\% = 21,1\%$$

No	Saluran Pemasaran	Total Biaya (Rp/Kg)	Total Nilai Jual (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1	I	1.947	11.000	17,7
2	II	2.327	11.000	21,1



Lampiran 20. Proses Wawancara Terhadap Beberapa Pengrajin Kopra



Lampiran 21. Proses Wawancara Terhadap Beberapa Pedagang Pengumpul Kecil dan Besar Kopra

Muh. Fadhil Ramadhan M.N - 105961108116

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

jurnal.unigal.ac.id

4%

2

mesinminyakkelapa.wordpress.com

3%

3

repository.unpas.ac.id

2%

4

www.jurnalpertanianumpi.com

2%

5

erepo.unud.ac.id

2%





IZIN PENELITIAN

Nomor: 280/IP/DPM-PTSP/X/2020

Berdasarkan Peraturan Bupati nomor : 53 Tahun 2018 tentang Pelempahan Kewenangan Penandatanganan Perizinan dan Non Perizinan kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Majene serta membaca surat Rekomendasi Penelitian Dan Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor 070/278/X/2020 Tanggal 5 Oktober 2020 maka pada prinsipnya kami menyetujui dan **MEMBERI IZIN** kepada

N a m a : MUHAMMAD FADHIL RAMADHAN M.N
Pekerjaan : Mahasiswa
Nim : 105961108116
Program Study/Jurusan : S1 Agribisnis
Fakultas/Universitas : Universitas Muhammadiyah Makassar
Alamat : Jln. H.A Mappanyukki No. 91A Kel. Mario
Kec. Mariso Kota Makassar

Untuk melaksanakan Penelitian di Kabupaten Majene dengan Judul
"ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN KOPRA DI KECAMATAN BANGGAE KABUPATEN MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT"
Dengan ketentuan

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan kepada yang bersangkutan diharapkan melapor kepada pemerintah setempat dan atau tempat penelitian yang akan dilaksanakan
2. Penelitian tidak menyimpang dari Izin yang diberikan.
3. Mentaati semua Peraturan-Undang-undang yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat.
4. Menyerahkan 2 (dua) Exemplar copy hasil Penelitian kepada Bupati Majene Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Majene
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati peraturan diatas.

Demikian surat izin ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Dikeluarkan di : Majene

Pada Tanggal : 6 Oktober 2020
Kepala Dinas




M. DJAZULI M. SP. MH
Pangkat : Pembina Utama Muda
Nip / : 19850703 199803 1 007

RIWAYAT HIDUP



MUHAMMAD FADHIL RAMADHAN M.N Lahir di ujung pandang pada tahun 1997. Anak Kedua dari 4 bersaudara, Putra dari Ayahanda Maskur Mustafa dan Ibunda Nurilistyawati.

Pendidikan Formal yang ditempuh penulis adalah SMA Kartika Jaya X-I dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2016 penulis lulus seleksi masuk program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti pendidikan, penulis pernah magang di salah satu cabang Pabrik sawit Astra Agro Lestari Tbk di Mamuju Utara yaitu PT. Letawa pada tahun 2019.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, serta usaha dan disertai Do'a dalam menjalani aktivitas akademik di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul "Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kopra di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat".