

Saluran dan Margin Pemasaran Gula Kelapa di Desa Nambaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong

Marketing Channels and Margins of Coconut Sugar in Nambaru Village, South Parigi District, Parigi Moutong Regency

Endah Wahyuning Asih

Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palu, Indonesia

(*)Email Korespondensi: endahwahyuniasih@gmail.com

Abstrak

Bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) varietas Lembah Palu merupakan salah satu tanaman kelapa (*Cocos nucifera*) merupakan salah satu tanaman industri yang memegang peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Niranya, dapat menghasilkan gula yang terkenal dengan sebutan gula kelapa atau gula jawa atau gula merah. Pemasaran yang melibatkan lembaga pemasaran pada saluran pemasaran gula kelapa yang efektif akan sangat dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran gula kelapa di Desa Nambaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong. Penentuan responden dilakukan dengan cara sengaja (*purposive*). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan kuesioner dan data sekunder berasal dari instansi terkait. Untuk metode analisis data digunakan analisis margin dan total margin. Dari hasil penelitian ditemukan 2 saluran pemasaran gula kelapa di Desa Nambaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong, terdiri dari : saluran 1 yaitu ; Produsen - Pedagang Perantara - Konsumen (pabrik) dengan margin yang diperoleh sebesar Rp. 5.000/kg sedangkan saluran ke 2 yaitu ; Produsen - Pedagang Perantara – Pengecer - Konsumen dan total margin yang diperoleh saluran ke 2 sebesar Rp. 8.000/kg.

Kata kunci: Margin; Saluran; Pemasaran

Abstract

Shallots (*Allium ascalonicum* L.) Palu Valley variety is one of the coconut (*Cocos nucifera*) plants which is one of the industrial plants that plays an important role in the economy in Indonesia. Niranya, can produce sugar which is known as coconut sugar or palm sugar or brown sugar. Marketing involving marketing agencies on effective coconut sugar marketing channels will be needed. This study aims to determine the marketing channels and marketing margins of coconut sugar in Nambaru Village, South Parigi District, Parigi Moutong Regency. Determination of respondents is done in a purposive way. The data collection method used in this study used primary data with a questionnaire and secondary data from related agencies. For the data analysis method, margin and total margin analysis were used. From the results of the study found 2 marketing channels of coconut sugar in Nambaru Village, South Parigi District, Parigi Moutong Regency, consisting of: channel 1, namely; Producer - Intermediary Trader - Consumer (factory) with a margin of Rp. 5,000/kg while the second channel is; Producers - Brokers - Retailers - Consumers and the total margin earned by channel 2 is Rp. 8,000/kg.

Keywords: Margins; Channel; Marketing

PENDAHULUAN

Tanaman kelapa (*Cocos Nucifera*) merupakan salah satu tanaman industri yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan memegang peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Indonesia sendiri merupakan negara penghasil kelapa hal ini dibuktikan dengan tingkat penguasaan tanaman kelapa (*Cocos Nucifera*) di Indonesia, yaitu 98% merupakan perkebunan rakyat. Tanaman kelapa tumbuh menempati tidak kurang dari 3 juta hektar lebih di Indonesia atau 30% dari total kelapa dunia. Keadaan iklim Indonesia sangat cocok untuk pertumbuhan tanaman kelapa. Bila ditinjau dari sudut areal penanaman kelapa, Indonesia merupakan negara yang menempati kedudukan pertama. Hal tersebut terbukti Indonesia memiliki populasi tanaman kelapa (*Cocos Nucifera*) terbesar di dunia, menurut data produksi kelapa di Indonesia mencapai 19,4 juta ton per tahun (The World Atlas, 2017).

Indonesia merupakan negara berbasis pertanian, artinya sektor pertanian masih memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Salah satu sub sektor pertanian yang cukup penting keberadaannya dalam pembangunan nasional adalah sub sektor perkebunan. Komoditi perkebunan yang banyak dilestarikan masyarakat adalah kelapa (*Cocos*). Keluarga palmae seperti kelapa, aren dan siwalan dikenal sebagai tanaman yang bisa memberikan hasil dari buahnya. Tanaman kelapa (*Cocos Nucifera*) sebagai tanaman serbaguna yang kaya manfaat, mulai dari ujung daun sampai ujung akarnya, dapat dimanfaatkan untuk menunjang kesejahteraan petani di Indonesia. Pemanfaatan kelapa dapat digunakan sebagai bahan baku kosmetik, kopra putih, pernak-pernik barang seni, bahan pembuatan shampoo, margarin, karbon aktif, bahan baku obat-obatan, dan lain sebagainya. Selain buah kelapa yang dapat diproses menjadi bermacam-macam produk bernilai ekonomi tinggi, produk lain yang tak kalah pentingnya dari kelapa adalah nira. Nira merupakan cairan dengan kadar gula tinggi yang disadap dari bunga kelapa (mayang). Produk yang dihasilkan dari pengolahan nira yang dapat dikembangkan antara lain gula kelapa, gula semut, bioetanol, pakan lebah (Thantiyo, 2010).

Gula kelapa atau gula jawa juga dikenal dengan nama gula merah merupakan salah satu bahan makanan pokok penduduk Indonesia yaitu memiliki sumber kalori dan rasa manisnya. Gula kelapa bisa dikonsumsi sebagai bahan pemanis untuk makanan ataupun minuman sebagaimana bahan pemanis yang lain seperti gula pasir, gula aren, gula siwalan, dan sebagainya. Gula kelapa juga digunakan sebagai bahan baku pada beberapa industri pangan antara lain kecap dan minuman instan. Gula kelapa kebanyakan diperdagangkan dalam bentuk bongkahan padat dengan bangun geometri yang bervariasi tergantung tempat mencetak yang digunakan pada saat pembuatannya, yang sangat populer dan banyak digunakan oleh masyarakat. Agroindustri gula kelapa saat ini mempunyai prospek yang cukup bagus, diharapkan mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga produsen gula kelapa itu sendiri dan juga masyarakat sekitar. Peluang untuk membuat gula kelapa sangat terbuka lebar, karena permintaan gula kelapa semakin hari semakin meningkat (Aryati, 2005).

Di Sulawesi Tengah sektor pertanian merupakan basis sub sektor tanaman pangan setelah sub sektor perkebunan. Salah satu sub sektor tanaman pangan termasuk gula kelapa mempunyai beberapa saluran pemasaran yang berbeda. Dari pemasaran ini, produsen mendapat hasil penjualannya untuk meningkatkan pendapatannya. Pemasaran gula kelapa yang efektif tentu berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan produsen. Jika saluran pemasaran terlalu panjang tentu menambah biaya dan berimbas pada harga gula merah ditingkat produsen. Begitu sebaliknya saluran pemasaran yang pendek akan mendorong naiknya harga produk ditingkat produsen sehingga pendapatan produsen meningkat (Dyanti 2002).

Mengingat agroindustri gula kelapa di Desa Namaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong semakin meningkat, menyebabkan suplai begitu besar, maka peranan pemasaran sangatlah penting. Pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan produsen. Produksi yang baik akan sia-sia dengan harga pasar yang rendah, karena tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai dengan pemasaran yang baik dan efisien.

Menurut Kotler dan Keller (2007), Saluran pemasaran yang efektif akan sangat dibutuhkan para petani dan produsen dalam menjalankan usaha tersebut untuk lebih berkembang, termotivasi dan berinovasi lebih baik. Saluran pemasaran terdiri dari serangkaian lembaga perantara yang akan memperlancar kegiatan dari tingkat produsen sampai ke tingkat konsumen.

Peranan lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku pada karakteristik aliran barang yang digunakan. Oleh karena itu dikenal istilah saluran pemasaran. Tiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi pemasaran yang berbeda satu sama lain yang dicirikan oleh aktivitas yang dilakukan sehingga menimbulkan adanya biaya pemasaran yang menentukan tingkat harga yang diterima petani dan lembaga pemasaran, atas jasa lembaga-lembaga pemasaran maka tiap lembaga pemasaran akan mengambil keuntungan (*profit*) (Basu Swastha, 2014).

Di Desa Nambaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong terdapat permasalahan dalam hal pemasaran gula kelapa. Produsen menjual produknya kepada pedagang perantara. Selama ini produsen gula kelapa belum memperhitungkan berapa banyak hasil produksinya karena terbatasnya pengetahuan produsen tentang saluran pemasaran yang ada. Problem pemasaran gula kelapa juga menyangkut harga hal ini selalu menjadi kekhawatiran produsen. Karena permintaan cenderung meningkat namun tidak diikuti oleh naiknya harga. Maka peran pemerintah dalam pemasaran sangat penting untuk keberlangsungan produksi gula kelapa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran gula kelapa di Desa Nambaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong. Dan untuk mengetahui besarnya margin pemasaran gula kelapa di Desa Nambaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong?

METODE

Waktu dan tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan bulan Oktober sampai Nopember 2020. Penetapan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu. Jadi, sampel diambil tidak secara acak, tapi ditentukan sendiri oleh peneliti. (Singarimbun dan Effendi, 2008), dengan pertimbangan bahwa di desa Nambaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong sebagai salah satu daerah penghasil gula kelapa.

Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 29 orang terdiri dari 25 orang produsen gula kelapa yang ada di desa Nambaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong dan 4 orang pedagang perantara. Dalam pengambilan sampel penelitian berpedoman pada Suharsimi Arikunto (2013), yang menyatakan bahwa apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian responden. Selanjutnya jika subyeknya besar (lebih dari 100 orang) dapat menggunakan sampel. antara 10 % - 15 % hingga 20 % - 25 % atau bahkan boleh lebih dari 25 % dari jumlah responden yang ada, sehingga produsen di desa Nambaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong yang dijadikan sampel sebesar 23 % dari 109 responden yakni sebanyak 25 responden produsen.

Pengumpulan data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan responden, dengan menggunakan daftar pertanyaan. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait dan literatur yang relevan dengan tujuan penelitian ini.

Analisis Data

Saluran pemasaran

Untuk mengetahui pola saluran pemasaran gula kelapa di Desa Nambaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan analisis data yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk menstandarkan karakteristik individu atau kelompok (Syamsudin & Damiyanti, 2011).

Mengetahui Besarnya Margin Pemasaran

Hanafiah dan Saefuddin (2004) menyatakan bahwa jumlah margin pemasaran yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus:

$$M_p = H_p - H_b$$

Keterangan:

M_p = Margin pemasaran

H_p = Harga penjualan

H_b = Harga pembelian

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

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

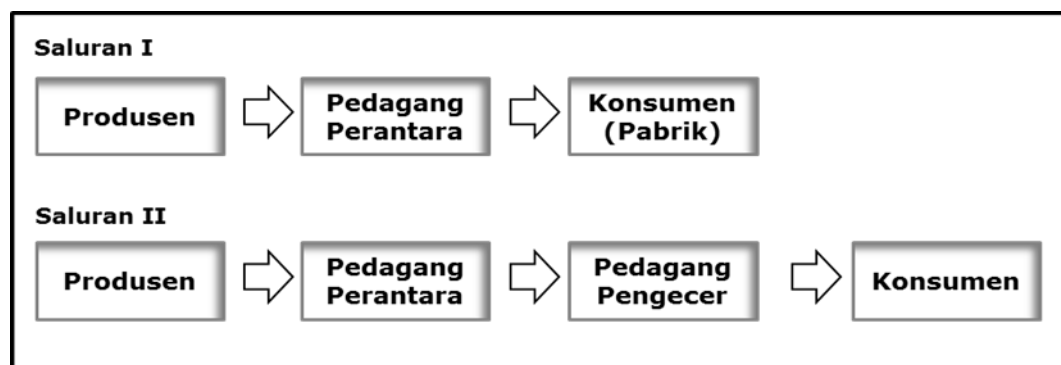
Dimana : MT : Margin total pemasaran

$M_1 + M_2 + \dots + M_n$: Margin dari setiap lembaga pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran Gula Kelapa

Tujuan dari pemasaran adalah untuk memperlancar arus barang dari tangan produsen ke tangan konsumen. Pada prinsipnya, pemasaran dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Makin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran suatu barang, makin rendah bagian harga yang diterima petani. Adapun lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran gula kelapa dari produsen ke konsumen yaitu :



Gambar 2. Bentuk Saluran Pemasaran Gula Kelapa

Gambar 2 menunjukkan, saluran pemasaran gula kelapa yang terjadi di Desa Namaru dari petani sampai pada konsumen melalui beberapa lembaga pemasaran yang terlibat.

Tabel 1. Harga Pada Masing-masing Saluran Pemasaran Gula Kelapa Tahun 2020

No.	Saluran Pemasaran	Produsen (Rp)/Kg	Pedagang Perantara (Rp)/Kg	Pedagang Pengecer (Rp)/Kg	Konsumen (Rp)/Kg
1	Saluran I	9.000	.9.000	-	14.000
2	Saluran II	9.000	9.000	15.000	17.000

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2020

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa saluran 1 yaitu Produsen yang menjual produknya melalui Pedagang Perantara dengan harga Rp. 9.000 dan dijual ke Konsumen Rp. 14.000. Pada saluran 2

Produsen menjual produksinya melalui Pedagang Perantara Rp. 9.000 dan ke Pengecer Rp. 15.000 selanjutnya dijual ke Konsumen Rp. 17.000.

Margin Pemasaran Gula Kelapa

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Biaya-biaya yang dikeluarkan meliputi biaya transportasi, dan retribusi merupakan selisih harga tersebut, besarnya keuntungan yang diterima saluran-saluran dari setiap rantai saluran pemasaran. Sehingga diketahui bahwa tingkat margin yang diterima setiap saluran berbeda-beda. (Mulyadi (2015).

Margin Saluran I

Pada saluran I mempunyai margin yaitu Rp. 5.000, saluran I dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Margin Saluran I

NO.	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin (Rp)
1	Produsen	-	9.000	-
2	Pedagang perantara	9.000	14.000	5.000
3	Konsumen	14.000	-	-
Total				5.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020

Margin Saluran II

Pada saluran II mempunyai margin totalnya yaitu 8.000, saluran II dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Margin Saluran II

NO.	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin (Rp)
1	Produsen	-	9.000	-
2	Pedagang perantara	9.000	15.000	6.000
3	Pedagang pengecer	15.000	17.000	2.000
4	Konsumen	17.000	-	-
Total				8.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada 2 (dua) saluran yang terjadi pada pemasaran gula kelapa di Desa Namaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong: Saluran I: Produsen Pedagang Perantara Konsumen. Saluran ke II : Produsen Pedagang Perantara Pedagang Pengecer Konsumen. Margin dan Total Margin yang diperoleh dari ketiga saluran tersebut adalah : Saluran I margin sebesar Rp. 5.000. Saluran II margin sebesar Rp. 8.000.

SARAN

Rekomendasi saran agar lebih meningkatkan kualitas produk gula kelapa diharapkan pemerintah setempat menjadikan gula kelapa sebagai salah satu produk andalan dari Desa Namaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Mouton. Dan diharapkan produsen gula kelapa di Desa Namaru Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong tetap menggunakan saluran I dikarenakan lebih menguntungkan bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

1. Aryati, A. 2005. Pengaruh Cara Pelapisan dan Lama Simpan Terhadap Kadar Air, Tekstur dan Penampakan Gula Kelapa. Skripsi. Universitas Lampung
2. Basu Swastha Dharmmesta. (2014). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta
3. Daniel, 2002; Pengantar Ekonomi Pertanian, Bumi Aksara, Jakarta.
4. Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran : PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.
5. Dyanti, 2002. Studi Kompratif Gula Merah Kelapa dan Gula Merah Aren. Skripsi Jurusan Teknologi Pangan dan Gizi, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor. Tidak dipublikasikan.
6. Kotler, Keller. 2007. Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 12. Jakarta PT. Indeks.
7. Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
8. Mulyadi. 2015. "Akuntansi Biaya": Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta
9. Singarimbun dan Effendi, 2008, Metode Penelitian Survei, Jakarta: LP3ES, 2008.
10. Suharsimi Arikunto (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
11. Syamsuddin dan Damayanti. (2011). Metode Penelitian Pendidikan Bahasa. Bandung: Remaja Rosdakarya.
12. Thantiyo, Farray. 2010. Analisa Kontribusi Nilai Tambah Industri VCO (Virgin Coconut Oil) Pada PT. BUMI SARIMAS Indonesia di Sumatera Barat [Skripsi]. Padang. Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
13. The World Atlas, 2017. Analisa Produksi Tanaman Kelapa di Dunia.