



ANALISIS USAHA TATANIAGA KOPRA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN KELUARGA DI DESA OENKAPALA KECAMATAN WAKORUMBA UTARA KABUPATEN BUTON UTARA

Oleh:

Makmur Kambolong¹, Muhammad Basri²

^{1,2}, Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo

makmurkambolong@gmail.com, muhbasri@uho.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the system of trade in copra business in increasing family income and to find out the obstacles faced by copra craftsmen in increasing family income in the village of Oengkapala, North Wakorumba District, North Buton Regency. Data collection techniques are carried out by means of library research and field research using interview methods, documentation, and observation.

Based on the results of the research, the copra marketing channel in the study area has 2 trading channels, channel I, starting from producers to collecting traders to consumers and channel II starting from producers directly to consumers. Both of these channels have the same goal of distributing copra to consumers. The trading channel used by copra craftsmen in Oompala Village prefers to market their copies through marketing institutions from copra craftsmen to collectors. this can be seen from the five informants that the copra agreement that sold its copy to the collector traders reached 80% while the one who sold the copy to the large traders only reached 20%. the reason copra craftsmen sell their copies to collector traders is the amount of marketing costs and lack of transportation. so copra craftsmen. The analysis of the increase in income of copra craftsmen in the village of Oasanala in the harvest season I was less increased while the harvest season II was in the category of increase. In the five selected informants, the copra craftsmen all experienced an increase in income during the second harvest season. because the income of copra crafters is due to, among other things, the difference in the selling price of copra and the difference in the amount of copra production from each coconut harvest season to copra.

Keywords : Trading, Income

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan produsen kelapa terbesar di dunia dengan luas tanaman kelapa sekitar 3,85 juta ha dan produksi sekitar 16,498 miliar butir kelapa (3,3jutanonsetarakopra). Kopra adalah salah satu hasil olahan kelapa yang banyak diusahakan oleh masyarakat Indonesia. Komoditi ini umumnya digunakan sebagai bahan baku pembuatan minyak kelapa. Kopra dihasil dari daging buah kelapa yang di keringkan (Palungkun,1999). Namun demikian menurut Budianto dan Allorerung (2003), bila di lihat dari segi pendapatan petani, potensi ekonomi kelapa yang sangat besar itu belum di manfaatkan secara optimal karena adanya berbagai masalah internal baik dalam proses produksi, pengolahan, pemasaran maupun kelembagaan (Kasryno :1998). Salah satu kendala yang menyebabkan pendapatan perajin kopra dan pedagang kopra masih rendah yaitu kurangnya industri pengolahan kopra. Masalah tersebut menyebabkan perajin tidak mempunyai alternatif lain untuk memasarkan kopra. Padahal dari komoditi ini mempunyai nilai ekonomis dan prospek pasar yang baik (Palungkun,1999). Kabupaten Buton Utara terletak di Pulau Buton yang merupakan pulau terbesar di luar pulau induk Kepulauan Sulawesi, yang menjadikannya pulau ke-130 terbesar di dunia. Luas lahan panen perkebunan Kecamatan dan jenis tanaman di Kabupaten Buton Utara untuk tanaman kelapa seluas 4.132 Ha



dimana Kecamatan Wakorumba berada di urutan kelima dengan luas lahan 519 Ha (Dinas Pertanian Kabupaten Buton Utara, 2016). Keberadaan pertanian kelapa diharapkan dapat menambah penghasilan masyarakat sehingga mencukupi kebutuhan keluarganya. Kondisi perekonomian di Kecamatan Wakorumba belum merata. Hal ini disebabkan distribusi pendapatan yang belum merata pula. Keberadaan usaha pengolahan kelapa menjadi kopra diharapkan dapat menambah penghasilan masyarakat sehingga penduduk mendapat penghasilan tambahan.

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana usahatani kelapa dalam meningkatkan pendapatan keluarga di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara ?

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara. Waktu penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Januari-februari 2018.

B. Informan Penelitian

Informan penelitian ditetapkan dengan purposive sampling (sengaja) yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2010). Informan dalam penelitian ini sebanyak 5 orang Perajin Kopra di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wawancara, Dokumentasi, Observasi

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan mengatur catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya yang ditemukan di lapangan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis survey dengan pendekatan kualitatif yang berpijak dari data yang di dapat dari hasil wawancara serta hasil dokumentasi, melalui tahapan Reduksi Data, Penyajian Data, Mengambil Kesimpulan atau Verifikasi Data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Karakteristik Informan

1) Karakteristik Informan Berdasarkan Umur Informan

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan yang memiliki informan sebanyak 5 orang dapat dilihat pada tabel berikut menunjukkan bahwa mayoritas memiliki responden diperoleh karakteristik informan berdasarkan usia yang disajikan pada Tabel berikut :



Tabel 1. Karakteristik Informan Berdasarkan Umur di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara Tahun 2019.

No	Umur (Tahun)	Jumlah	Presentase (%)
1	43	1	20,00
2	32	1	20,00
3	26	1	20,00
4	55	1	20,00
5	56	1	20,00
Total		5	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa informan memiliki umur yang berbeda-beda, dengan persentase masing-masing sekitar 20%. Umur mempunyai peran yang sangat penting dalam suatu kegiatan usaha pengolahan kopra karena tenaga atau kemampuan fisik perajin kopra cukup berpengaruh bagi keberlangsungan usaha, hal ini disebabkan petani yang masih muda mempunyai kemampuan yang cenderung kuat di bandingkan petani yang sudah berada pada usia lanjut.

2) Karakteristik Informan Berdasarkan Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga adalah jumlah keluarga yang di tanggung segala kebutuhan hidupnya, yang termasuk dalam tanggungan keluarga yaitu istri dan anak ataupun yang lainnya yang biaya hidupnya di biayai oleh satu kepala keluarga yaitu ayah. Selain itu untuk tanggungan keluarga yang usianya sudah mencapai usia produktif merupakan sumber tenaga kerja tambahan yang utama untuk kegiatan usaha tani. Untuk lebih jelasnya mengenai tanggungan keluarga dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Informan Berdasarkan Tanggungan Keluarga di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara Tahun 2019

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah Penduduk	Presentase (%)
1	1 – 4	4	80,00
2	> 4	1	20,00
Total		5	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2019

Melihat data tersebut di atas menunjukkan keadaan tanggungan keluarga responden umumnya masih cukup memadai dalam melakukan kegiatan usahanya.

3) Karakteristik Informan Berdasarkan Pengalaman Usaha tani

Pengalaman usaha tani merupakan salah satu faktor yang sangat mendukung dalam salah satu kegiatan usaha, karena orang yang memiliki pengalaman berusaha lebih mudah mengatasi berbagai masalah yang timbul dalam suatu kegiatan usaha. Menurut Soeharjo dan Patong (1984), bahwa pengalaman berusaha tani akan dikatakan berpengalaman apabila sudah menggeluti usahanya selama 5-10 tahun, sedangkan sepuluh tahun



keatas dikategorikan berpengalaman dan kurang dari 5tahun dikategorikan kurang berpengalaman. Untuk lebih jelasnya pengalaman usahatani dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 3. Karakteristik Informan Berdasarkan Pengalaman Usahatani di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara Tahun 2019

No	Pengalaman Usaha	Jumlah Penduduk	Presentase (%)
1	5 – 10	3	60,00
2	11 – 20	2	40,00
Total		5	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa perajin kopra di Desa Oengkapala mempunyai pengalaman yang sangat baik dalam bercocok tanam sehingga dengan pengalaman tersebut dapat menjadi acuan bagi mereka agar lebih giat lagi untuk terus meningkatkan produksinya sehingga kebutuhan akan kopra terpenuhi.

4) Luas lahan garapan

Lahan merupakan sebidang tanah yang digarap untuk menghasilkan produksi dibidang pertanian. Luas lahan menentukan dalam pengambilan keputusan seorang petani dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Luas lahan garapan yang dapat diusahakan dan dikelola dengan baik oleh seorang petani akan berpengaruh terhadap jumlah produksi yang dihasilkan, dengan asumsi bahwa semakin luas lahan yang digarap dengan baik maka akan memberikan hasil yang semakin baik pula.

Adapun luas lahan yang dimaksud adalah luas lahan yang diusahakan perajin kopra untuk pertanaman kelapa. Mengenai luas lahan garapan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Luas Lahan Informan di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara Tahun 2019

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah Penduduk	Presentase (%)
1	0,5 – 1	3	60,00
2	1,5 – 2	2	40,00
Total		5	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4, bahwa 3 Informan Perajin Kopra mempunyai luas lahan rata-rata 0,5 – 1 ha atau 60,00%, dan 2 informan perajin kopra mempunyai luas lahan rata-rata 1,5 – 2 ha atau 40,00%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa luas lahan yang digarap sudah cukup memadai sehingga diharapkan dapat memperoleh produksi yang cukup tinggi yang berarti pula dapat meningkatkan pendapatan keluarganya.

Melakukan suatu usaha maka seseorang pengusaha akan berpikir bagaimana cara yang dilakukan agar memperoleh produksi yang maksimal dan pendapatan yang tinggi guna menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan. salah satu ukuran keberhasilan perajin kopra dalam berusaha adalah adanya kenaikan produksi yang diperoleh dari usahanya, sebagaimana imbalan dari kegiatan usahanya pada luas lahan dan jangka waktu tertentu. besarnya hasil yang diperoleh dan harga jual dari masing-masing komoditi akan sangat berpengaruh terhadap penerimaan perajin kopra. Dalam penelitian ini yang dimaksud produksi adalah jumlah kopra yang diperoleh dalam jangka waktu satu waktu tertentu mengenai tingkat produksi kopra dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 5. Data Jumlah Tingkat Produksi Kopra Informan di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara Tahun 2019

No	Tingkat Poduksi (Kg/Ha)	Jiwa	Presentase (%)
1	1.000 – 1.900	1	20,00
2	2.000 – 2.900	1	20,00
3	> 3.000	3	60,00
Total		5	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 5, dapat disimpulkan bahwa informan sudah mempunyai produksi yang cukup tinggi dari luas lahan yang dimiliki serta jumlah pohon kelapa yang produktif, produksi kopra tersebut masih dapat ditingkatkan lagi karena produksi kopra yang baik adalah umur 15 – 25 tahun sebesar 2.300 kg/ha/tahun.

5) Status Kepemilikan Tanah

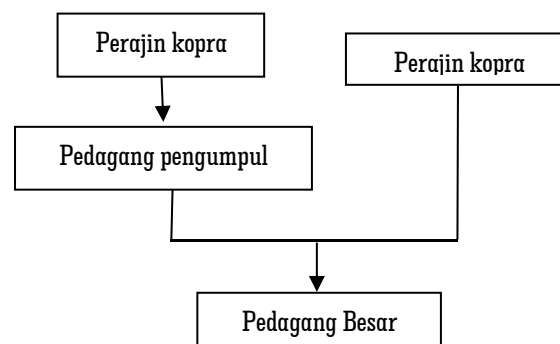
Status yang digarap seorang petani mempengaruhi jumlah produk yang diperoleh petani penggarap dan pada akhirnya akan mempengaruhi jumlah bagian hasil produk yang dapat dijual petani.

Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap perajin kopra diperoleh data bahwa perajin kopra pada saat penelitian ini berlangsung keseluruhannya merupakan hak milik informan dengan demikian seluruh informan atau perajin kopra berstatus sebagai petani "pemilik dan penggarap".

2. Analisis Tataniaga Kopra

1) Saluran Tataniaga

Saluran pemasaran kopra di daerah penelitian terdapat 2 saluran tataniaga, mulai dari produsen ke pedagang pengumpul hingga kepada konsumen dan mulai dari produsen langsung kepada konsumen. Kedua saluran ini memiliki tujuan yang sama yaitu mendistribusikan kopra sampai ke konsumen. Berdasarkan hasil penelitian maka skema saluran tataniaga kopra di Desa Oengkapala dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Saluran Pemasaran Kopra

Dari skema di atas diketahui bahwa terdapat dua saluran pemasaran kopra di Desa Oengkapala. Untuk lebih rinci, saluran pemasaran dapat dilihat pada bahasan berikut:

a. Saluran Pemasaran I

Pada saluran I, perajin kopra menjual kopranya ke pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul langsung menjualnya ke pedagang besar. Perajin kopra menjual ke pedagang pengumpul yang ada di Desa



Oengkapala dengan sistem menunggu yaitu pedagang pengumpul datang ke tempat pengolahan untuk membeli kopra. Pedagang pengumpul membeli kopra dengan harga Rp. 4.300/kg.

b. Saluran Pemasaran II

Pada saluran II, perajin kopra mengolah sendiri kelapa kupas sampai menjadi kopra yang kemudian langsung dijual kepada pedagang besar atau kilang minyak. Perajin kopra tidak menjual kelapa kupas namun langsung menjual kopra dengan harga Rp. 5.200/kg.

Dalam pelaksanaan fungsi pemasaran kopra di wilayah penelitian, para perajin kopra sebenarnya dapat meningkatkan keuntungannya dengan melakukan fungsi-fungsi tataniaga / pemasaran yang sebenarnya dapat ditanggulangi oleh para perajin kopra itu sendiri, yaitu melakukan kerjasama dalam kegiatan pemasaran, perajin dapat memperbears volume penjualan mereka sehingga akan menekankan biaya-biaya pemasaran yang digunakan serta untuk memperoleh kualitas kopra yang baik merupakan standar mutu oleh pedagang besar.

2) Lembaga Tataniaga

Mengenai harga dan jumlah Perajin Kopra yang menjual hasil produksinya pada masing-masing lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Harga Kopra Dan Jumlah Informan Yang Memasarkan Pada Tiap Lembaga Pemasaran Di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara Tahun 2019

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)		Jiwa	Presentase (%)
		Musim Panen I	Musim Panen II		
1.	Pedagang Pengumpul	4.000	4.300	4	80,00
2.	Pedagang Besar	5.000	5.200	1	20,00
Jumlah				5	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2019

Tabel 7. Jumlah Informan Yang Memasarkan Pada Tiap Lembaga Pemasaran Di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara Tahun 2019

No	Nama Pengolah Kopra	Lembaga Tataniaga		Presentase (%)
		Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar	
1	Abdul Mutalib	PD	-	20%
2	Firmansyah	PD	-	20%
3	Safiruddin	PD	-	20%
4	La Dahili	PD	-	20%
5	La Payo	-	PB	20%
Jumlah		4	1	100%

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa 5 informan terdapat 4 orang yang menggunakan lembaga pemasaran melalui pedagang pengumpul dan 1 informan yang menggunakan lembaga pemasaran melalui pedagang besar. Harga pembelian kopra cukup tinggi terjadi pada musim panen II pada pedagang besar yaitu Rp 5.200,



sedangkan melalui pedagang pengumpul harga yang diperoleh lebih rendah yaitu sebesar Rp. 4.300. sedangkan pada musim panen I harga kopra relatif menurun pada pedagang besar sebesar Rp. 4000 dan pada pedagang pengumpul yaitu Rp. 5.000.

Berdasarkan hasil Penelitian pada tabel 7 menunjukkan ke empat informan perajin kopra lebih banyak memilih menjual hasil produksi kopranya pada pedagang pengumpul sedangkan satu informan memilih menjual hasil produksi kopranya pada pedagang besar. Pada tabel di atas terlihat bahwa informan lebih memilih penjualan kopra kepada pedagang pengumpul. Hal ini disebabkan karena tingginya biaya pemasaran yang akan digunakan oleh perajin kopra jika mereka menjual kopranya pada pedagang besar.

3. Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Kotler (2002;17-18) bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Untuk lebih jelasnya, penulis akan membahas secara singkat mengenai keempat elemen bauran pemasaran antara lain sebagai berikut:

3.1 .Produk (*Product*)

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan pengolahan yaitu kelapa kering menjadi produk akhir berupa kopra. Produk akhir tersebut dikemas dalam karung goni, dan siap diangkut oleh pedagang pengumpul atau disalurkan ke pedagang besar. Adapun cara proses produksi kelapa menjadi kopra di Desa Oengkapala:

a. Peralatan Pengolahan Kopra

Peralatan merupakan suatu bagian yang sangat penting dalam setiap kegiatan karena dapat mempermudah petani dalam melakukan pengolahan kopra baik secara manual maupun menggunakan mesin. Adapun jenis-jenis alat yang digunakan yaitu:

- 1.Parang merupakan alat yang digunakan untuk melakukan pemanjatan, agar dengan mudah untuk menjatuhkan buah kelapa, selain itu parang digunakan untuk membelah kelapa.
2. Sula/ alat Pencungkil merupakan alat yang digunakan untuk mencungkil kelapa atau pemisahan antara daging kelapa dengan tempurung kelapa sehingga mempermudah dalam melakukan pengasapan.
3. Gerobak kayu merupakan alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan buah kelapa yang sudah selesai dipanjat.
4. Terpal merupakan alat yang digunakan untuk menghalangi angin sehingga dapat mempercepat pengeringan selain itu terpal digunakan untuk menutupi kopra (kelapaolahan) agar agar terlindung dari air hujan.
5. Bangku merupakan alat yang digunakan sebagai tempat duduk agar mempermudah dalam melakukan proses pencungkilan daging kelapa dan pembelahan kelapa.
6. Rumah-rumahan pemanggangan kopra yaitu tempat proses pengolahan buah kelapa menjadi kopra.

3.2. Harga (*Price*)

Harga jual untuk produk olahan kopra yaitu ditetapkan sesuai dengan asumsi pada saluran I yaitu Rp 4.300 /Kg sedangkan pada saluran II yaitu sebesar Rp 5.200 /Kg. Penetapan harga tersebut merupakan penetapan harga berdasarkan yang sudah di oleh pemerintah dan tergantung pada permainan tengkulak yang tetapkan oleh masing-masing lembaga dan konsumen akhir. Harga tersebut dimaksudkan juga untuk memperoleh pasar yang lebih baik sebagai strategi harga oleh perusahaan.

3.3. Tempat (*Place*)

Tempat produksi kopra berlokasi di Desa Oengkapala biasanya diproduksi di lahan atau kebun kelapa. Sedangkan produk akan didistribusikan untuk memenuhi pasar Jabodetabek dan sekitarnya utamanya. Hal tersebut karena Jabodetabek terutama kendari mempunyai pasar yang ramai sesuai dengan peluang pasar. Produk dapat didistribusikan dengan menggunakan beberapa cara yaitu pengiriman dari perusahaan atau dengan pihak distributor mendatangi perusahaan.



Journal publihuo is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

3.4. Promosi (*Promotion*)

Berdasarkan hasil penelitian Proses pemasaran yang mencakup kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara perajin kopra mendatangi sendiri pedagang besar dan pedagang pengumpul atau lewat alat komunikasi Handphone/HP langsung menghubungi pedagang pengumpul. Komunitas usaha sejenis, yaitu pengolahan kelapa, merupakan komunitas yang baik sebagai awal pemasaran dan juga sebagai sumber informasi bagi perusahaan. Berdasarkan hasil observasi, komunitas usaha jenis kelapa belum terbentuk, namun komunitas yang berhubungan dengan agribisnis kelapa cukup banyak. Komunitas tersebut antara lain Perkosmi (Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia) dan *The Green Coco Island*. Hal tersebut cukup berguna untuk menjaga pemasaran produk dan bukan hanya saat pengenalan saja.

Informasi pasar sangat berguna untuk mengetahui keadaan produk yang bersangkutan sehingga petani, pedagang dan konsumen dapat mengetahui harga dan situasi pasar. Bagi petani ini berfungsi untuk mengetahui berapa harga jual hasil produksi pada saat itu sehingga petani tidak akan tertipu oleh situasi pasar. Akan tetapi keadaan ini masih sulit dilakukan, informasi pasar ini sering terlambat sampai ke petani. Kebanyakan para pedagang masih cenderung dapat menekan harga sesuai dengan kesepakatan diantara pedagang dan keadaan daerah-daerah pasarnya. Dengan demikian kekuatan tawar menawar petani masih rendah.

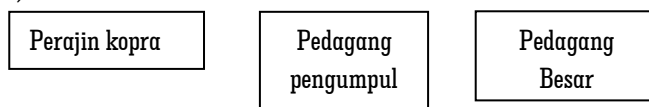
Pembahasan

1. Analisis Usaha Tataniaga Kopra Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Desa Oengkapala

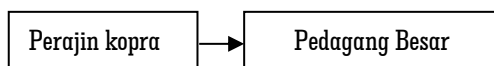
Menurut Kotler (2002), saluran tataniaga adalah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Produsen memiliki peranan utama dalam menghasilkan barang-barang dan sering melakukan sebagian kegiatan pemasaran, sementara itu pedagang menyalurkan komoditas dalam waktu, tempat, bentuk yang diinginkan konsumen. Hal ini berarti bahwa saluran tataniaga yang berbedakan memberikan keuntungan yang berbedapula kepada masing-masing lembaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian Saluran pemasaran kopra di daerah penelitian terdapat 2 saluran tataniaga, mulai dari produsen ke pedagang pengumpul hingga kepada konsumen dan mulai dari produsen langsung kepada konsumen. Kedua saluran ini memiliki tujuan yang sama yaitu mendistribusikan kopra sampai ke konsumen. Berdasarkan hasil penelitian maka skema saluran tataniaga kopra di Desa Oengkapala dapat digambarkan sebagai berikut:

1) Saluran Pemasaran I



2) Saluran Pemasaran II



Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 5 informan terdapat 4 orang yang menggunakan lembaga pemasaran melalui pedagang pengumpul dan 1 informan yang menggunakan lembaga pemasaran melalui pedagang besar. Harga pembelian kopra cukup tinggi terjadi pada musim panen II pada pedagang besar yaitu Rp 5.200, sedangkan melalui pedagang pengumpul harga yang diperoleh lebih rendah yaitu sebesar Rp. 4.300. sedangkan pada musim panen I harga kopra relatif menurun pada pedagang besar sebesar Rp. 4000 dan pada pedagang pengumpul yaitu Rp. 5.000.



Journal publihuo is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Kemudian menunjukkan ke empat informan perajin kopra lebih banyak memilih menjual hasil produksi kopranya pada pedagang pengumpul sedangkan satu informan memilih menjual hasil produksi kopranya pada pedagang besar. Pada tabel di atas terlihat bahwa informan lebih memilih penjualan kopra kepada pedagang pengumpul. Hal ini disebabkan karena tingginya biaya pemasaran yang akan digunakan oleh perajin kopra jika mereka menjual kopranya pada pedagang besar.

Menurut Kotler (2002:9), pemasaran sebagai berikut: Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompoknya mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain

Berdasarkan hasil penelitian bauran pemasaran (*marketing mix*) di Desa Oengkapala Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara yaitu dapat diklasifikasikan menjadi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*)

- 1) Produk (*produc*) yang dihasilkan oleh perusahaan pengolahan yaitu kelapa kering menjadi produk akhir berupa kopra
- 2) Harga (*price*) Harga jual untuk produk olahan kopra yaitu ditetapkan sesuai dengan asumsi pada saluran I yaitu Rp 4.300 /Kg sedangkan pada saluran II yaitu sebesar Rp 5.200 /Kg. Penetapan harga tersebut merupakan penetapan harga berdasarkan yang sudah di tetapkan oleh masing-masing lembaga dan konsumen akhir. Harga tersebut dimaksudkan juga untuk memperoleh pasar yang lebih baik sebagai strategi harga oleh perusahaan.
- 3) Tempat (*place*) Tempat produksi kopra berlokasi di Desa Oengkapala biasanya diproduksi di lahan atau kebun kelapa.
- 4) Promosi (*promotion*) Berdasarkan hasil penelitian Proses pemasaran yang mencakup kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara perajin kopra mendatangi sendiri pedagang besar dan pedagang pengumpul atau langsung menghubungi pedagang pengumpul

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Oengkapal rata-rata berusaha kopra walaupun yang sifatnya musiman atau tidak bisa dilakukan setiap hari, meskipun sifatnya musiman, setidaknya pekerjaan musiman itu juga sangat membantu perajin kopra dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarganya. Dan mereka juga memiliki pekerjaan sampingan selain bertani, seperti ada yang memiliki usaha kecil-kecilan dan ada yang menjadi buruh bangunan.

Menurut Budiono (2002: 150) mengemukakan bahwa pendapatan bersih adalah hasil keseluruhan output yang dihasilkan setelah dikurangi biaya-biaya yang dioergunakan selama kegiatan perekonomian berlangsung. Pendapatan perajin kopra antara satu dengan yang lainnya berbeda-beda. Berdasarkan hasil wawancara, besar kecilnya pendapatan utama yang diperoleh perajin kopra dari hasil usahanya tergantung pada banyaknya jumlah produksi dan luas lahan petani.

Jika melihat hasil penelitian dengan perhitungan total biaya-biaya yang dikeluarkan dan pendapatan bersih perajin kopra maka peningkatan pendapatan perajin kopra dari kelima informan tersebut meningkat dari musim panen I dan musim panen II. seperti yang kita ketahui jumlah pendapatan bersih pada musim panen I yang paling tinggi Bapak La Payo sebesar Rp 6.115.000 dan pendapatan bersih yang sedang diperoleh Bapak La Dahili sebesar Rp. 3.645.000, selanjutnya Bapak Firmansyah sebesar Rp. 3.475.000, dan Bapak Abdul Mutalib sebesar Rp. 3.260.000 sedangkan pendapatan bersih yang paling rendah adalah Bapak Safiruddin sebesar Rp. 2.310.000. Pendapatn bersih diperoleh dari keuntungan penjualan yang diterima perajin kopra dikurangi dengan biaya-biaya-biaya produksi kopra.

Kemudian pada tabel 17 pendapatan bersih tertinggi yang diperoleh perajin kopra masih diperoleh kepada Bapak La Payo sebesar Rp. 7.140.000 dan pendapatan bersih yang sedang diperoleh oleh Bapak Bapak Abdul Mutalib dan Bapak La Dahili sebesar Rp. 4.430.000 selanjutnya Bapak Firmansyah sebesar Rp. 3.734.000 dan pendapatan bersih yang paling rendah adalah diperoleh Bapak safiruddin sebesar Rp 2.590.000. perbedaan



tersebut disebabkan oleh perbedaan harga kopra pada setiap musim serta perbedaan besar hasilnya produksi kopra masing-masing informan perajin kopra dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam usaha tataniaga kopra. Dan untuk menghitung tenaga kerja yang digunakan perajin koprad di Desa Oengkapal secara matematis masih menggunakan tenaga kerja yang digunakan oleh perajin kopra yang menjadi informan penulis adalah keluarga sendiri sehingga sulit untuk menghitung biaya tenaga kerja.

Jadi besarnya pendapatan yang diterima oleh perajin kopra, ada yang mampu untuk memenuhi kehidupannya sendiri dan keluarganya serta ada yang hanya bisa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri dari hasil produksi kopranya. Bagi perajin kopra yang menerima pendapatan rendah dari hasil usaha kopra, maka mengharuskan mereka untuk mencari pekerjaan sampingan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarganya.

2. Kendala Perajin Kopra dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan bahwa kendala-kendala yang dihadapi oleh perajin kopra dalam meningkatkan pendapatan keluarganya, berikut kutipan wawancara dari seorang informan yang ada di Desa Oengkapala.

Berikut jawaban informan :

Biasanya kendala yang dihadapi adalah tidak menentunya harga pemasaran kopra dan harga jual beli harga kopra kadang naik, kadang turun disitulah kendala tersebut. dari harga pemanjatan saja terdapat Rp. 5.000 per pohon, pengupasan Rp. 150. harga kopra Rp. 4.000 per Kg. Dan saya tidak melakukan biaya pemanjatan dikarenakan biaya yang dikeluarkan terlalu besar. Apabila harga kopra turun drastis dengan harga tersebut, maka para pembuat kopra kewalahan menghadapi naik turunnya harga. (wawancara 20 februari 2019, Bapak Firmansyah 31 tahun)

Dari kutipan wawancara tersebut dapat dinyatakan bahwa Bapak Firmansyah memasarkan kopranya masih tergantung harga kopra yang ditetapkan karena harga dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan keluarganya. Berdasarkan hasil wawancara dari kelima informan bahwa mereka tidak melakukan biaya pemanjatan dikarenakan biaya yang dikeluarkan informan akan mempengaruhi pendapatan hasil produksinya dan mereka melakukan pemanjatan memakai tenaga kerja keluarga. Berdasarkan hasil wawancara dari informan perajin kopra masih banyak yang menyebabkan rendahnya pendapatan yang diterima perajin kopra antara lain :

- 1) Harga jual yang diterima oleh perajin kopra rendah karena hasil produksinya dijual kepada pedagang pengumpul dengan harga yang lebih rendah.
- 2) Adanya sistem penjualan partner dan panjar.
- 3) Biaya produksinya masih tinggi karena sistem pengolahan kopranya masih bersifat tradisional dan belum efisien.
- 4) Kualitas produksi masih rendah.
- 5) Penanganan pasca panen yang belum efisien.



DAFTAR PUSTAKA

- Atifiddin, H, dan Beni Ahmad Saebeni. 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung Pustaka Setia.
- Anggraini, E. 2005. Analisis Biaya Transaksi dan Penerimaan Nelayan dan Petani di Pelabuhan Ratu Kabupaten Sukabumi. *Thesis*. Sekolah Pascasarjana IPB. Bogor.
- Badan Pusat Statistik Propinsi Sulawesi Tenggara. 2017. *Kabupaten Buton Utara Dalam Angka 2017*. Sulawesi Tenggara: Badan Pusat Statistik.
- Boediono. 2002. *Prinsip-Prinsip Ilmu Ekonomi*; BPFW UI Jakarta.
- Hermanto. 2003. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Griya Pertama: Surabaya.
- Hutabarat, R.C. 2012. Analisis Kelembagaan dan Biaya Transaksi dalam Pengelolaan Sumberdaya Perikanan di Kecamatan Labuhan Kabupaten Pandeglang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB. Bogor.
- Hutagaol, E. 2009. Analisis Tingkat Keuntungan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha Dagang Jeruk Medan di PasarBSD City Kecamatan Serpong, Kabupaten Tangerang. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. \Bogor.
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, 1997, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Kualitatif & R & D*. Bandung: Alfabeta.