

**SALURAN PEMASARAN KOMODITI KELAPA (*Cocos nucifera L*)  
DI DESA TELUK PAYO KECAMATAN BANYUASIN II  
KABUPATEN BANYUASIN**

**Aan Saputra dan Sisvaberti Afriyatna**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Palembang  
Jalan Jenderal A. Yani 13 Ulu Palembang  
E-mail: [sisvaberti@yahoo.com](mailto:sisvaberti@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*The problem in this research is how. Loss of commodity coconut (*Cocos nucifera L*) in Payo Bay Village, Banyuasin II Subdistrict, Banyuasin District. Research on Coconut Commodity (*Cocos nucifera L*) in Teluk Payo Village, Banyuasin II District, Banyuasin Regency. The research method used in this research is survey method. The survey method is an example that is used to find out the facts of existing symptoms and find factual facts. The method used in this study is the Simple Random Sampling method. Based on the information from Pak Deni as the head of Payo Bay Village, Banyuasin II District, Banyuasin District, of the total 562 coconut planters who met the homogeneous conditions, the researchers determined that 130 people. Thus, the population of this study was 130 people. Descriptive data processing methods. Descriptive method is a pattern to describe and interpret objects according to what is without data manipulation. Based on the results of digging data. Information available in Payo Bay Village from farmers to end consumers. The institution involved in the trading system is the first research, which is often referred to by the community around traders, traders, and retail traders. Found 3 Rising Coconut in Teluk Payo Village, Banyuasin II District.*

*Keywords: coconut, marketing channel*

**ABSTRAK**

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah saluran pemasaran komoditi kelapa (*Cocos nucifera L*) di desa teluk payo kecamatan banyuasin II kabupaten banyuasin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan saluran pemasaran komoditi kelapa (*Cocos nucifera L*) di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin. Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara factual. Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Simple Random Sampling*. Berdasarkan hasil informasi dari Pak Deni selaku kepala Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin dari total seluruh 562 pekebun kelapa yang memenuhi syarat homogen yang peneliti tentukan adalah 130 orang. Dengan demikian, populasi penelitian ini adalah sebanyak 130 orang. Metode pengolahan data yang digunakan adalah deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu pola untuk menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya tanpa manipulasi data. Berdasarkan hasil pengumpulan data diketahui bahwa pemasaran kelapa di Desa Teluk Payo dari petani hingga konsumen akhir, melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Lembaga yang terlibat dalam tataniaga kelapa dalam di lokasi penelitian yaitu pedagang pengumpul tingkat pertama, yang sering disebut oleh masyarakat sekitar pedagang pentotok/pedagang keliling, pedagang pengumpul tingkat kedua, pedagang besar dan pedagang pengecer. Terdapat 3 saluran pemasaran Kelapa di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II.

Kata kunci: kelapa, saluran pemasaran

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan tumpuan hidup sebagian besar penduduk Indonesia, kerana hampir setengah total tenaga kerja Indonesia bekerja di sektor pertanian. Selain itu sektor pertanian dituntut untuk dapat menghasilkan bahan pangan dalam jumlah yang cukup, serta mampu menyerap tenaga kerja untuk mengurangi pengangguran dan mampu menghasilkan devisa negara dan diharapkan menjadi sektor andalan penggerak perekonomian nasional. Hal ini berarti upaya penghapusan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi seluruh rakyat Indonesia akan lebih efektif di lakukan melalui pembangunan pertanian (Prakoso dalam Adman, 2016).

Pemasaran sebagai kegiatan manusia diarahkan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen (Assauri, 2001). Hal senada juga disampaikan Mubyarto (1985) pemasaran merupakan proses yang harus dilalui petani sebagai produsen untuk menyalurkan produknya hingga ke tangan konsumen. Oleh sebab itulah, pembangunan pertanian sangat erat kaitannya dengan pemasaran produk hasil pertanian.

Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Selain itu, Untuk mendapatkan pemasaran yang lebih efisien, ada dua persyaratan yang harus dipenuhi: (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, dan (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu (Mubyarto, 1985)

Faktanya seringkali dijumpai adanya rantai pemasaran yang panjang dengan banyak pelaku pemasaran yang terlibat. Akibatnya, balas jasa yang harus diambil oleh para pelaku

pemasaran menjadi besar yang akan mempengaruhi tingkat harga. Hal ini mengidentifikasikan bahwa sistem pemasaran yang terjadi belum efisien (Jumiati dkk, 2013). Tidak terkecuali produksi pertanian kelapa Dalam (*Cocos nucifera L*) atau biasa disebut masyarakat kelapa lokal. Tanaman kelapa yang dijuluki *The Tree Of Life* (Pohon Kehidupan) karena sejuta manfaat yang ditawarkan mempunyai sistem pemasaran yang masih tergolong tidak efisien.

Pada sektor usaha pengolahan, Departemen Perindustrian Pengolahan Kelapa Terpadu melalui Perpres No. 8 tahun 2008 menjadikan kelapa sebagai salah satu industri prioritas dan telah disusun rencana pengembangan jangka pendek, menengah dan panjang. Kelapa sejak tahun 2007 telah diremajakan di 81 Kabupaten. Antusias pelaku usaha kecil sangat besar. Kendala utamanya adalah pemasaran, tidak ada promosi, tidak ada sentuhan yang bisa menjadikan mereka jadi besar, setiap produk kelapa cocok kalau ada asosiasinya yang mampu menjembatani industri-industri di daerah untuk bisa jadi kekuatan besar (Sukamto, 2001). Hal senada juga disampaikan Pak Deni selaku kepala desa Teluk Payo, Kecamatan banyuasin II Kabupaten Banyuasin, kendala utama pemasaran kelapa di desa tersebut adalah tidak adanya motivasi dari petani, transportasi yang tidak menjangkau perkebunan kelapa milik petani, tidak adanya promosi dan bantuan dari pemerintah.

Perkembangan tanaman kelapa di Pulau Sumatera dan khususnya Sumatera Selatan cukup luas, tanaman kelapa di Sumatera Selatan dominan di daerah eks-transmigrasi pasang surut dikarenakan tanaman kelapa dapat menyerap air dari dalam tanah sampai 15 liter per harinya maka tanaman kelapa sangat potensial apabila ditanam pada daerah yang cukup ketersediaan sumber air. Sehingga wilayah petani eks-transmigrasi pasang surut sebagai sumber daya alam yang dapat dioptimalkan. Luas areal dan produksi kebun kelapa di Sumatera Selatan pada

tahun 2012 sebesar 47.351 ha dan produksi sebesar 71.605 ton dan terbesar di 14 Kabupaten / Kota (Chatib,2013).

Kabupaten Banyuasin adalah Kabupaten yang mempunyai potensi tanaman perkebunan kelapa terbesar di Sumatera Selatan yang di lihat dari luas lahan dan jumlah produksinya dibandingkan dengan Kabupaten yang lainnya di Sumatera Selatan, dengan luas lahan yaitu 47.351 ha dan produksinya sebesar 44.334 ton pertahun (Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuasin, 2015).

Desa Teluk Payo merupakan desa yang termasuk di wilayah kecamatan banyuasin II kabupaten banyuasin, serta merupakan dataran rendah pesisir yang terletak di pinggiran selat bangka dan bagian hilir aliran sungai musi. Wilayahnya pada umumnya berupa lahan basah yang terpengaruh pasang surut sehingga sebagian besar lahan tersebut dimanfaatkan untuk pertanian seperti perkebunan. Tanaman yang tumbuh yang mendominasi di Kecamatan Banyuasin II terutama Desa Teluk Payo adalah tanaman kelapa, kelapa tersebut di usahakan oleh rakyat atau yang di sebut perkebunan rakyat. Kelapa merupakan tanaman perkebunan dari *famili palmae* yang hampir seluruh bagiannya dapat digunakan. Menurut Swarto dan Yuke Octavianty (2012).

Kelapa dikenal sebagai tanaman yang memiliki sejuta manfaat, bagian tanaman tersebut, mulai dari ujung akar hingga ujung batang dapat di manfaatkan berbagai keperluan dari kebutuhan rumah tangga hingga industri. Tanaman kelapa ini menjadi komoditi andalan dan produksinya cukup besar sehingga menjadi penghasil tanaman perkebunan kelapa terbesar di Provinsi Sumatera Selatan khususnya Kabupaten Banyuasin di Kecamatan Banyuasin II.

Pemasaran kelapa Dalam di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin masih menduduki posisi utama setelah Kelapa Hibrida dan kopra maupun hasil kelapa lainnya seperti kopra, minyak kelapa dan batok

kelapa. Maka dari itu, Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) serta UKM Banyuasin Merencanakan Kecamatan Muara Telang, Pulang Rimau, Tanjung Lago, Dan Banyuasin II sebagai sentra produksi buah kelapa terbesar beserta turunannya. Yang dimaksud turunannya adalah pemanfaatan secara langsung setiap bagian tanaman dari kelapa tersebut. Dengan tersedianya bahan baku dari perkebunan kelapa di banyuasin sehingga dapat dilakukan pengolahan turunan berupa sabut kelapa, air kelapa, daging buah, dan tempurungannya.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti studi **Saluran Pemasaran Buah Kelapa Di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin.**

## METODOLOGI PENELITIAN

### Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin. Lokasi di tentukan secara sengaja (*purposive*), karena mayoritas petani yang berusahatani kelapa dengan hasil panen yang tergolong cukup besar serta mempunyai luas lahan tanaman kelapa yang paling luas di area Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin. Waktu penelitian di lakukan pada bulan Juni sampai Agustus.

### Metode Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan penelitian ini adalah survei. Metode survei merupakan penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atapun suatu daerah (Moh. Nazir, 2014). Selanjutnya tujuan penelitian survei adalah mengumpulkan informasi tentang variabel dari sekelompok objek (populasi) (Juliansyah Noor, 2011).

### **Metode Penarikan Contoh**

Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Simple Random Sampling* dengan batasan populasi yang homogen. Menurut Sugiyono (2014) Metode *Simple Random Sampling* (metode acak sederhana) yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Homogen adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan bahwa suatu populasi tersebut adalah sama baik itu sifatnya, tingkah lakunya dan karakteristiknya. Penggunaan *Simple Random Simple* di lakukan pada petani yang memiliki luas lahan  $\pm$  3 Ha dan pohon kelapa yang sudah berumur > 10 tahun. Dengan demikian, berdasarkan hasil informasi dari Pak Deni selaku kepala Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin dari total seluruh 562 pekebun kelapa yang memenuhi syarat homogen yang peneliti tentukan adalah 130 orang. Dengan demikian, populasi penelitian ini adalah sebanyak 130 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Berdasarkan pengertian ini, dapat disimpulkan sampel adalah bagian populasi yang hendak diteliti dan mewakili karakteristik populasi. Apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya, namun apabila populasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka sampel dapat diambil antara 10%--15% atau 20%--25% atau lebih. (Arikunto, 2010)

Berdasarkan pengertian diatas, jumlah sampel penelitian ini adalah 15% dari jumlah populasi. Yakni sebanyak 20 responden. Dari 20 responden petani yang didapat, mereka akan menentukan/mengarahkan peneliti untuk memilih responden pedagang berdasarkan data informasi/kuisisioner yang telah sampel petani isi. Dengan cara ini, peneliti dapat lebih tepat dan akurat memilih responden pedagang sesuai dengan alur pemasaran Kelapa Dalam yang *Real* (nyata) dilakukan oleh

pekebun Kelapa Dalam di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data ini adalah metode observasi dan wawancara. Observasi adalah aktivitas yang di lakukan mahluk cerdas, terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah di ketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang di butuhkan (Sugiyono, 2014). Observasi dalam penelitian ini digunakan peneliti untuk meneliti alur tataniaga komoditi kelapa dalam di desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin.

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang tepercaya ( Sugiyono, 2014). Wawancara dalam penelitian ini dilaksanakan oleh peneliti (pewawancara) kepada responden (petani kelapa dalam dan pedagang kelapa/narasumber) di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin sebagai penguat data yang diperoleh saat observasi.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan observasi langsung ke lapangan terkait proses Saluran Pemasaran Komoditi Kelapa Dalam di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin. Sedangkan pengumpulan data sekunder berasal dari dinas/instansi yang berhubungan langsung dengan penelitian ini guna memperkuat informasi yang dihasilkan dari penelitian ini.

### **Metode Pengolahan dan Analisis Data**

Metode deskriptif adalah suatu pola untuk menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya tanpa manipulasi data. Data yang diperoleh dari lapangan akan diolah secara tabulasi kemudian dilanjutkan dengan perhitungan secara matematis dan dijelaskan secara deskriptif dari pertanyaan yang telah dirumuskan pada rumusan masalah. Untuk menjawab masalah, digunakan analisis deskriptif. (Sugiyono, 2014). Yang dimaksud dengan perhitungan secara matematis disini adalah penjabaran dan perhitungan data yang dapat dengan menggunakan pengolahan angka-angka sesuai ketentuan yang ada.

Menurut Nasution dalam Anang (2013), analisis data dalam penelitian ini di mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah sebelum terjun ke lapangan dan berlangsung terus menerus sampai penulisan hasil penelitian. Dari rumusan ini, maka pertama-tama mengorganisasikan data, yaitu data yang terkumpul melalui: catatan lapangan, observasi dan wawancara. Setelah dari lapangan terkumpul dengan metode pengumpulan data di atas, kemudian penelitian mengolah dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis secara deskriptif-kualitatif. Analisis deskriptif-kualitatif merupakan suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi kelapa/narasumber) di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin sebagai penguat data yang diperoleh saat observasi.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan observasi langsung ke lapangan terkait proses Saluran Pemasaran Komoditi Kelapa Dalam di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin. Sedangkan pengumpulan

data sekunder berasal dari dinas/instansi yang berhubungan langsung dengan penelitian ini guna memperkuat informasi yang dihasilkan dari penelitian ini.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Saluran Pemasaran Kelapa Di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin.**

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses yang menjadikan suatu produk barang atau jasa yang siap untuk dikonsumsi oleh konsumennya (Kotler, 2002). Saluran pemasaran menggambarkan proses pendistribusian Kelapa Dalam dari tangan petani hingga ke konsumen akhir. Penelusuran pola pemasaran komoditi kelapa Dalam di Desa Teluk Payo ini dimulai dari produsen pertama (petani kelapa) sampai kepada pedagang pengecer yang berhubungan langsung dengan para konsumen akhir. Tataniaga kelapa Dalam di Desa Teluk Payo dari petani hingga konsumen akhir, melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Lembaga yang terlibat dalam tataniaga kelapa dalam di lokasi penelitian yaitu pedagang pengumpul tingkat pertama, pedagang pengumpul tingkat kedua, pedagang besar dan pedagang pengecer. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan berikut ini adalah skema saluran pemasaran kelapa Dalam di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin. Terdapat 3 saluran pemasaran Kelapa di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II. Secara garis besar saluran pemasarannya dapat dilihat sebagai berikut:

- Saluran Pemasaran I :
- Saluran Pemasaran II :
- Saluran Pemasaran III :

Dari ketiga jalur pemasaran tersebut, jumlah petani yang memasarkan kelapa ke saluran pemasaran I sebanyak empat orang (20%) dengan 3 lembaga yang dilalui, saluran pemasaran II sebanyak delapan

orang (40%) dengan 4 lembaga pemasaran yang dilalui dan merupakan saluran pemasaran terpanjang serta alur pemasaran III sebanyak delapan orang (40%) dengan 3 lembaga pemasaran yang dilalui.

### **1. Saluran Pemasaran I Kelapa**

Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang melibatkan 3 lembaga pemasaran yakni Pedagang pengumpul I, Pedagang Besar, dan Pedagang Pengcer. Hal ini dikarenakan sedikitnya jumlah petani Kelapa Dalam yang melakukan saluran pemasaran ini yaitu hanya 4 orang petani saja, sisanya melakukan pemasaran Kelapa Dalam seperti saluran II dan III. Berdasarkan gambar Saluran pemasaran 1 diatas dapat kita lihat bahwa saluran pemasaran I ini hanya digunakan oleh empat orang petani responden (20% dari total petani responden). 2 dari Petani (Pak Hakim dan A. Mahmud) menjual langsung kepada pedagang pengumpul I yaitu Bapak A. Salmo, sisanya ada 2 petani (A. Rahman dan Bahru) menjual kelapanya ke Jupri selaku pedagang pengumpul I tingkat desa. Harga yang diterima petani dari menjual kelapa ke pedagang pengumpul I seharga Rp 2.300,-/butir. Pedagang pengumpul I (Ambo Salmo) menjual kelapa miliknya ke Pedagang besar yang berada di Teluk Payo bernama Dahlan seharga Rp 2.600,-/butir. Sedangkan pedagang besar yang bernama Hj. Akok menerima kelapa yang dijual Pak Jupri (Pedagang Pengumpul I) dengan harga Rp 2.500,-/butir. Dari tangan kedua pedagang besar tersebut kelapa lalu di distribusikan ke pedagang pengecer yang berada di kawasan Kota Palembang khususnya Pusri dan Boombaru yang nantinya akan dijual kembali kepada konsumen. Salah satu nama pedagang pengecer yang kami ketahui adalah Pak Mahmud yang ada di Bombaru. Ia membeli kelapa dengan Hj. Akok seharga Rp 3.000,-/butir.

Penyebab petani menggunakan saluran pemasaran I ini dikarenakan petani tidak perlu mengeluarkan tenaga dan biaya ekstra untuk mengangkut

Kelapa Dalam yang sudah dipanen dan di kupas ke Kapal atau ke pasar untuk menawarkan hasil panen Buah Kelapa Dalam mereka. Selain itu, alasan yang paling penting adalah adanya keterikatan antara petani dengan pedagang pengumpul berupa peminjaman modal panen kepada petani dari pedagang sebagai tanda awal jadi kerjasama penjualan kelapa. Sehingga petani dapat mengerjakan kegiatan bertani lainnya, juga lebih praktis dan menghemat biaya panen. Pedagang pengumpul I pada saluran ini menentukan harga yang berlaku berdasarkan harga yang sedang terjadi di pasar dan informasi harga berasal dari pedagang besar. Sistem pembelian antara petani dan pedagang pengumpul I dilakukan secara tunai. Dalam melakukan pembelian di tingkat petani, pedagang pengumpul I ini melakukan pengemasan secara sederhana dengan karung. Penggunaan karung bertujuan untuk mempermudah pengangkutan ketempat pedagang besar. Pengangkutan dari pedagang pengumpul I ke Pedagang Besar, biasanya menggunakan sepeda motor dan Spet boat karena penjualannya dilakukan setiap hari dalam jumlah kecil.

Pedagang besar membeli kelapa dalam dari beberapa pedagang pengumpul I, diantaranya pedagang pengumpul I responden ( A. Salmo dan Jupri). Pedagang besar pada saluran ini berada di Kecamatan Banyuasin II tepatnya di desa Tanjung Lago. Pedagang besar ini melakukan pengumpulan barang dirumah, kemudian keesokan harinya baru disetorkan ke kios-kios pengecer di Kota Palembang. Alat transportasi yang digunakan berupa mobil pick-up untuk sampai ke kota. Selanjutnya pedagang pengecer memasarkannya ke konsumen, baik konsumen lokal maupun luar kota.

### **2. Saluran Pemasaran II Kelapa**

Saluran pemasaran kedua ini digunakan oleh delapan orang petani responden (40%) serta merupakan saluran terpanjang dalam rantai tataniaga kelapa dalam di Desa Teluk

Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin. Lembaga ini terdiri dari petani, pedagang pengumpul I, pedagang pengumpul II, pedagang besar, pengecer dan konsumen. Dalam saluran ini penentuan harga dilakukan berdasarkan harga pasar yang didapatkan melalui pedagang paling atas, yaitu pedagang besar. Adapun saluran pemasaran ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini. Berdasarkan saluran pemasaran Kelapa di mulai dari petani Kelapa Dalam menjual ke pedagang pengumpul I, adapun nama petani kelapa tersebut adalah H. Abu, H. Iskandar, H. Dg Malongi, H. Palaguna, Yunus, Made, Tarmizi, dan Jamaludin. Pedagang pengumpul I yang bernama Ambo Salmo membeli kelapa dari petani yang bernama H. Abu, H. Dg Malongi, dan Made dengan harga Rp. 2.400,-/butir. Pedagang Pengumpul I yang bernama Jupri membeli kelapa dari petani yang bernama Yunus dan Jamaludin dengan harga Rp. 2.400,-/butir. Pedagang Pengumpul I yang bernama Asik membeli kelapa dari petani yang bernama H. Iskandar dan Tarmizi dengan harga Rp. 2.400,-/butir. Lalu, pedagang pengumpul I yang bernama Burhan membeli kelapa dari petani yang bernama H. Palaguna dengan harga Rp. 2.400,-/butir. Kemudian, Abdul Hakim selaku Pedagang Pengumpul II tingkat desa membeli kelapa dari pedagang pengumpul I seharga Rp 2.600,-/butir lalu didistribusikan ke pedagang besar di tingkat kecamatan (Hj. Akok atau Dahlan). Dari pedagang besar kemudian dijual kepedagang pengecer yang bernama pak Mahmud seharga Rp 3.000,-/butir.

Alasan kenapa petani menggunakan saluran ini kurang lebih sama dengan saluran sebelumnya. Sistem pembayaran ditingkat petani dengan pedagang pengumpul I adalah tunai. Pedagang pengumpul I ini langsung menjual kepada pedagang pengumpul II di tingkat desa. Pedagang pengumpul I menggunakan alat transportasi speedboat dan sepeda motor untuk menuju ketempat pedagang pengumpul II. Pedagang

pengumpul II menjualnya lagi ke pedagang besar di tingkat kecamatan. Pedagang pengumpul II menggunakan alat transportasi mobil pick up dan truck untuk sampai ketempat pedagang besar, karena penjualan barang dalam jumlah yang besar. Pedagang pengumpul II ini mengeluarkan lebih banyak biaya dibanding pedagang pengumpul I, biaya ini antara lain biaya transportasi, biaya pengemasan dan biaya bongkar-muat. Sistem pembayaran yang dilakukan antar pedagang adalah sistem panjer dan dibayar kemudian. Harga yang berlaku adalah harga yang sedang terjadi di pasar berdasarkan informasi yang berasal dari pedagang yang lebih tinggi tingkatannya.

Dari tangan pedagang pengumpul II dijual lagi ke pedagang besar. Sistem pembayaran yang dilakukan secara tunai dan dibayar kemudian. Pada saluran ini pedagang besar berhadapan dengan pedagang pengecer lokal dan pedagang dari luar kota. Hal ini dikarenakan tempat penampungannya sangat strategis di pasar kecamatan dan telah banyak diketahui para pedagang atau konsumen langganan dari luar kota. Dari tangan pedagang pengecer lokal kemudian diteruskan ke konsumen akhir.

### 3. Saluran Pemasaran III Kelapa

Saluran ketiga ini digunakan oleh delapan orang responden petani (40%). Pada saluran ini petani secara langsung berjualan dengan pedagang pengumpul II di tingkat desa. Pasar yang menjadi tujuan oleh sebagian besar petani Desa Teluk Payo ini adalah Pasar Teluk Payo dan Pasar Tanjung Lago ataupun cukup menyetorkan ke rumah pedagang pengumpul II. Petani melakukan kegiatan pemanenan sendiri, dan menjualnya sendiri ke Pedagang Pengumpul II dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada dijual ke pedagang pengumpul I. Dalam melakukan penjualan, petani menggunakan alat pengangkutan dengan speedboat atau

Sepeda motor menuju ke tempat pedagang pengumpul II. Lebih jelasnya, saluran pemasaran III kelapa Dalam di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin dapat dilihat sebagai berikut. Petani yang menjual kelapa langsung ke Pedagang pengumpul II adalah H. Umar, H. Jumardi, H. Muhammad, H. Hambuesan, A. Hakim, Dagea Lewa, Jupri dan Oleng. Rata-rata harga yang didapat petani ketika menjual ke pedagang pengumpul I yang bernama H. Umar adalah Rp 2.600,-/butir. Lalu pedagang pengumpul II menjualnya kembali ke pedagang besar dengan nama Ahmad Yani di tingkat kecamatan seharga Rp 2.800,-/butir. Pedagang besar menjualnya kembali kepada pedagang pengecer yang bernama Muhammad. Selain itu pedagang besar juga berperan sebagai pengecer di pasar. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai dan dibayar kemudian. Selanjutnya pedagang pengecer menjualnya langsung kepada konsumen akhir.

Untuk persoalan harga kelapa dalam yang diterima oleh petani hingga ke pedagang besar, berikut penjelasannya. Harga kelapa dalam yang ditawarkan pedagang ke petani, didasari oleh informasi pasar atau pedagang besar selaku informan harga yang menjadi ukuran di pasaran. Perbedaannya berkisar Rp 500,- hingga Rp 800,- dari harga yang dibeli oleh pedagang besar. Contoh, pedagang pengumpul I membeli kelapa seharga Rp 2.300,-/butir dari tangan petani langsung, pedagang pengumpul II akan membeli dari pedagang pengumpul I seharga Rp 2.500,- atau Rp 2.600,-/butir. Pedagang besar akan membeli kelapa dari pedagang pengumpul I atau II seharga Rp 2.800,-/butir hingga Rp 3.00,-/butir disesuaikan dengan ukuran kecil besarnya buah kelapa. Namun demikian, harga ini dapat berubah sewaktu-waktu apabila permintaan pasar mengalami kenaikan atau sebaliknya. karena ada waktu-waktu tertentu yang dapat merubah drastis harga pasaran kelapa, contohnya bulan

ramadhan, lebaran, atau *event-event* tertentu.

### **Lembaga Pemasaran Kelapa Di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin.**

Lembaga pemasaran atau perantara pemasaran merupakan organisasi yang memperoleh keuntungan dengan berpartisipasi langsung dalam proses tataniaga yang dilakukan oleh pedagang perantara, agen dan spekulator berupa penanganan, pengepakan, perantara pembayar, dan lain-lain. Umumnya lembaga pemasaran komoditi pertanian terdiri dari petani, pedagang pengumpul ditingkat lokal, pedagang antar daerah, pedagang besar, pengecer, dan agen-agen penunjang. (Kohls dan Uhl,1985).

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan lembaga pemasaran yang terlibat dalam alur pemasaran komoditi Kelapa Dalam di Desa Teluk Payo Kecamatan Bayuasin II adalah Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar dan Pedagang pengecer. Pedagang pengumpul dalam penelitian ini adalah pedagang yang berada di desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II. Sedangkan pedagang besar adalah pedagang yang berada di desa Teluk Payo dan Tanjung Lago Kecamatan Banyuasin II. Kemudian pedagang pengecer adalah pedagang yang berada di sekitaran Kecamatan, Boombaru dan Pusri. Adapun penjelasan setiap lembaga pemasaran yang terlibat sebagai berikut:

#### **1) Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul adalah lembaga yang melaksanaka perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak punya hak untuk memili barang yang diperdagangkan (Swastha dan Irawa, 2008). Berdasarkan hasil penelitian pedagang pengumpul yang terlibat dalam pemasaran komoditi Kelapa Dalam di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin



berjumlah 6 orang yaitu Ambo Salmo, Jupri, Asik, Burhan, Abdul Hakim dan H. Umar. Ke-enam pedagang pengumpul ini merupakan pedagang Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II yang mengumpulkan Kelapa Dalam milik petani sebanyak 3 hari sekali atau seminggu sekali. Tergantung dengan musim panen atau pasca panen. Pedagang pengumpul yang membeli Kelapa Dalam dari petani harga Rp 2.300,-/Buah – Rp 2.500,-/Buah. Tergantung pada ukuran buah Kelapa Dalam yang sudah di kupas dan di sortir. Biasanya Kelapa Dalam yang diperoleh pedagang pengumpul bisa mencapai 1500-2000 butir per sekali panen. Pedagang pengumpul langsung mendatangi petani yang biasa melakukan penjualan Kelapa Dalam kepada mereka. Petani dan pedagang pengumpul secara bersama-sama melakukan pemisahan / penyortiran ukuran kelapa dalam. Penentuan harga yang ada dalam pembelian dalam ini melalui proses tawar-menawar berdasarkan informasi harga pasar yang mereka ketahui sebelumnya.

Pedagang pengumpul memiliki skala usaha sedang dengan jumlah kelapa dalam yang bisa dikumpulkan sebanyak 1500-2000 butir sekali panen. Jadi mereka melakukan penyimpanan, jika produknya belum bisa disetorkan ke pedagang besar karena belum mencapai jumlah pesanan. Kegiatan lain yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah pengemasan dengan menggunakan karung. Kelapa dalam yang sudah siap dijual, dikemas dalam karung, satu karung berisi sekitar 40 butir sampai 50 butir. Kegiatan penjualan biasanya dilakukan keesokan harinya.

## 2) Pedagang Pengumpul I

Pedagang pengumpul I adalah orang yang membeli hasil produksi kelapa dalam milik petani kelapa secara langsung di kebun tetapi dalam jumlah yang relatif rendah (Swastha dan Irawan, 2008). Berdasarkan hasil penelitian, pedagang pengumpul I melakukan transaksi jual dan beli dari petani ke pedagang pengumpul II atau

langsung ke pedagang besar. Dalam aspek daya beli, pengumpul I hanya bisa membeli kelapa dalam milik petani dengan jumlah yang relatif rendah, sekitar 400-700 butir dengan harga Rp 2.300,-/butir. Kemampuan daya beli ini sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dana yang terbatas dari pengumpul I.

Adapun pedagang pengumpul I yang terlibat dalam penelitian ini adalah Bapak Ambo Salmo, Jupri, Asik dan Bapak Burhan. Keempatnya mempunyai petani langganan yang bersedia menjual hasil panen Kelapa Dalamnya ke mereka. Namun demikian, mereka juga bersedia jika dipanggil petani lain untuk mengangkut hasil panen dikebun dengan menggunakan motor sebagai alat pengangkutnya.

## 3) Pedagang Pengumpul II

Pedagang pengumpul II adalah orang yang membeli hasil produksi kelapa dalam dari petani atau pedagang pengumpul I dengan skala sedang (Swastha dan Irawan, 2008). Berdasarkan hasil penelitian, pedagang pengumpul II yang terlibat dalam penelitian ini adalah Bapak Abdul Hakim dan Bapak Haji Umar. Keduanya menerima kelapa dalam dari petani dan pedagang pengumpul I yang langsung mengantarkan ke gudang milik mereka. Harga yang diberikanpun sekitar Rp2.500,- hingga Rp2.650,-. Di gudang milik pedagang pengumpul II kelapa dalam kembali disortir berdasarkan ukuran dan dilanjutkan dengan proses pengemasan ke dalam karung. Setiap karungnya berisi sekitar 40-50 butir. Setiap tiga hari atau seminggu sekali, kelapa yang sudah disimpan harus segera diantar ke pedagang besar. selain untuk mencegah kerusakan pada buah kelapa, hal ini juga untuk mengurangi resiko penurunan harga yang biasa terjadi di pasar.

## 4) Pedagang Besar

Pedagang besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain atau kepada pemakai industri, pemakai lembaga, dan pemakai komersial dan

tidak menjual dalam volume yang sama ke kosumen akhir (Swastha dan Irawan, 2008). Berdasarkan hasil penelitian pedagang besar yang terlibat dalam pemasaran buah Kelapa Dalam di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II berjumlah tiga orang, yakni Ibu Hj. Akok di desa Tanjung Lago, Ahmad Yani di desa Tanjung Lago dan Dahlan di Desa Teluk Payo. Dengan mengikuti saluran pemasaran yang terjadi dari pedagang pengumpul di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II, pedagang besar mempunyai skala penjualan dan pembelian yang besar dengan gudang penyimpanan buah Kelapa Dalam mencapai 6.000-14000 butir kelapa dalam siap jual.

Pedagang besar mendapat pasokan dari beberapa pedagang pengumpul ditingkat desa maupun kecamatan, dengan jumlah kelapa dalam yang didapat rata-rata 14.000 butir. Jumlah pasokan ini masih dapat bertambah ataupun bahkan berkurang setiap harinya karena pedagang besar bergantung pasokan pedagang sebelumnya. Pedagang Besar membeli buah Kelapa Dalam dari pedagang pengumpul dengan harga Rp 2.500,- sampai Rp 2.800,- per butir. Tergantung pada ukuran buah Kelapa Dalam yang sudah di sortir dan dikemas dalam karung oleh pedagang pengumpul. Setiap minggunya pedagang besar selalu menjual 4.000-6.000 butir buah Kelapa Dalam ke pedagang pengecer sekitaran Boombaru dan Pusri yang berada di Kota Palembang. Sisanya dijual ke pedagang pengecer Kecamatan Banyuasin II.

Pedagang besar ini melakukan fungsi- fungsi pemasaran, mulai dari fungsi pembelian, penjualan, penyimpanan, transportasi, pembiayaan, sortasi, pengemasan, penanggungan resiko, dan fungsi informasi. Adanya kesepakatan harga antara pedagang pengumpul II dan pedagang besar menunjukkan fungsi pembelian yang dilakukan oleh pedagang besar. Fungsi penjualan dilakukan ketika pedagang pengecer meminta pengiriman melalui telepon dan sebagian pedagang pengecer

lainnya datang ke tempat pedagang besar. Dalam proses menunggu pesanan dari pedagang pengecer, setiap harinya dua dari tiga pedagang besar (Hj. Akok dan Dahlan) ini juga melayani pembelian kepada konsumen.

Fungsi penyimpanan yang dilakukan terjadi jika kelapa dalam tidak habis terjual pada hari yang sama. Kelapa dalam yang belum laku terjual diletakkan gudang mereka. Selama dilakukan kegiatan penyimpanan, pedagang besar menghadapi resiko penyusutan dan kerusakan akibat terbentur, terlalu lama disimpan, ataupun pecah didalamnya (fungsi penanggungan resiko). Kegiatan penyortiran dilakukan juga untuk mengklasifikasikan ukuran dan pemisahan akibat kerusakan.

Aktivitas diatas erat kaitannya dengan fungsi pembiayaan, hal ini dapat ditunjukkan melalui upah tenaga untuk bongkar-muat, penyortiran, serta pemberian uang muka kepada pedagang pengumpul II dan pedagang pentotok. Pedagang besar melakukan fungsi informasi dengan mengamati perkembangan harga yang terjadi untuk menentukan harga jual dan harga beli, dimana harga erat kaitannya dengan ketersediaan baran (pasokan) dan permintaan konsumen.

### **5) Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer adalah lembaga yang melakukan suatu kegiatan usaha menjual barang ke konsumen akhir untuk keperluan pribadi (Swastha dan Irawan, 2008) Berdasarkan hasil penelitian yang terjadi di di Kecamatan Banyuasin II, Boombaru dan Pusri. Pedagang pengecer yang membeli buah Kelapa Dalam dari pedagang besar berjumlah 2 orang. Yakni pak Mahmud dan Muhammad. Kedua pedagang pengecer ini beralamat di Boombaru (Muhamad) dan Pusri (Mahmud). Pedagang pengecer di kawasan Palembang adalah pedagang terakhir yang berhubungan langsung dengan konsumen akhir. Pedagang pengecer ini membeli kelapa dalam dari pedagang besar dalam jumlah tertentu sesuai

dengan tingkat harga yang terjadi dan permintaan konsumen. Biasanya pedagang pengecer membeli buah kelapa dalam dengan harga Rp 3.000,- sampai Rp 3.500,- per butir. Tergantung pada kecil besarnya ukuran buah Kelapa Dalam yang dibeli. Jumlah komoditi yang dibeli berkisar antara 2000-6000 butir per pesanan. Jarak antara pesanan hari tertentu dengan hari berikutnya maksimal tujuh hari setelah barang dikirim. Dalam aktivitas pembelian dan penjualan ini melibatkan fungsi pembiayaan yaitu untuk bongkar-muat. Kegiatan bongkar muat sendiri dilakukan di gudang pedagang besar dan gudang penyimpanan pedagang pengecer dengan menggunakan truck milik pedagang pengecer. fungsi penyimpanan yang dilakukan hingga kelapa dalam habis terjual. Selama proses tersebut pedagang pengecer menghadapi resiko penyusutan dan kerusakan. Walaupun seringkali penentuan harga ditentukan pedagang besar, tetapi masih terjadi proses tawar-menawar.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa saluran Pemasaran komoditi kelapa dalam di Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin dari petani hingga ketangan konsumen akhir. Terdapat tiga saluran pemasaran kelapa dalam yaitu terdiri dari;

- Saluran Pemasaran I : Petani — Pedagang Pengumpul I — Pedagang Besar — Pedagang Pengecer — Konsumen
- Saluran Pemasaran II : Petani — Pedagang Pengumpul I — Pedagang Pengumpul II — Pedagang Besar — Pedagang Pengecer — konsumen
- Saluran Pemasaran III : Petani — Pedagang Pengumpul II — Pedagang Besar — Pedagang Pengecer— Konsumen

### Saran

- 1) Diharapkan adanya pengembangan sarana transportasi dari pemerintah terkait seperti jalan setapak (semi permanen) ke kebun-kebun kelapa milik petani supaya dapat memudahkan petani dan pedagang pengumpul untuk melakukan kegiatan pengangkutan hasil panen.
- 2) Ditinjau dari luas dan subur nya lahan yang ada di desa Teluk Payo, pemerintah setempat dan yang terkait perlu memberikan dukungan kepada masyarakat untuk meningkatkan dan mengoptimalkan hasil panen mereka dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan kepada petani, rutin melakukan penyuluhan dan memberikan kemudahan serta kelancaran pupuk kepada para petani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Adman. 2016. *Studi Agribisnis Dan Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Kelapa Hibrida (Studi Kasus Pada Agribisnis Kelapa (Cocos Nucifera L) Naryo Di Desa Saleh Jaya Kecamatan Air Saleh Kabupaten Banyuasin)*. Universitas Muhammadiyah Palembang: Skripsi tidak di terbitkan.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Propinsi Sumatera Selatan, 2014. *Wilayah Potensi Pengembangan Kelapa*. Sematera Selatan.
- Badan Pusat Statistik Propinsi Sumatera Selatan, 2015. *Banyuasin Dalam Angka* . Sematera Selatan.

- Chatib Syamulil. 2013. *Kelapa Pohon Kehidupan*. Dinas Pekebunan Sumsel.
- Cahyono. 1996. *Modul Manajemen Pemasaran*. IPWI: Jakarta.
- Danil, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Sinar Grafika Osset. Jakarta.
- Dian, Vita. 2016. *Kelapa Muda Pelepas Dahaga Sejuta Khasiat*. Stomata: Jogjakarta.
- Dinas Perkebunan dan Kehutanan Propinsi Sumatera Selatan. 2014. *Luas Lahan Produksi dan Produktivitas Kelapa Menurut Kabupaten di Propinsi Sumatera Selatan*. 2014.
- Direktorat Jendral Bina Produksi Perkebunan, 2007.
- Foale and Haries. 2009. <http://faizaashop.blogspot.co.id/2015/11/kekurangan-pemasaran-online.html> diakses pada 11/04/2017:23-17.
- Juliansyah. 2014. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenadamedia Group. Jakarta.
- Kohls, R.L dan Uhl J.N. 1985. *Marketing Of Agricultura Products*. Sixth edition. Mc millan publishig company. New york.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid. Seri Terjemahan edisi ke-6. J.J. Kelling Graduate School of Managemen North Western University. Evanstar Levonis.
- Limbong dan Sitorus. 2001. *Tataniaga Pertanian*. PT. Grafindo. Jakarta.
- Mubyarto, 1985. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES: Jakarta.
- Nasution dalam Anang, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Bumi Aksara Jakarta.
- Nazir, moh. 2014. *Metode penelitian cet 7*. Ghalia indonesia. Bogor.
- Pradika, dkk. 2013. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar Di Kabupaten Lampung Tengah (Jurnal)*. Universitas Lampung: Bandar Lampung.
- Smith. 2001. *Jawaban Jitu Untuk Berbagai Pertanyaan Pemasaran Yang Sulit*. Gelora Aksara Bersama. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekardi, Yuliadi. 2012. *Pemanfaatan dan Pengolahan Kelapa*. Penerbit. CV Yrama Widya. Jakarta.
- Sukamto, I. T. N. 2001. *Upaya Peningkatan Produksi Kelapa*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Cv ALFABETA: Bandung.
- Suwarto dan Yuke Oktavianti. 2012. *Budidaya Tanaman Perkebunan*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Offset. Yogyakarta.
- Tety, dkk. 2013. *Analisis Saluran Pemasaran dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya Di Desa Sari Galuh Kecamatan Tapun Kabupaten Kampar*. Volume 5 number 1, (<http://enjournal.unri.ac.id/index.php/JPEB/article/download/1477/1453>)