

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Budidaya Kelapa Kopyor

Budidaya kelapa kopyor yang dilakukan di Desa Alasdowo meliputi kegiatan penanaman, pemeliharaan, panen, dan pasca panen. Adapun faktor-faktor produksi yang dipakai adalah bibit, alat pertanian, pupuk kandang, pupuk kimia, dan obat-obatan. Kegiatan pembibitan dilakukan dengan perbanyakan buah kelapa normal yang mengandung gen resesif kopyor (pembibitan konvensional). Buah normal yang mengandung gen resesif kopyor didapatkan dari buah normal yang berada satu tandan dengan buah kopyor. Satu tandan kelapa kopyor yang berisi 10-12 butir kelapa hanya ada 1-3 buah yang kopyor dan sisanya buah normal yang bisa dijadikan bibit. Selain pembibitan secara konvensional, terdapat pembibitan secara kultur embrio yang membutuhkan teknologi dan biaya yang mahal sehingga tidak dilakukan oleh petani di Desa Alasdowo, Kecamatan Dukuhseti, Kabupaten Pati.

Bibit kelapa kopyor yang berkembang di wilayah Kabupaten Pati berjenis kelapa dalam (besar) dan kelapa genjah (kecil). Dari kedua jenis kelapa kopyor tersebut, petani lebih banyak memilih bibit kelapa jenis genjah karena hanya membutuhkan waktu 3-4 tahun untuk berbuah. Sedangkan bibit kelapa jenis dalam membutuhkan waktu 5-6 tahun. Bibit didapatkan dengan cara membeli dari warga Desa Alasdowo yang memiliki usaha pembibitan kelapa kopyor. Penjelasan mengenai usahatani kelapa kopyor di Desa Alasdowo pada halaman berikutnya.

1. Penanaman

Penanaman kelapa kopyor diawali dengan persiapan lahan yang dilakukan tiga bulan sebelumnya. Persiapan lahan dengan pembajakan, pemberian pupuk dasar, pengajiran, dan pembuatan lubang tanam. Mengingat penanaman dilakukan di lahan pekarangan rumah, sehingga jarak tanam dan pola tanam disesuaikan dengan luas lahan dan kondisi pekarangan. Jarak tanam berkisar antara 3x3 m atau 5x5 meter. Lubang tanam berukuran 60 cm x 60 cm x 60 cm. Lubang tanam diberi pupuk dasar yaitu TSP/SP-36 sebanyak 350 gram dan NPK dengan dosis 300 gram per lubang tanam. Sebaiknya pemberian pupuk dasar ini dilakukan satu sampai dua minggu sebelum tanam.

Bibit yang digunakan minimal berumur 6 bulan dan telah memiliki akar yang keluar dari polybag. Bibit yang telah berakar perlu dipotong sampai batas polybag. Bibit yang siap ditanam dipisahkan dari polybag dan media tanamnya dibiarkan tidak boleh hancur. Kemudian bibit dimasukkan ke dalam lubang tanam lalu ditimbun dengan tanah. Penempatan bibit sebaiknya 5-10 cm di bawah permukaan tanah.

2. Pemeliharaan

Pemeliharaan tanaman dilakukan setelah penanaman yang meliputi penyulaman, penyiraman, penyiangan, pemupukan, sanitasi serta pemantauan hama dan penyakit. Kegiatan penyulaman dilakukan ketika ada bibit yang tumbuh tidak normal atau mati. Penggantian bibit disesuaikan dengan umur bibit yang lainnya. Penyiraman dilakukan untuk bibit yang baru ditanam di kebun. Penyiraman dilakukan sekali sehari atau dua kali menyesuaikan musim dan ketersediaan air. Penyiraman tetap dilakukan hingga tanaman berumur kurang

lebih dua tahun. Penyiangan merupakan kegiatan membersihkan tanaman atau tanah dari gulma atau rerumputan yang tumbuh di sekitar tanaman. Hal ini agar tanaman kelapa tidak bersaing dengan gulma dalam memperebutkan unsur hara. Penyiangan dilakukan di sekitar tanaman dengan jarak minimal 1-2 meter. Sanitasi merupakan kegiatan untuk menjaga kebersihan kebun dan tanaman dengan cara membuang sampah, dahan, maupun ranting yang mengganggu tanaman. Upaya ini dilakukan untuk menghindari hama dan penyakit.

Pemupukan dilakukan setelah tanaman berumur 3 bulan setelah tanam. Pemupukan selanjutnya dilakukan setiap 6 bulan sekali sampai tahun pertama berbuah. Pemantauan hama dan penyakit dilakukan secara intensif agar dapat dilakukan tindakan pencegahan. Jika terdapat hama atau penyakit, segera dilakukan penyemprotan obat. Tenaga kerja dalam proses penanaman hingga pemeliharaan kelapa kopyor berasal dari dalam keluarga.

3. Panen dan pasca panen

Tanaman kelapa kopyor mulai berbunga sekitar umur 3-4 tahun untuk jenis Genjah, sedangkan jenis Dalam mulai berbunga pada umur 5-6 tahun. Panen buah kopyor dilakukan saat umur 8-10 bulan setelah berbunga, sedangkan untuk buah normal dipanen saat umur 10-12 bulan setelah berbunga. Hal ini karena buah kopyor mengalami percepatan pertumbuhan sehingga ketika melebihi umur 10 bulan akan mongering dan tidak laku di pasaran. Periode panen kelapa kopyor yaitu setiap bulan. Satu pohon kelapa kopyor hanya menghasilkan 1-3 butir buah kopyor dalam satu periode panen.

Ketika musim hujan produksi buah kopyor sangat baik, tetapi saat musim kemarau produksinya menurun bahkan bisa tidak menghasilkan. Kegiatan panen

kelapa kopyor hanya dilakukan oleh orang yang ahli dan berpengalaman. Orang yang melakukan pemanenan disebut pedagang pentotok. Pedagang pentotok melakukan pemanenan dengan cara memanjat pohon.

Panen kelapa kopyor dilakukan setiap bulan sehingga tidak mengenal musim panen raya. Kelapa kopyor yang bagus memiliki ciri warna buah pekat, buah tidak terlalu kering ataupun muda, dan memiliki diameter buah 40-60 cm. Setelah dipanen, kelapa kopyor dibersihkan dan dilakukan sortasi yang selanjutnya dijual.

Perlakuan pascapanen kelapa kopyor berbeda dengan kelapa biasa. Kelapa kopyor perlu disimpan di tempat yang kering dan tidak terkena cahaya matahari secara langsung. Pada tempat penyimpanan seperti itu, kelapa kopyor dapat bertahan hingga 1 bulan. Penanganan yang salah akan menyebabkan berubahnya warna, cita rasa, kesegaran maupun aroma kelapa kopyor. Kegiatan grading dilakukan sebelum kelapa kopyor dipasarkan. Grading dilakukan dengan membedakan ukuran diameter buah. Setelah itu kelapa kopyor dikemas dalam karung dan siap untuk dikirim ke pasar.

B. Identitas Petani dan Lembaga Pemasaran

1. Petani

Identitas petani merupakan gambaran umum tentang cara petani menjalankan usahatani. Petani dalam penelitian ini merupakan petani kelapa kopyor yang tinggal di Desa Alasdowo, Kecamatan Dukuhseti, Kabupaten Pati. Uraian tentang identitas petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo yang meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah kelapa kopyor yang dimiliki pada halaman berikutnya.

a. Umur Petani

Umur petani adalah usia petani yang diukur dalam tahun yang merupakan salah satu faktor penting dalam melakukan usahatani. Faktor umur sangat berpengaruh terhadap pola pikir dan kemampuan fisik dalam menjalankan usahatani. Petani yang memiliki kemampuan fisik yang baik dan berada pada usia yang produktif akan lebih baik dalam mengelola usahatani dibandingkan dengan petani yang berada dalam usia tidak produktif dan kemampuan fisiknya menurun. Keadaan petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Umur petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo

Golongan Umur (th)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
31-40	2	3.70
41-50	15	27.78
51-60	29	53.70
>60	8	14.82
Jumlah	54	100.00

Berdasarkan tabel 9 diketahui jumlah petani kelapa kopyor yang tergolong ke dalam umur produktif (31-60 tahun) memiliki persentase terbesar yaitu 85,18%. Sedangkan petani kelapa kopyor yang tergolong ke dalam umur tidak produktif (60 tahun keatas) memiliki persentase sebesar 14,82%. Hal tersebut menunjukkan bahwa usahatani kelapa kopyor banyak dilakukan oleh petani yang berumur produktif dan memiliki fisik yang baik.

b. Pengalaman Petani

Pengalaman petani adalah lama waktu petani dalam melakukan kegiatan usahatani kelapa kopyor dihitung dalam satuan tahun yang merupakan aspek penting dalam usahatani. Semakin lama waktu petani berusahatani maka semakin

banyak pengalaman yang didapatkan. Petani yang berpengalaman bisa mengatasi masalah yang dihadapi dengan baik sehingga mengurangi kemungkinan kerugian dalam usahatani. Pengalaman petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Pengalaman petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo

Pengalaman (th)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1-10	6	11.12
11-20	17	31.48
21-30	29	53.70
30-40	2	3.70
Jumlah	54	100

Berdasarkan tabel 10 diketahui kebanyakan petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo memiliki pengalaman menjadi petani selama 21-30 tahun. Rata-rata petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo memiliki pengalaman berusahatani selama 20 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa petani kelapa kopyor sudah memiliki pengalaman yang baik untuk mengelola dan mengembangkan usahatannya. Semakin berpengalaman petani maka semakin baik dalam mengelola dan mengembangkan usahatani. Pengalaman petani kelapa kopyor diperoleh secara turun-temurun karena kelapa kopyor termasuk tanaman tahunan. Selain itu, pengalaman juga diperoleh dari petani kelapa kopyor lainnya atau dengan melakukan pengamatan sendiri pada usahatannya.

c. Tingkat Pendidikan Petani

Tingkat pendidikan petani adalah jenjang terakhir sekolah formal yang ditempuh oleh petani dan salah satu faktor penting untuk menentukan pola pikir petani dalam melakukan usahatani. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh oleh petani maka semakin terbuka pola pikir petani dalam menyerap

informasi dan menerapkan inovasi teknologi. Tingkat pendidikan petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Tingkat pendidikan petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo

Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Tidak Tamat/Sekolah	3	5.56
SD	13	24.07
SLTP	7	12.96
SLTA	30	55.56
Akademi/PT	1	1.85
Jumlah	54	100.00

Berdasarkan tabel 11 diketahui tingkat pendidikan petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo paling banyak pada tingkat SLTA dengan persentase 55,56%. Sedangkan tingkat pendidikan paling sedikit pada tingkat Akademi/PT dengan persentase 1,85%. Hal tersebut menunjukkan bahwa petani kelapa kopyor memiliki kesadaran yang cukup baik terhadap pendidikannya. Tingkat pendidikan yang cukup baik membantu petani kelapa kopyor dalam membuat keputusan yang baik dalam usahatani. Tingkat pendidikan yang cukup baik ini pula membantu petani dalam memahami teknologi baru yang disampaikan penyuluh lapangan maupun dinas terkait. Tingkat pendidikan ini pula memiliki pengaruh besar tercapainya program-program pertanian dari pemerintah, sehingga akan menjadikan petani lebih sejahtera dan menambah pendapatan bagi petani tersebut.

d. Jumlah Tanaman Kelapa Kopyor

Jumlah tanaman kelapa kopyor adalah banyaknya tanaman kelapa kopyor yang dimiliki oleh petani selama masa produksi dalam satuan pohon. Jumlah tanaman yang dimiliki oleh petani akan mempengaruhi pendapatan petani ketika melakukan usahatani. Ketika tanaman yang dimiliki oleh petani sedikit maka akan berpengaruh terhadap penghasilannya, sedangkan ketika petani memiliki tanaman

yang banyak maka pendapatan yang didapatkan petani juga akan bertambah banyak. Jumlah tanaman kelapa kopyor petani di Desa Alasdowo pada tabel 12.

Tabel 12. Jumlah tanaman kelapa kopyor tiap petani

Jumlah Tanaman	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1-5	23	42.59
6-10	26	48.15
11-15	4	7.41
15-20	1	1.85
Jumlah	54	100.00

Berdasarkan tabel 12 diketahui jumlah tanaman kelapa kopyor terbanyak adalah dengan jumlah antara 6-10 dengan persentase 48,15%. Terdapat 1,85% petani yang memiliki jumlah tanaman kelapa kopyor antara 15-20 pohon. Mengingat usahatani kelapa kopyor merupakan pekerjaan sampingan sehingga wajar jika jumlah pohon yang dimiliki petani sedikit. Pohon kelapa kopyor ditanam di pekarangan rumah petani. Penanaman yang dilakukan secara intensif di kebun tidak dilakukan petani karena akan mengeluarkan biaya perawatan yang besar. Pendapatan dari usahatani kelapa kopyor merupakan pendapatan tambahan bagi petani kelapa kopyor.

2. Identitas Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran merupakan pihak yang berjasa menyalurkan barang dari petani agar sampai ke konsumen akhir. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo diantaranya pedagang pentotok, pedagang pengepul, dan pedagang besar serta pedagang pengecer. Interaksi yang terjadi antara pedagang dan petani diharapkan saling menguntungkan kedua belah pihak secara adil. Petani kelapa kopyor memerlukan jasa dari pedagang agar kelapa kopyor sampai ke tangan konsumen. Sebaliknya,

pedagang yang berjasa dalam menyalurkan barang mendapatkan imbalan berupa keuntungan dari proses pemasaran. Lembaga pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo dijelaskan sebagai berikut:

a. Pedagang Pentotok

Pedagang pentotok merupakan pedagang yang membeli kelapa kopyor dari petani dengan cara memanen sendiri kelapa kopyor dari pohon milik petani. Istilah pedagang pentotok didapatkan karena pekerjaannya yang mencari buah kelapa kopyor dengan cara ditotok atau diketuk buahnya. Penyebutan pedagang pentotok sudah lazim digunakan oleh masyarakat di Desa Alasdowo. Pemanenan kelapa kopyor dilakukan dengan cara memanjat pohon kelapa kopyor kemudian memilih buah kelapa yang kopyor untuk dibawa turun. Pedagang pentotok ini bertempat tinggal di Desa Alasdowo yang berjumlah lima orang. Adapun identitas pedagang pentotok di Desa Alasdowo dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Distribusi pedagang pentotok di Desa Alasdowo

No.	Keterangan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1. Umur (tahun)	48-55	4	80
	56-63	0	0
	64-71	1	20
2. Pendidikan	Tidak tamat	1	20
	SD	1	20
	SLTP	2	40
	SLTA	1	20
3. Pengalaman Berdagang	14-20	2	40
	21-27	2	40
	28-35	1	20

Berdasarkan tabel 13 diketahui pedagang pentotok kelapa kopyor tergolong dalam usia produktif (48-55 tahun) terbanyak yaitu 80%. Hal tersebut

menunjukkan pedagang pentotok masih memiliki kemampuan fisik yang baik. Kemampuan fisik sangat diperlukan oleh pedagang pentotok karena mereka melakukan kegiatan pemanenan dengan cara memanjat pohon kelapa secara langsung. Selain itu, pedagang pentotok masih harus memilih buah yang kopyor ketika di atas pohon sebelum dipetik.

Tingkat pendidikan pedagang pentotok kelapa kopyor menunjukkan bahwa yang paling banyak pada tingkat SLTP dengan persentase sebesar 40%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang pentotok kelapa kopyor memiliki kesadaran yang rendah akan pendidikan. Rendahnya tingkat pendidikan pedagang pentotok kelapa kopyor tersebut akan mempengaruhi pola pikir dalam berdagang, sehingga keputusan-keputusan yang diambil didasarkan pada kebiasaan dan pengalaman. Pengalaman berdagang pedagang pentotok kelapa kopyor terbanyak pada interval (14-20 tahun) dan interval (21-27 tahun) masing-masing 40%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang pentotok memiliki pengalaman yang baik.

b. Pengepul

Pengepul merupakan merupakan lembaga pemasaran yang membeli kelapa kopyor dengan cara menunggu petani atau pedagang pentotok mengantarkan kelapa kopyor ke rumahnya kemudian menjualnya lagi ke pedagang besar. Petani yang menjual ke pengepul melakukan proses pemanenan dengan menggunakan jasa pedagang pentotok. Pengepul kelapa kopyor bertempat tinggal di Desa Alasdowo.

Pengepul kelapa kopyor di Desa Alasdowo berjumlah satu orang dengan usia 52 tahun, pendidikan terakhir lulusan SD, dan memiliki pengalaman berdagang selama 20 tahun. Umur tersebut merupakan usia produktif pedagang.

Hal tersebut akan mempengaruhi kinerja dalam berdagang. Tingkat pendidikan dari pedagang pengepul kelapa kopyor cukup rendah. Hal tersebut akan mempengaruhi pola pikir pengepul dalam mengambil keputusan. Selain itu juga diharapkan pengepul mampu untuk menyerap setiap informasi pasar. Pengepul kelapa kopyor di Desa Alasdowo memiliki pengalaman yang baik dalam berdagang. Pengalaman tersebut dibutuhkan dalam proses jual beli kelapa kopyor yang meliputi kegiatan tawar menawar, penyimpanan barang, dan pengiriman barang.

c. Pedagang besar

Pedagang besar merupakan lembaga pemasaran yang membeli kelapa kopyor dari pedagang pentotok maupun pengepul kemudian menjualnya ke pengecer. Pedagang besar yang terlibat dalam pemasaran kelapa kopyor berjumlah dua orang yang bertempat tinggal di Desa Alasdowo. Dekatnya tempat tinggal pedagang besar dengan sumber barang menguntungkan kedua belah pihak. Dari pihak petani, pedagang pentotok maupun pengepul tidak kesulitan menjual barang yang dihasilkan. Pihak pedagang besar juga diuntungkan karena kesegaran buah terjamin dengan singkatnya proses transportasi dari sumber barang.

Pedagang besar kelapa kopyor di Desa Alasdowo memiliki rata-rata umur 41 tahun, tingkat pendidikan terakhir SLTA, dan pengalaman berdagang selama 14 tahun. Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa pedagang besar di Desa Alasdowo berada dalam usia produktif. Hal ini akan membuat kinerja dalam berdagang menjadi baik. Pedagang besar kelapa kopyor memiliki pekerjaan menyalurkan barang ke pengecer yang berada di luar Desa Alasdowo. Pekerjaan ini tentunya membutuhkan kondisi fisik yang bagus. Aspek tingkat pendidikan

pedagang besar kelapa kopyor di Desa Alasdowo baik. Hal tersebut akan mempengaruhi pola pikir pedagang dalam mengambil keputusan. Pedagang besar membangun reputasi dalam proses pemasaran sehingga membutuhkan kecerdasan berpikir. Pedagang besar kelapa kopyor memiliki pengalaman yang baik. Pengalaman ini akan mempermudah pedagang besar dalam memasarkan kelapa kopyor. Pengalaman juga dapat membantu pedagang besar melebarkan pasar.

Pedagang besar di Desa Alasdowo tidak melakukan pembelian kelapa kopyor dari desa lain karena masing-masing desa di Kecamatan Dukuhseti memiliki pedagang besar tersendiri. Pedagang besar tersebut memiliki pelanggan dari petani, pedagang pentotok, dan pengepul yang menjual kelapa kopyor kepadanya sehingga kelapa kopyor dari desa lain sulit masuk ke Desa Alasdowo. Pedagang besar juga memiliki pelanggan untuk penjualan kelapa kopyor ke pengecer sendiri yang tersebar di berbagai daerah baik Kabupaten Pati, Semarang, Surabaya, maupun Jakarta.

d. Pengecer

Pengecer merupakan lembaga pemasaran yang menjual kelapa kopyor langsung kepada konsumen akhir dalam bentuk kelapa kopyor utuhan. Pengecer yang terlibat dalam pemasaran kelapa kopyor berjumlah delapan orang yang berlokasi di Kecamatan Tayu, Kecamatan Wedarikjasa yang merupakan pasar lokal Kabupaten Pati. Selain itu, pedagang pengecer kelapa kopyor juga terdapat di Semarang. Data pedagang pengecer kelapa kopyor yang terlibat dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 14 pada halaman berikutnya.

Tabel 14. Distribusi pedagang pengecer kelapa kopyor

No.	Keterangan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	Umur (tahun)		
	26-35	4	50
	36-50	4	50
2.	Tingkat Pendidikan		
	SD	0	0
	SLTP	0	0
	SLTA	6	75
	PT	2	25
3.	Pengalaman Berdagang		
	4-10	7	87,5
	>10	1	12,5
Jumlah		8	100

Berdasarkan tabel 14 diketahui semua pengecer berada pada umur yang produktif antara 26-50 tahun. Umur yang produktif tersebut berkaitan dengan kondisi fisik yang baik sehingga kinerja akan lebih efektif dan efisien. Selain itu, pengecer kelapa kopyor yang terlibat dalam penelitian ini diharapkan mampu memperoleh keuntungan yang adil dalam proses pemasarannya.

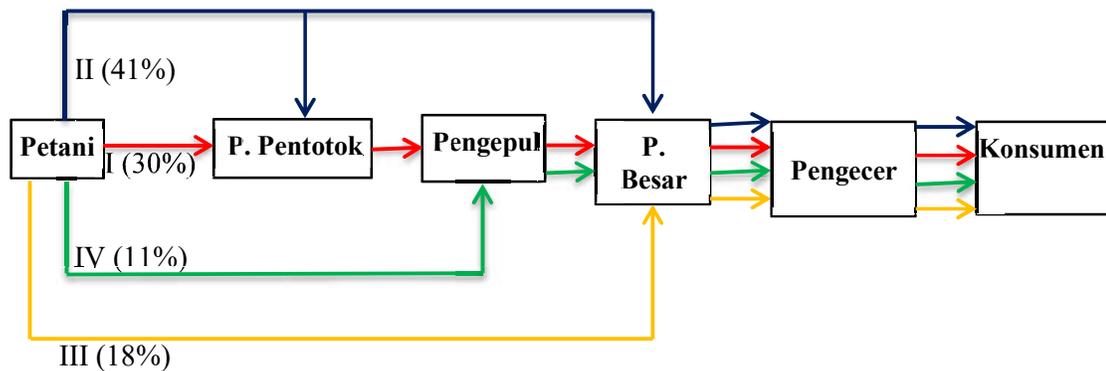
Tingkat pendidikan pengecer kelapa kopyor dalam penelitian ini lebih banyak pada tingkat SMA dengan persentase sebesar 75%, selebihnya dengan persentase 25% berada pada tingkat pendidikan Perguruan Tinggi. Hal tersebut menunjukkan pedagang pengecer kelapa kopyor dalam penelitian ini memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pendidikannya. Tingginya tingkat pendidikan akan mempengaruhi pola pikir pengecer dalam memasarkan kelapa kopyor, sehingga diharapkan pengecer tersebut dapat menyerap informasi dan teknologi secara cermat.

Pengalaman berdagang pengecer kelapa kopyor dalam penelitian ini memiliki rata-rata sembilan tahun. Pengalaman tersebut membantu pengecer dalam membuat strategi bisnisnya. Strategi bisnis pemasaran yang baik akan

menaikkan pendapatan pengecer sehingga keuntungan yang didapat juga ikut naik. Selain itu, pengalaman yang cukup membuat pengecer mampu menyerap informasi dan peluang pasar dengan baik. Pengecer harus membangun kepercayaan konsumen agar bisnis pemasaran kelapa kopyor menjadi kuat. Kepercayaan konsumen mutlak harus diwujudkan karena mempengaruhi tinggi rendahnya penjualan. Pengecer kelapa kopyor dalam penelitian ini sudah melakukan tugasnya dengan baik dalam penjualan kelapa kopyor ke konsumen.

C. Saluran Pemasaran

Pemasaran kelapa kopyor berawal dari petani yang menjual kelapa kopyor kepada pedagang. Proses penjualan kelapa kopyor yang dilakukan petani sebagian besar didatangi oleh pedagang pentotok yang sekaligus melakukan pemanenan. Akan tetapi terdapat beberapa petani yang menjual kelapa kopyor langsung ke pedagang pengepul dan pedagang besar yang memiliki produksi kelapa kopyor rata-rata di atas 15 butir/bulan. Petani memiliki tiga alternatif dalam memasarkan kelapa kopyor yaitu dijual ke pedagang pentotok, pedagang pengepul, atau dijual langsung ke pedagang besar. Hasil penelitian yang dilakukan terdapat empat saluran pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo. Keempat saluran pemasaran tersebut dapat dilihat pada gambar 2 pada halaman berikutnya.



Gambar 2. Saluran pemasaran kelapa kopyor

Keterangan:

- : Saluran pemasaran I
- : Saluran pemasaran II
- : Saluran pemasaran III
- : Saluran pemasaran IV

Berdasarkan gambar 2 terdapat empat saluran pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo, Kecamatan Dukuhseti, Kabupaten Pati. Berikut ini penjabaran keempat pola saluran pemasaran tersebut.

1. Petani – Pedagang pentotok – Pengepul – Pedagang besar – Pengecer – Konsumen.
2. Petani – Pedagang pentotok – Pedagang besar – Pengecer – Konsumen.
3. Petani – Pedagang besar – Pengecer – Konsumen.
4. Petani – Pengepul – Pedagang besar – Pengecer – Konsumen.

Hasil saluran pemasaran yang terjadi didapatkan empat saluran pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo. Keempat saluran pemasaran yang dilalui dari tingkat petani sampai tingkat konsumen sebagai berikut:

1. Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran yang terjadi melibatkan pedagang pentotok, pengepul, pedagang besar dan pengecer. Pedagang pentotok membeli kelapa kopyor dari

petani secara langsung dan memanen sendiri dari pohon. Saluran pemasaran I ini digunakan oleh 16 petani (30%). Pedagang pentotok berjumlah dua orang dengan total penjualan 135 butir kelapa kopyor, kemudian dijual ke pengepul yang selanjutnya dijual lagi ke pedagang besar. Pengepul dan pedagang besar berjumlah masing-masing satu orang. Pedagang pentotok, pengepul, dan pedagang besar semua berlokasi di Desa Alasdowo. Pedagang besar kemudian menjual kelapa kopyor ke pengecer berjumlah dua orang yang berada di Semarang. Alasan petani menggunakan saluran ini karena tidak perlu melakukan kegiatan panen sendiri dan tidak perlu menjual sendiri hasil panennya ke pasar sehingga menghemat biaya panen dan transportasi.

2. Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran yang terjadi melibatkan pedagang pentotok, pedagang besar, dan pengecer. Saluran pemasaran II ini digunakan oleh 22 petani (41%). Petani menjual kelapa kopyor kepada pedagang pentotok yang berjumlah tiga orang dengan total penjualan 216 butir kelapa kopyor. Kelapa kopyor tersebut langsung dijual kepada pedagang besar tanpa melalui pengepul. Pedagang besar menjual kelapa kopyor ke pengecer dengan total penjualan 216 butir. Pengecer berlokasi di Kecamatan Wedarikjasa, Kabupaten Pati berjumlah satu orang dan Semarang berjumlah dua orang. Penjualan kelapa kopyor ke Semarang berjumlah 180 butir, selebihnya 36 ke Wedarikjasa. Alasan petani menggunakan saluran ini sama dengan Saluran pemasaran I yaitu petani tidak perlu melakukan kegiatan panen sendiri dan tidak perlu menjual sendiri hasil panennya ke pedagang sehingga menghemat biaya panen dan transportasi.

3. Saluran Pemasaran III

Saluran pemasaran yang terjadi hanya melibatkan pedagang besar dan pengecer. Pedagang besar berjumlah dua orang bertempat tinggal di Desa Alasdowo, sedangkan pedagang pengecer berjumlah dua orang berlokasi di Semarang dan Kecamatan Tayu. Saluran pemasaran III melibatkan 10 petani (18%) dan kelapa kopyor yang dijual petani berjumlah 130 butir yang kemudian pedagang besar menjualnya kepada pengecer. Kelapa kopyor yang dijual ke pengecer Semarang berjumlah 103 butir, sisanya 27 butir dijual ke pengecer di Kecamatan Tayu. Alasan petani menggunakan saluran ini karena petani akan mendapatkan harga jual kelapa kopyor lebih tinggi dibandingkan jika dijual ke pedagang pentotok maupun pengepul. Petani melakukan pemanenan menggunakan jasa pedagang pentotok dengan upah Rp 3.000/butir.

4. Saluran Pemasaran IV

Saluran pemasaran I yang terjadi melibatkan pengepul, pedagang besar, dan pengecer yang masing-masing berjumlah satu orang. Petani yang terlibat berjumlah 6 orang (11%) menjual kelapa kopyor ke pengepul yang bertempat tinggal di Desa Alasdowo dengan total penjualan 50 butir kelapa kopyor. Petani memanen dengan bantuan jasa pedagang pentotok dan memberikan upah panen Rp 3.000/butir. Kelapa kopyor dalam saluran pemasaran ini dijual ke pengecer yang berlokasi di Semarang. Alasan petani menggunakan saluran pemasaran ini karena akan mendapatkan tambahan pendapatan dari harga jual yang lebih tinggi dibandingkan ketika dijual ke pedagang pentotok langsung. Akan tetapi saluran ini hanya digunakan oleh beberapa petani saja karena memerlukan tambahan biaya panen dan tenaga untuk memasarkan kelapa kopyor.

D. Fungsi-Fungsi dan Biaya Pemasaran

1. Fungsi-fungsi pemasaran

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo, Kecamatan Dukuhseti, Kabupaten Pati melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang bertujuan untuk memperlancar proses distribusi kelapa kopyor dari petani ke konsumen akhir. Ada tiga fungsi yang dilakukan oleh lembaga pemasaran meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran meliputi fungsi pembelian dan penjualan. Fungsi fisik meliputi fungsi pemanenan, fungsi pengepakan, fungsi bongkar muat, dan fungsi transportasi. Fungsi fasilitas meliputi kegiatan sortasi, dan grading. Kegiatan grading dalam penelitian ini dilakukan oleh pedagang pentotok, pengepul, dan pedagang besar karena masing-masing pedagang memiliki kriteria grade kelapa kopyor sendiri berdasarkan ukuran diameter buah. Fungsi-fungsi pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo yang dilakukan oleh petani dan pedagang pada tabel 15.

Tabel 15. Fungsi pemasaran kelapa kopyor oleh petani dan lembaga pemasaran

Fungsi Pemasaran	Keterangan	Petani	Pedagang Pentotok	Pengepul	Pedagang Besar	Pengecer
Fungsi Pertukaran	Pembelian	-	√	√	√	√
	Penjualan	√	√	√	√	√
Fungsi Fisik	Pemanenan	-	√	-	-	-
	Pengepakan	-	-	√	√	-
	Transportasi	-	√	√	√	√
	Bongkar muat	-	√	√	√	√
Fungsi Fasilitas	Sortasi	-	√	√	-	-
	Grading	-	√	√	√	-

Tabel 15 menunjukkan bahwa petani dan pedagang melakukan sebagian besar fungsi pemasaran. Pada petani hanya melakukan fungsi pertukaran yaitu fungsi penjualan. Sedangkan pedagang melakukan fungsi pemasaran yaitu fungsi

pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Berikut penjelasan fungsi pemasaran kelapa kopyor yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran.

a. Petani

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani kelapa kopyor adalah fungsi pertukaran yang hanya melakukan penjualan. Penelitian ini didapatkan hasil bahwa petani dapat menjual kelapa kopyor kepada pedagang pentotok, pengepul, maupun pedagang besar. Terdapat perbedaan perlakuan terhadap cara penjualan petani. Petani yang menjual kelapa kopyor kepada pedagang pentotok tidak perlu mengeluarkan biaya panen, sedangkan jika menjual kelapa kopyor kepada pengepul maupun pedagang besar harus mengeluarkan biaya panen. Pemanenan kelapa kopyor oleh petani dilakukan dengan membayar jasa panen kepada pedagang pentotok. Pembayaran kelapa kopyor oleh pedagang dilakukan secara kontan atau tunai saat transaksi yang menguntungkan bagi petani karena setelah kelapa kopyor dijual maka sudah menjadi tanggung jawab pedagang.

b. Pedagang pentotok

Pedagang pentotok yang terlibat dalam pemasaran kelapa kopyor beralamat di Desa Alasdowo, Kecamatan Dukuhseti, Kabupaten Pati yang berjumlah lima orang. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pentotok dijelaskan sebagai berikut:

1) Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran yang dilakukan pedagang pentotok yaitu pembelian dan penjualan. Pedagang pentotok melakukan pembelian ke petani kelapa kopyor dengan cara mendatangi rumah petani secara langsung untuk melakukan transaksi

pembelian. Setelah transaksi tercapai selanjutnya pedagang pentotok melakukan pemanenan kelapa kopyor. Pemanenan dilakukan dengan cara mengambil kelapa kopyor yang masih berada di pohon. Pembayaran kelapa kopyor oleh pedagang pentotok kepada petani dilakukan secara kontan.

Barang yang telah dibeli oleh pedagang pentotok kemudian dijual kepada pengepul maupun pedagang besar yang langsung diantar ke rumahnya. Penentuan harga ditentukan berdasarkan ukuran diameter buah. Penjualan kelapa kopyor dari pedagang pentotok sudah pasti diterima oleh pengepul dan pedagang besar karena sifat barangnya yang langka dan permintaan kelapa kopyor yang cenderung stabil.

2) Fungsi fisik

Fungsi fisik yang dilakukan pedagang pentotok antara lain pemanenan, transportasi, dan bongkar muat. Pemanenan memerlukan ketrampilan khusus yang hanya dimiliki oleh pedagang pentotok. Pemanenan kelapa kopyor memerlukan biaya yang harus dihitung dengan rata-rata upahnya sebesar Rp 3.000/butir. Penjualan kelapa kopyor menimbulkan kegiatan transportasi yang memerlukan biaya. Kegiatan transportasi oleh pedagang pentotok dilakukan dengan sepeda ataupun sepeda motor menggunakan keranjang berbentuk bilah dua yang dipasang pada kendaraan tersebut. Proses penjualan juga menimbulkan kegiatan bongkar muat.

3) Fungsi fasilitas

Fungsi fasilitas yang dilakukan pedagang pentotok yaitu sortasi dan grading. Sortasi bertujuan untuk membersihkan buah kelapa kopyor agar tampilan luarnya menjadi baik. Kegiatan sortasi dilakukan agar buah kelapa kopyor terhindar dari sesuatu yang mengganggu seperti kotoran, serangga, dan lainnya. Sedangkan

grading dilakukan dengan cara mengelompokkan kelapa kopyor berdasarkan ukuran diameter buah untuk menentukan harga, dimana semakin besar diameter buah maka harganya akan semakin tinggi. Kategori grading di pedagang pentotok yaitu kecil, sedang, dan besar. Kelapa kopyor kategori kecil memiliki harga jual berkisar Rp 31.000 – Rp 35.000 per butir, kategori sedang harga jual berkisar Rp 36.000 – Rp 40.000 per butir, kategori besar berkisar Rp 41.000 – Rp 45.000 per butir. Penentuan harga jual ditingkat pedagang pentotok tersebut berdasarkan grading yang dilakukan oleh pengepul maupun pedagang besar. Harga jual kelapa kopyor berdasarkan grade dapat berbeda-beda karena perbedaan persepsi diantara pedagang mengenai kategori grading berdasarkan diameter buah tersebut.

c. Pengepul

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Pengepul dalam penelitian ini berjumlah satu orang yang bertempat tinggal di Desa Alasdowo. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengepul dijelaskan sebagai berikut:

1) Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran yang dilakukan pengepul yaitu pembelian dan penjualan. Pengepul melakukan pembelian kelapa kopyor dari petani dan pedagang pentotok dengan menunggu dirumahnya. Pembelian kelapa kopyor yang dilakukan pengepul terjadi kesepakatan mengenai harga dengan pedagang pentotok dan petani. Pengepul lebih dominan dalam penentuan harga. Pedagang pengepul memiliki langganan petani dan pedagang pentotok yang menjual kelapa kopyor ke tempatnya. Barang yang telah dibeli kemudian dijual ke pedagang besar yang diantar langsung oleh pengepul ke tempat pedagang besar. Pada tahap ini harga

kelapa kopyor ditentukan oleh pedagang besar menurut kewajaran tingkat harga kelapa kopyor.

2) Fungsi fisik

Fungsi fisik yang dilakukan pengepul dalam penelitian ini yaitu transportasi dan bongkar muat. Kegiatan transportasi oleh pengepul dilakukan dengan sepeda motor menggunakan keranjang sama dengan yang dipakai pedagang pentotok ketika menjual kelapa kopyor.

3) Fungsi fasilitas

Fungsi fasilitas yang dilakukan pengepul yaitu sortasi dan grading. Kegiatan penyortiran dilakukan untuk membersihkan kelapa kopyor dari benda yang mengganggu tampilan kelapa kopyor, sedangkan grading dilakukan untuk memisahkan kelapa kopyor berdasarkan ukuran diameter buah untuk menentukan harga kelapa kopyor. Harga jual kelapa kopyor ditingkat pengepul berdasarkan grading kategori kecil, sedang, dan besar. Harga jual kategori kecil Rp 40.000, kategori sedang Rp 45.000, dan kategori besar Rp 50.000 per butirnya. Harga jual tersebut berdasarkan grading yang dilakukan oleh pedagang besar.

d. Pedagang besar

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang besar yang bertempat tinggal di Desa Alasdowo yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Pedagang besar dalam penelitian ini berjumlah dua orang. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang besar dijelaskan pada halaman berikutnya.

1) Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran yang dilakukan pedagang besar meliputi kegiatan pembelian dan penjualan. Pedagang besar melakukan pembelian kelapa kopyor dari petani, pedagang pentotok, maupun pengepul. Pedagang besar lebih dominan dalam menentukan harga kelapa kopyor yang akan dibeli. Posisi pedagang besar dominan karena memiliki jangkauan pasar yang luas dalam memasarkan kelapa kopyor yang dikirimkan ke luar Desa Alasdowo. Barang yang telah dibeli oleh pedagang besar kemudian dijual ke pengecer yang berada di Kecamatan Tayu dan Kecamatan Wedarikjasa hingga Semarang.

2) Fungsi Fisik

Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang besar meliputi kegiatan transportasi, bongkar muat, dan pengepakan. Penjualan kelapa kopyor kepada pengecer dengan cara dikirimkan melalui angkutan dan bus. Mula-mula pedagang besar mengirimkan kelapa kopyor ke terminal Kecamatan Tayu menggunakan jasa angkutan yang biayanya ditanggung pedagang besar. Setelah sampai di terminal Kecamatan Tayu, kemudian kelapa kopyor diangkut lagi menggunakan bus sampai ke lokasi pengecer yang biayanya ditanggung pengecer. Proses ini mudah dilakukan karena antara pedagang besar, pengecer, dan penyedia jasa transportasi sudah melakukan komunikasi sebelumnya.

3) Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu grading. Grading yang dilakukan bertujuan untuk menentukan harga kelapa kopyor berdasarkan ukuran diameter buah. Semakin besar ukuran diameter buah kelapa kopyor maka semakin tinggi harga kelapa kopyor begitu juga sebaliknya. Harga jual kelapa

kopyor ditingkat pedagang besar berdasarkan grading kategori kecil, sedang, dan besar. Harga jual kategori kecil Rp 46.000 – Rp 50.000 per butir, kategori sedang Rp 51.000 – Rp 55.000 per butir, dan kategori besar Rp 56.000 - Rp 60.000 per butir.

e. Pengecer

Pengecer yang terlibat dalam pemasaran kelapa kopyor berlokasi di beberapa tempat yaitu Kabupaten Pati dan Semarang. Pedagang pengecer tersebut melakukan fungsi-fungsi pemasaran sebagai berikut:

1) Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukan yang dilakukan oleh pengecer yaitu pembelian dan penjualan kelapa kopyor. Pengecer yang terlibat dalam pemasaran kelapa kopyor terbagi di beberapa wilayah ini melakukan pembelian kelapa kopyor dari pedagang besar di Desa Alasdowo yang kemudian dijual lagi ke konsumen dalam bentuk butir.

2) Fungsi Fisik

Fungsi fisik yang dilakukan oleh pengecer yaitu bongkar muat dan transportasi. Pembelian kelapa kopyor oleh pengecer dilakukan dengan cara tunai menggunakan jasa transportasi yang biayanya dibagi menjadi dua. Dalam penelitian ini, pengiriman kelapa kopyor dilakukan dua proses, yaitu kelapa kopyor akan dikirimkan ke terminal Kecamatan Tayu terlebih dahulu yang biayanya ditanggung pedagang besar, kemudian dari terminal Kecamatan Tayu ke lokasi pedagang pengecer diangkut menggunakan bus yang biayanya ditanggung pengecer. Biaya angkutan dari Desa Alasdowo ke Terminal Tayu berkisar antara

Rp 10.000 – Rp 50.000 tergantung jumlah kelapa kopyor yang diangkut. Sedangkan biaya transportasi dari terminal Kecamatan Tayu ke lokasi pedagang pengecer berkisar Rp 25.000 – Rp 200.000 tergantung jumlah kelapa kopyor yang dikirim dan jarak lokasi tujuan.

2. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran agar kelapa kopyor dapat disalurkan ke konsumen akhir. Lembaga pemasaran atau pedagang dalam proses pemasaran memerlukan biaya agar kelapa kopyor sampai kepada konsumen. Masing-masing lembaga pemasaran atau pedagang yang terlibat akan melakukan fungsi pemasaran (pertukaran, fisik, dan fasilitas) yang berbeda sehingga menyebabkan biaya pemasaran yang dikeluarkan masing-masing lembaga pemasaran berbeda pula. Biaya pemasaran juga dipengaruhi oleh panjang pendeknya saluran pemasaran yang terbentuk. Panjangnya saluran pemasaran menandakan semakin banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat sehingga menimbulkan biaya pemasaran yang tinggi. Dalam penelitian ini, biaya pemasaran paling tinggi adalah biaya panen. Biaya panen yang dilakukan oleh pedagang pentotok diupahi Rp 3.000/butir. Tingginya biaya panen karena yang bisa melakukan panen kelapa kopyor harus orang yang ahli yaitu pedagang pentotok sendiri yang dalam penelitian ini berjumlah lima orang. Sedikitnya pedagang pentotok di Desa Alasdowo mempengaruhi tingginya biaya panen. Data tentang biaya pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo dapat dilihat pada tabel 16 pada halaman berikutnya.

Tabel 16. Biaya pemasaran kelapa kopyor tiap saluran (Rp/butir)

No	Kegiatan Pemasaran	Saluran Pemasaran kelapa kopyor			
		I	II	III	IV
1	Petani				
	a. Panen	-		3.031	3.040
	b. Transportasi	-		82	76
	c. Bongkar muat	-		87	80
	Jumlah			3.200	3.196
2	Pedagang Pentotok				
	a. Panen	3.118	3.074		
	b. Transportasi	115	105		
	c. Bongkar Muat	67	56		
	d. Sortasi	57	55		
	e. Grading	126	125		
	Jumlah	3.483	3.415		
3	Pedagang Pengepul				
	a. Transportasi	111			100
	b. Bongkar Muat	111			120
	c. Sortasi	148			100
	d. Grading	104			160
	Jumlah	474			480
4	Pedagang Besar				
	a. Transportasi	222	231	260	200
	b. Bongkar Muat	148	139	118	190
	c. Grading	104	116	104	160
	d. Pengepakan	148	139	170	190
	Jumlah	622	625	652	840
5	Pedagang Pengecer				
	a. Transportasi	1.852	1.574	1.296	1.400
	b. Bongkar Muat	444	412	422	440
	Jumlah	2.296	1.986	1.718	1.840
	Total Biaya	6.876	6.026	5.570	6.356

Berdasarkan tabel 16 diketahui saluran I memiliki total biaya pemasaran paling tinggi sebesar Rp 6.876/butir. Hal itu disebabkan karena pedagang yang terlibat dalam proses pemasaran adalah yang paling banyak. Semakin panjang saluran pemasaran yang terbentuk akan menyebabkan biaya pemasarannya tinggi. Sedangkan total biaya pemasaran paling rendah berada pada saluran III sebesar

Rp 5.570/butir yang hanya melibatkan 2 pedagang. Berikut penjabaran biaya pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo tiap saluran.

a. Saluran I

Biaya pemasaran saluran I dikeluarkan oleh pedagang pentotok, pengepul, pedagang besar, dan pengecer. Petani kelapa kopyor tidak mengeluarkan biaya pemasaran karena petani langsung menjual kelapa kopyor ke pedagang pentotok. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pentotok meliputi biaya panen, transportasi, bongkar muat, dan sortasi dengan rata-rata biaya sebesar Rp 3.483/butir. Biaya panen oleh pedagang pentotok paling besar biayanya karena harus mengambil sendiri kelapa kopyor di pohon milik petani yang membutuhkan keahlian dan pengalaman yang cukup baik.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengepul meliputi biaya transportasi, bongkar muat, sortasi, dengan rata-rata biaya pemasaran sebesar Rp 474/butir. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pengepul lebih sedikit dari pedagang pentotok karena tidak melakukan kegiatan panen. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengepul pada saluran pemasaran I adalah yang paling mudah karena hanya bersifat menampung barang untuk kemudian dijual ke pedagang besar.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar pada saluran I memiliki rata-rata biaya Rp 622/butir meliputi biaya transportasi, bongkar muat, pengepakan, serta grading dan sortasi. Tugas dari pedagang besar adalah menyalurkan kelapa kopyor ke pengecer yang berada diluar Desa Alasdowo. Proses transportasi kelapa kopyor yang dilakukan oleh pedagang besar dengan cara mengirimkan kelapa kopyor menggunakan jasa angkutan dengan tujuan

Terminal Kecamatan Tayu yang biayanya ditanggung pedagang besar. Pemilihan Terminal Kecamatan Tayu karena di Kecamatan Dukuhseti belum ada terminal yang bisa melayani jasa angkutan ke luar kota. Sedangkan biaya transportasi dari Terminal Tayu sampai ke lokasi pedagang pengecer biayanya ditanggung oleh pedagang pengecer sendiri. Secara keseluruhan biaya pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp 6.876/butir.

b. Saluran II

Biaya pemasaran pada saluran II merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pentotok, pedagang besar, dan pengecer. Pedagang pentotok berjumlah tiga orang dan pedagang besar berjumlah satu orang dalam penelitian ini beralamat di Desa Alasdowo, Kecamatan Dukuhseti. Sedangkan pengecer yang berlokasi di Kecamatan Wedarikjasa, Kabupaten Pati berjumlah satu orang, sedangkan yang berlokasi di Semarang berjumlah dua orang. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pentotok meliputi biaya panen, transportasi, bongkar muat, sortasi, dan grading dengan rata-rata biaya sebesar Rp 3.415/butir. Kegiatan panen oleh pedagang pentotok dilakukan dengan cara mengambil sendiri kelapa kopyor dari pohon milik petani.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar pada saluran pemasaran II memiliki rata-rata biaya Rp 625/butir meliputi biaya transportasi, bongkar muat, pengepakan, serta grading. Proses pemasaran yang dilakukan pedagang besar pada saluran II sama dengan pada saluran I. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengecer dengan rata-rata biaya Rp 1.986/butir meliputi biaya transportasi dan bongkar muat. Proses transportasi yang dilakukan oleh pengecer seperti yang dilakukan pengecer pada saluran I. Secara keseluruhan

biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran II sebesar Rp 6.026/butir.

c. Saluran III

Biaya pemasaran kelapa kopyor pada saluran III dikeluarkan oleh petani, pedagang besar, dan pengecer. Pedagang besar berjumlah dua orang berlokasi di Desa Alasdowo, sedangkan pengecer berjumlah dua orang berlokasi di Kecamatan Tayu, dan Semarang. Dalam penelitian ini pada saluran III, petani mengeluarkan biaya pemasaran berupa biaya panen, biaya transportasi, dan biaya bongkar muat karena menjual kelapa kopyor langsung ke pedagang besar. Pemanenan kelapa kopyor oleh petani tersebut dengan cara membayar jasa panen ke pedagang pentotok. Hal ini dilakukan petani untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar dibanding menjualnya langsung ke pedagang pentotok. Biaya untuk jasa panen yang dikeluarkan petani pada saluran III sebesar Rp 3.031/butir. Sedangkan total biaya pemasaran oleh petani pada saluran pemasaran III sebesar Rp. 3.200/butir.

Biaya pemasaran kelapa kopyor oleh pedagang besar pada saluran III meliputi biaya transportasi, bongkar muat, pengepakan dan grading dengan biaya sebesar Rp 652/butir. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengecer dengan rata-rata biaya sebesar Rp 1.718/butir meliputi biaya transportasi dan bongkar muat. Proses transportasi yang dilakukan pedagang besar dan pengecer pada saluran III sama dengan pada saluran I dan saluran II.

d. Saluran Pemasaran IV

Biaya pemasaran kelapa kopyor pada saluran pemasaran IV dikeluarkan oleh petani, pengepul, pedagang besar, dan pengecer. Petani pada saluran IV

berjumlah enam orang sedangkan pengepul dan pedagang besar berjumlah satu orang yang berlokasi di Desa Alasdowo. Pengecer berjumlah satu berlokasi di Semarang.

Pada saluran IV petani mengeluarkan biaya untuk jasa panen sebesar Rp. 3.196/butir. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengepul meliputi biaya transportasi, bongkar muat, sortasi, dan grading dengan biaya Rp 480/butir. Sedangkan biaya pemasaran kelapa kopyor oleh pedagang besar pada saluran IV meliputi biaya biaya transportasi, bongkar muat, pengepakan, dan grading dengan total biaya sebesar Rp 840/butir. Sedangkan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengecer dengan total biaya sebesar Rp 1.840/butir meliputi biaya transportasi dan bongkar muat. Proses pengiriman kelapa kopyor dari pedagang besar ke pengecer sama dengan saluran sebelumnya. Total biaya pemasaran kelapa kopyor pada saluran pemasaran IV sebesar Rp 6.356/butir.

E. Harga dan Margin Pemasaran

1. Harga Kelapa Kopyor

Harga kelapa kopyor yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu harga jual rata-rata tertimbang kelapa kopyor. Harga jual rata-rata tertimbang merupakan harga jual kelapa kopyor per butir yang dicari dengan total pendapatan dari penjualan kelapa kopyor yang sudah melalui grading dibagi dengan jumlah kelapa kopyor yang dijual (butir). Harga jual kelapa kopyor ditingkat petani berbeda-beda tergantung tempat penjualan kelapa kopyornya. Penentuan harga ditingkat petani berdasarkan grading dengan acuan ukuran diameter buah. Petani yang menjual kelapa kopyor ke pedagang pentotok memiliki harga jual berkisar Rp 25.000 – 40.000 per butirnya, jika menjual ke pengepul harga jual berkisar Rp

30.000 – 41.000, sedangkan jika dijual ke pedagang besar harga jualnya berkisar Rp 30.000 - 45.000. Grading ditingkat petani kelapa kopyor dalam penelitian ini yaitu diameter 30-45 cm atau ukuran kecil dihargai Rp 25.000 – Rp 30.000. Ukuran 46-58 cm atau ukuran sedang dihargai Rp 30.000 – Rp 37.000. Sedangkan ukuran diameter buah diatas 58 cm atau ukuran besar dihargai Rp 36.000 – Rp 45.000. Akan tetapi dalam proses penjualan, setiap pedagang akan melakukan grading karena masing-masing pedagang tersebut memiliki persepsi sendiri terhadap kategori grading. Rata-rata harga jual tertimbang kelapa kopyor dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Harga jual rata-rata tertimbang kelapa kopyor ditingkat petani dan lembaga pemasaran (Rp/butir)

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran Kelapa Kopyor			
	I	II	III	IV
Petani	31.496	30.569	36.100	35.080
Pedagang Pentotok	39.200	38.523	-	-
Pengepul	44.200	-	-	44.300
Pedagang Besar	54.200	52.028	50.200	50.440
Pengecer	65.659	59.727	57.800	59.300

Berdasarkan tabel 17 harga jual rata-rata tertimbang kelapa kopyor yang ditetapkan pada setiap saluran berbeda-beda. Pada saluran I harga jual rata-rata tertimbang kelapa kopyor di tingkat petani sebesar Rp 31.496/butir, pedagang pentotok sebesar Rp 39.200/butir, pengepul sebesar Rp 44.200/butir, dan harga jual ditingkat pedagang besar sebesar Rp 54.200/butir. Saluran pemasaran I merupakan saluran terpanjang yang menyebabkan harga jual rata-rata tertimbang ditingkat pengecer paling mahal yaitu sebesar Rp 65.659/butir.

Pada saluran II menunjukkan harga jual rata-rata tertimbang kelapa kopyor ditingkat petani Rp 30.569/butir, pedagang pentotok Rp 38.523/butir, pedagang besar Rp 52.028/butir, pengecer sebesar Rp 59.727/butir. Pada saluran III harga

jual rata-rata tertimbang kelapa kopyor ditingkat petani Rp 36.100/butir, pedagang besar Rp 50.200/butir, pengecer Rp 57.800/butir. Pada saluran pemasaran IV harga jual rata-rata tertimbang kelapa kopyor ditingkat petani Rp 35.080/butir, pengepul Rp 44.300/butir, pedagang besar Rp 50.440/butir, sedangkan ditingkat pengecer sebesar Rp 59.300/butir.

2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan selisih harga kelapa kopyor ditingkat pedagang pengecer dengan harga ditingkat petani. Margin pemasaran ini dipengaruhi oleh jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran. Semakin banyak pedagang yang terlibat, maka semakin tinggi margin pemasaran yang terbentuk, begitu juga sebaliknya. Margin pemasaran kelapa kopyor pada masing-masing saluran pemasaran dilihat pada tabel 18.

Tabel 18. Margin pemasaran kelapa kopyor tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran (Rp/butir)

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran Kelapa Kopyor			
	I	II	III	IV
Pedagang Pentotok	7.726	7.954	-	-
Pengepul	5.000	-	-	9.220
Pedagang Besar	10.000	13.504	14.100	6.140
Pengecer	11.437	7.700	7.600	8.860
Jumlah	34.163	29.158	21.700	24.220

Berdasarkan tabel 18 saluran I yang merupakan saluran terpanjang yang mengakibatkan margin pemasarannya paling besar yaitu Rp 34.163/butir. Sedangkan margin pemasaran kelapa kopyor terkecil dalam penelitian ini terjadi pada saluran pemasaran III yaitu sebesar Rp 21.700/butir. Hal ini karena pedagang yang terlibat dalam saluran pemasaran III adalah yang paling sedikit

berjumlah dua pedagang. Pada saluran pemasaran II margin pemasaran kelapa kopyor yang terjadi sebesar Rp 29.158/butir atau tertinggi kedua. Sedangkan margin pemasaran yang pada saluran IV sebesar Rp 24.220/butir. Jika dilihat dari margin pemasaran tiap saluran, dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran III merupakan yang terbaik bagi petani karena memiliki margin pemasaran paling sedikit. Hal ini dibuktikan pada saluran pemasaran III harga jual yang diterima petani adalah yang paling tinggi dari saluran pemasaran yang lainnya.

F. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran kelapa kopyor atau total keuntungan dari tiap pedagang yang terlibat. Pedagang dalam proses pemasaran sudah pasti mengambil keuntungan dari tindakan berupa jasa menyalurkan kelapa kopyor dari petani ke konsumen. Keuntungan pemasaran yang didapatkan tiap lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel 19.

Tabel 19. Keuntungan pemasaran kelapa kopyor tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran (Rp/butir)

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran Kelapa Kopyor			
	I	II	III	IV
Pedagang Pentotok	4.242	4.539	-	-
Pengepul	4.525	-	-	8.740
Pedagang Besar	9.378	12.880	13.448	5.300
Pengecer	9.141	5.712	5.881	7.020
Jumlah	27.286	23.131	19.329	21.060

Berdasarkan tabel 19 saluran pemasaran I memiliki total keuntungan Rp 27.286/butir atau yang paling besar diantara saluran lainnya. Hal ini karena pedagang yang terlibat dalam saluran pemasaran I paling banyak diantara saluran lainnya. Saluran pemasaran II total keuntungannya Rp 23.131/butir, saluran IV

total keuntungannya Rp 21.060/butir, dan saluran III total keuntungannya Rp 19.329/butir yang merupakan keuntungan terkecil.

G. Analisis Pemasaran

1. *Farmer's Share*

Farmer's share yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu persentase bagian harga yang diterima oleh petani kelapa kopyor dibandingkan dengan harga ditingkat konsumen sebagai imbalan kegiatan usahatani. *Farmer's share* dapat digunakan sebagai salah satu formula untuk menentukan efisiensi pemasaran dilihat dari pendapatan petani. Semakin besar nilai *farmer's share* dalam suatu saluran pemasaran, maka semakin menguntungkan pemasaran tersebut bagi petani. Nilai *farmer's share* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 20.

Tabel 20. *Farmer's share* pemasaran kelapa kopyor pada tiap saluran (%)

Saluran	Harga Jual Petani Kelapa Kopyor (Rp/Butir)	Harga Beli Konsumen Kelapa Kopyor (Rp/Butir)	<i>Farmer's Share</i> (%)
Saluran I	31.496,30	66.666,67	47,97
Saluran II	30.596,44	57.407,41	51,18
Saluran III	35.184,62	56.153,85	62,47
Saluran IV	32.360,00	62.000,00	59,16

Berdasarkan tabel 20 saluran pemasaran yang memiliki nilai *farmer's share* paling tinggi yaitu saluran pemasaran III dengan persentase 62,47%, artinya petani kelapa kopyor menerima harga sebesar 62,47% dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Hal ini karena saluran pemasaran III harga jual ditingkat petani paling tinggi dan harga jual ditingkat konsumen paling rendah diantara saluran pemasaran yang lain. Sedangkan persentase yang paling rendah terjadi pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 47,97%, artinya bahwa petani kelapa kopyor menerima harga sebesar 47,97%% dari harga yang dibayarkan oleh konsumen.

Hal ini karena pada saluran pemasaran I harga jual ditingkat konsumen yang paling tinggi dari semua saluran. Dilihat dari nilai *farmer's share* yang terjadi pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa keadilan yang didapatkan petani tidak begitu besar. Petani dianjurkan untuk memasarkan kelapa kopyor melalui saluran pemasaran III karena nilai keadilan harga yang didapat petani paling besar.

2. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah suatu analisis untuk mengetahui efisien atau tidaknya suatu saluran pemasaran, tetapi hanya membandingkan mana yang lebih efisien dari beberapa saluran tersebut. Metode analisis untuk menentukan saluran pemasaran paling efisien pada pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo, Kecamatan Dukuhseti, Kabupaten Pati menggunakan analisis IET (Indeks Efisiensi Teknis) dan IEE (Indeks Efisiensi Ekonomis). Kedua metode tersebut memiliki hasil yang berbeda-beda. Nilai Indeks Efisiensi Teknis (IET) yang rendah menandakan bahwa saluran pemasaran tersebut efisien secara teknis, sedangkan nilai Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) yang rendah menentukan bahwa saluran pemasaran tersebut efisien secara ekonomis. Nilai dari IET dan IEE pada masing-masing saluran pemasaran kelapa kopyor dapat dilihat pada tabel 21.

Tabel 21. Nilai Indeks Efisiensi Teknis (IET) dan Nilai Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) pada setiap saluran pemasaran kelapa kopyor

Keterangan	Saluran pemasaran			
	I	II	III	IV
Biaya (Rp/butir)	6.876	6.025	5.571	6.356
Keuntungan (Rp/butir)	27.286	23.131	19.329	24.780
Jarak (Km)	117	96,33	60,5	127,5
IET	58,77	62,55	92,08	49,85
IEE	3,97	3,84	3,47	3,31

Berdasarkan tabel 21 Indeks Efisiensi Teknis (IET) pada saluran pemasaran ke IV merupakan yang paling efisien dengan nilai 49,85 yang artinya bahwa setiap pengiriman kelapa kopyor per kilometer akan mengeluarkan biaya sebesar Rp 49,85/butir. Hal tersebut karena total biaya yang dikeluarkan pada saluran IV kecil sedangkan jarak pengirimannya jauh berada di Semarang. Sedangkan untuk Indeks Efisiensi Teknis (IET) yang tertinggi berada pada saluran pemasaran ke III dengan nilai 92,08 yang artinya bahwa setiap pengiriman kelapa kopyor per kilometer akan mengeluarkan biaya sebesar Rp 92,08/butir. Tingginya Indeks Efisiensi Teknis (IET) pada saluran pemasaran ke III terjadi karena jarak pengiriman kelapa kopyor yang sangat dekat yaitu di Tayu Kabupaten Pati dan Semarang, sedangkan biaya pemasarannya cukup rendah.

Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) pada saluran pemasaran ke IV menunjukkan bahwa nilai IEE paling efisien dengan nilai sebesar 3,31. Hal ini berarti bahwa setiap satu rupiah biaya pemasaran yang dikeluarkan akan mendapatkan keuntungan sebesar 3,31 kali lipatnya. Hal tersebut dikarenakan keuntungan yang didapat oleh lembaga pemasaran cukup besar dan dibandingkan dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan. Sedangkan Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) dengan nilai 3,47 pada saluran III, nilai 3,84 pada saluran II, dan nilai 3,97 pada saluran I.