

STRATEGI PEMASARAN KOPRA DI DESA BOLANO BARAT KECAMATAN BOLANO KABUPATEN PARIGI MOUTONG

Kopra Marketing Strategy in West Bolano Village Bolano District Parigi Moutong

Heri Indrianto¹⁾, Wildani Pingkan²⁾, Christoporus²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako, Palu.

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako, Palu.
e-mail: indriantocri03@gmail.com, pink_2hz@yahoo.com, christoporus70@gmail.com.

ABSTRACK

Central Sulawesi is one of the copra-producing areas in Indonesia which has been able to provide copra needs for most of its people. Marketing strategy is very important for farmers to market their products and increase income. This study aims to determine what strategies farmers should use in marketing copra which is experiencing price fluctuations in Bolano Barat Village, Bolano District, Parigi Moutong Regency. This research was conducted for 2 months, namely November-December 2021. The determination of the respondents in this study was carried out intentionally (*Purpossive*), which amounted to 13 people. The data analysis method is the SWOT analysis. The results of the SWOT analysis show that the copra marketing strategy in Bolano Barat Village, Bolano District, Parigi Moutong Regency is in quadrant IV in a defensive position which has a value on the X axis of -0.09 representing a weakness function and has a value on the Y axis of -0.27 representing the threat function. This condition is in quadrant IV or in the WT strategy. Therefore, Copra farmers in Bolano Barat Village are advised to deepen more knowledge of copra processing so that the quality of copra is better, hold farmer training to increase their ability to sell copra, cooperate with NGOs or village officials to socialize local copra consumption to the community. and create a marketing system for those who are able to overcome the distance constraints with the coconut processing industry.

Key words : Strategy, Kopra, SWOT, Parigi Moutong.

ABSTRAK

Sulawesi Tengah merupakan salah satu daerah penghasil kopra di Indonesia yang telah mampu menyediakan kebutuhan kopra untuk sebagian besar masyarakatnya. Strategi pemasaran menjadi sangat penting bagi para petani untuk memasarkan produknya dan meningkatkan pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang seharusnya digunakan petani dalam memasarkan Kopra yang sedang mengalami fluktuasi harga di Desa Bolano Barat Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong. Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan, yakni bulan November-Desember 2021. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*Purpossive*), yakni berjumlah 13 orang. Metode analisis data ialah analisis SWOT. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Strategi pemasaran Kopra di Desa Bolano Barat Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong berada pada kuadran IV pada posisi bertahan yang mempunyai nilai pada sumbu X -0,09 mewakili fungsi kelemahan dan mempunyai nilai pada sumbu Y -0,27 mewakili fungsi ancaman. Kondisi ini berada pada kuadran IV atau pada strategi W-T. Oleh karena itu petani Kopra di Desa Bolano Barat disarankan untuk memperdalam lebih banyak pengetahuan pengolahan kopra agar mutu kopra lebih baik, mengadakan pelatihan petani guna meningkatkan kemampuan menjual kopra, bekerja sama dengan

LSM atau aparat desa untuk mensosialisasikan konsumsi kopra local kepada masyarakat serta membuat system pemasaran terhadap yang mampu mengatasi kendala jarak dengan industry pengolahan kelapa.

Kata Kunci : Strategi, Kopra, SWOT, Parigi Moutong.

PENDAHULUAN

Pemasaran kopra di Sulawesi Tengah, telah memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap peningkatan perekonomian masyarakat. Selain menjadi sumber devisa, juga merupakan komoditi unggulan yang sangat menjanjikan serta menjadi tumpuan harapan masa depan bagi sebagian masyarakat di Sulawesi Tengah. Tumbuhan kelapa dimanfaatkan hampir semua bagiannya oleh manusia sehingga dianggap sebagai tumbuhan serbaguna, khususnya bagi masyarakat pesisir (Jumiati Elly, dkk, 2013). Kelapa masih membutuhkan target pasar juga strategi terutama yang telah diolah menjadi kopra agar dapat meningkatkan hidup petani. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu (Jumiati, Elly, dkk, 2013).

Daerah penghasil Kopra seperti di Desa Bolano Barat kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong masih memerlukan strategi pemasaran untuk memasarkan produksi kopra dikhalayak luas maupun di perusahaan-perusahaan yang mengelola kopra lebih lanjut hingga ke tangan akhir konsumen adanya perbedaan jumlah tanaman, luas lahan, kesuburan tanah, faktor iklim serta SDM yang masih rendah (Abubakar, I 2016).

Desa Bolano Barat merupakan desa yang memiliki produksi lebih tinggi dibandingkan dengan desa lainnya yang ada di Kecamatan Bolano, yakni memiliki produksi sebesar 40,15 Ton dengan luas lahan 57 Ha. Sedangkan desa Wanamukti Utara merupakan desa yang mempunyai lahan perkebunan tetapi tidak memproduksi. Keadaan produk kopra di Kecamatan

Bolano Desa Bolano Barat sering mengalami naik turunnya harga ini mengakibatkan terjadinya permainan harga. Produksi Kopra semakin menurun diakibatkan petani banyak beralih ke penjualan kelapa perbiji. Selain itu, produksi yang tidak seimbang dengan manajemen pemasaran yang dimiliki setiap petani. Selain itu, petani yang ada di desa Bolano barat memiliki modal yang cukup untuk menabuh bibit unggul serta perawatan yang berkualitas. Maka, diperlukan strategi yang tepat untuk memasarkan kopra di desa Bolano Barat Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong.

Tujuannya untuk mengetahui strategi apa yang seharusnya digunakan petani dalam memasarkan Kopra yang sedang mengalami fluktuasi harga di Desa Bolano Barat Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Desa Bolano Barat Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong. Penelitian ini telah dilaksanakan selama 2 bulan, yakni bulan November-Desember 2020.

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa Responden penilai yang akan dipilih adalah pihak yang dianggap berkompeten dan berpengalaman. Responden tersebut mengetahui dan memahami kondisi internal dan eksternal agroindustri kopra. Responden penilai berjumlah 13 orang yaitu 10 orang petani kelapa dan 3 orang pemilik UMKM/industri pengolahan kelapa menjadi kopra yang telah memproduksi secara kontiniu.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan cara melakukan observasi dan wawancara kepada instansi terkait untuk tujuan mengetahui keadaan internal dan eksternal dalam menentukan strategi analisis SWOT, serta petani yang mengelola usaha kopra. Data sekunder berupa data Produksi selama 5 tahun yakni dari tahun 2014 – 2018. Data lainnya yang digunakan adalah data keadaan alam, keadaan penduduk, keadaan perekonomian dan keadaan pertanian. Data tersebut berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Parigi Moutong tahun 2014 – 2018.

Analisis Data.

Analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) yang berkaitan dengan strategi pemasaran (Rangkuti, 2009). Analisis SWOT digunakan dalam mencapai tujuan penelitian ini. Menurut (Rosidi, dkk 2017) Tahapan analisis SWOT dalam menyusun perencanaan strategi sebagai berikut:

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Data internal diperoleh dari lingkungan Perkebunan Kelapa yang ada di Desa Bolano Barat Kecamatan Bolano di Kabupaten Parigi Moutong yang berupa kekuatan dan kelemahan, sedangkan data eksternal diperoleh dari lingkungan luar yang berupa peluang dan ancaman.

2. Tahap Analisis

Menganalisis IFAS dan EFAS dengan memberi bobot nilai selang 0 – 1, cara penentuan berdasarkan pengamatan lapangan

untuk menentukan urutan prioritas yaitu faktor mana yang paling penting dan tidak penting. Total bobot sebesar satu untuk masing-masing kondisi (internal dan eksternal), selanjutnya memberi *rating* nilai secara obyektif yaitu nilai *rating* dengan skala:

- a. Skor 1 = tidak penting
- b. Skor 2 = cukup penting
- c. Skor 3 = penting
- d. Skor 4 = sangat penting

Pemberian nilai *rating* berbanding terbalik antara peluang dan ancaman, juga antara kekuatan dan kelemahan. Semakin mendekati kenyataan, maka nilai peluang dan kekuatan semakin besar sehingga nilai kelemahan dan ancaman semakin kecil (Rangkuti, 2009).

3. Tahap pemberian rating.

Setelah pemberian rating, ditentukan bobot dari setiap rating., terdapat dua metode penentuan bobot yaitu metode obyektif dan metode subyektif. Metode subyektif ialah pemberian bobot yang didasarkan atas pendapat peneliti. Metode obyektif ialah pemberian bobot didasarkan atas rating, dan dirumuskan sebagai berikut:

$$Bi = \frac{Ri}{\sum Ri}$$

Keterangan :

Bi = Bobot faktor ke-i

Ri = Rating ke-i

$\sum Ri$ = Total Rating ke-i

4. Penentuan Strategi.

Berdasarkan analisis SWOT dapat dilakukan penentuan strategi pengembangan dengan cara melakukan analisis melalui kombinasi pertemuan antara garis absis (kekuatan-kelemahan) dengan garis ordinat (peluang-ancaman) pada diagram analisis SWOT. Nilai pada sumbu x dan y pada diagram SWOT diambil dari bobot X rating pada faktor internal dan bobot Y pada faktor eksternal.

Pengambilan keputusan untuk perumusan strategi dengan menggunakan matriks SWOT, menghasilkan empat kemungkinan alternatif sebagai berikut:

- a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
- b. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) memperbaiki kelemahan internal Perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal.
- c. Strategi ST (*Strengths-Threats*) menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
- d. Strategi WT (*Weakness-Threats*) mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman lingkungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kopra.

Produk (Product) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan pemakainya. Dari hasil penelitian ini kopra di Desa Bolano Barat memiliki hasil 2 jenis produk yang ditawarkan, yaitu:

1. Pengeringan matahari:
 - a. Pengupasan sabut buah kelapa dikupas dengan menggunakan alat pengupas sabut kelapa.
 - b. Pembelahan Kelapa Kupas dibelah menjadi dua bagian dengan menggunakan parang. Air kelapa dalam kelapa kupas yang telah terbelah dikeluarkan.
 - c. Penjemuran kelapa belah dengan cuaca teriknya matahari dilakukan dalam sehari (dari pukul 08.00-16.00). Penjemuran ini dilakukan dengan menggunakan lantai semen atau di atas tanah.
2. Hasil Pengasapan
 - a. Pengupasan sabut buah kelapa dikupas dengan menggunakan alat pengupas sabut kelapa.
 - b. Pembelahan kelapa kupas dibelah menjadi dua bagian dengan menggunakan parang. Air kelapa dalam kelapa kupas yang telah terbelah dikeluarkan.
 - c. Pelepasan daging kelapa dari tempurung dilakukan dengan menggunakan alat pelepas daging kelapa. Pelepasan daging kelapa membutuhkan waktu selama ± 30 detik untuk setiap kelapa belah.
 - d. Pengasapan kelapa belah ditumpuk hingga 5 lapisan pada ruang pengasapan Selanjutnya, kelapa belah diasapi selama ± 3 jam dalam rumah asap.
 - e. Pengasapan Daging kelapa diasapi selama ± 3 jam untuk menghasilkan

kopra. Selama pengasapan dilakukan pengamatan suhu pengeringan pada bagian tengah tumpukan daging kelapa setiap jamnya. Pengasapan selesai ketika pada permukaan daging kelapa terlihat berwarna coklat kehitaman dan terlihat mengeluarkan minyak pada sisi daging kelapa yang dipatahkan.

Produk kopra biasanya memiliki kadar air sekitar 10 - 15%. Karena dilakukan dengan proses pengeringan dibawah sinar matahari selama 3-5 hari atau pengasapan dengan selama \pm 3 jam sampai terlihat mengalami perubahan warna dan sudah mengeluarkan minyak ketika daging kelapa itu dipatahkan. Asap dari api itu sendiri dapat mengeringkan daging kelapa hingga berkadar air 10 – 15% sehingga dapat bertahan lama, kopra yang baik sebaiknya hanya memiliki kandungan air 10% -15%.

Harga. Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. 3 tahun terakhir, kopra di Desa Bolano Barat mengalami kenaikan dan penurunan harga ditanda dengan yang terjadi pada tahun 2017 kopra mempunyai harga dari Rp.10.000/Kg yang kemudian turun menjadi Rp.4.700/Kg pada tahun 2018, lalu harga kopra kembali naik menjadi Rp.6000/Kg di tahun 2019, sedangkan saat ini mengalami kenaikan lagi menjadi Rp. 10.000/Kg.

Analisis SWOT

Analisis Faktor Internal.

Kekuatan.

1. Tersedianya bahan baku Kelapa. Di Desa Bolano Barat mengutamakan produksi Kelapa sehingga petani di Desa Bolano Barat sebagian besar memproduksi kelapa karena dianggap mempunyai hasil yang melimpah untuk ukuran komoditi

perkebunan. Responden mengakui bahwa sebagian besar penghasilan didapatkan dari penjualan kopra.

2. Jumlah petani kelapa yang banyak. Sebagian besar masyarakat Desa Bolano mayoritas memiliki lahan perkebunan dan bertani untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, banyak petani yang mengharapkan pendapatan dari hasil bertani, sawah dan juga perkebunan kelapa.
3. Jumlah petani kelapa yang meningkat. Dari tahun ke tahun petani Kelapa di Desa Bolano meningkat jumlahnya.
4. Ketersediaan Modal yang Cukup. Petani kelapa di Desa Bolano Barat mempunyai modal yang cukup untuk mengembangkan produksi dan masih bisa memenuhi kebutuhan bibit yang baik. Selain itu, masih terdapat lahan yang cukup untuk menambah tanaman kelapa

Kelemahan.

1. Alat produksi yang digunakan terbatas. Desa Bolano Barat belum memiliki alat yang cukup canggih untuk perkebunan kelapa dikarenakan Petani hanya mengharapkan bantuan pemerintah. Alat yang digunakan saat ini ialah manual seperti menggunakan tenaga manusia.
2. Gudang penyimpanan kurang layak. Di Desa Bolano Barat belum mempunyai tempat penyimpanan besar khusus kopra yang disediakan karena minimnya sarana dan prasarana. Para petani biasanya hanya menggunakan tempat yang terbuat dari kayu atau hanya tertutupi oleh terpal.
3. Kemampuan menjual ke industri yang masih rendah. Petani lebih memilih menjual kopranya ke pengepul dikarenakan biaya yang kurang untuk lansung ke perusahaan.
4. Kualitas kelapa yang berbeda-beda. Kualitas kelapa yang dimiliki oleh

setiap petani berbeda-beda, hal ini disebabkan beberapa faktor seperti tanah, kualitas bibit, serta perawatan tanaman. Lebih lengkapnya mengenai evaluasi faktor internal terlihat pada matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) pada Tabel 1.

Analisis Faktor Eksternal.

Peluang.

1. Meningkatkan pendapatan petani. Semakin banyak produksi maka akan mampu meningkatkan pendapatan petani. Jika pendapatan petani meningkat secara tidak langsung juga akan membantu mensejahterakan masyarakat terutama yang memiliki pekerjaan sebagai petani.
2. Tersediannya teknologi dan informasi yang memadai. Berdasarkan hasil wawancara bersama responden, saat ini teknologi dan informasi cukup membantu pekerjaan petani seperti melakukan komunikasi bersama pengepul.
3. Tingginya minat perusahaan. Saat ini, banyak perusahaan mampu membeli kopra dengan jumlah yang banyak, namun tetap harus dengan kualitas yang baik. (4) Kebutuhan industri pengolahan minyak kelapa yang tinggi. Kebutuhan industri semakin tinggi dikarenakan minat konsumen yang semakin meningkat (Kurniawan, dkk, 2021).

Ancaman.

1. Fluktuasi harga kopra. Adanya penentuan harga dari sektor pemerintah pusat sebagian besar meresahkan petani kopra. Bukan hanya hal itu, tetapi penggunaan biaya-biaya variabel lainnya membuat penerimaan petani berkurang.
2. Banyak pesaing dari wilayah lain. Desa Bolano Barat merupakan salah satu desa yang memang memiliki

produksi kopra yang kecil tetapi sebagian petaninya mengharapkan pendapatan dari kopra yang mengalami fluktuasi harga.

3. Akan tergantikan dengan kelapa sawit. Kelapa sawit menjadi komoditi yang mempunyai pasaran lebih luas dari pada Kelapa biasa terutama untuk produksi Kopra. Kelapa sawit juga lebih mudah diproduksi dari pada kopra.
4. Menghambat perkembangan usahatani Kopra di Desa Bolano Barat. Di Desa Bolano Barat pada umumnya memiliki mata pencarian sebagai petani Kopra, apabila harga terus berfluktuasi dan kelapa sawit mulai menguasai pasar maka perkembangan kopra di Desa Bolano Barat akan terhambat (Sukirno, 2006). Evaluasi faktor-faktor peluang dan ancaman terlihat pada matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) pada Tabel 2.

Berdasarkan hasil analisis matriks IFAS dan EFAS diketahui skor faktor internal kekuatan yaitu 1,47 dan skor faktor kelemahan yaitu 1,56. Sementara skor faktor External peluang yaitu 1,44 dan skor untuk ancaman yaitu 1,71. Hasil skor dari matriks IFAS dan EFAS tersebut kemudian dianalisis kedalam diagram analisis SWOT, tujuannya untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk usahatani kopra.

Berdasarkan analisis SWOT, diketahui Strategi Pemasaran Kopra di Desa Bolano Barat Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong berada pada Strategi W-T (*Weakness-Threats*) atau strategi kelemahan-ancaman merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman lingkungan.

Sumbu X memiliki nilai -0,09 mewakili fungsi kelemahan dan sumbu Y memiliki nilai -0,27 mewakili fungsi ancaman.

Sumbu X didapatkan dari hasil jumlah faktor internal dari matriks IFAS, sumbu Y didapat dari hasil jumlah faktor external dari matriks EFAS. Maka nilai dari salib

sumbu merupakan hasil penggabungan nilai dari matriks IFAS dan EFAS (Nurdwitami, R. 2019).

Tabel 1. Analisis SWOT Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*).

Total (Sub Total I + Sub Total II)	Bobot	Rating	Skor (BxR)
I. Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
a. Tersedianya bahan baku kelapa	0.15	4	0.6
b. Jumlah petani kelapa yang cukup banyak	0.12	3	0.36
c. Jumlah Pengepul Kopra yang semakin bertambah	0.11	3	0.33
d. ketersediaan modal yang cukup	0.09	2	0.18
Sub Total I	0.47	12	1.47
II. Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
a. Alat produksi yang digunakan terbatas	0.14	3	0.42
b. Gudang penyimpanan kurang layak	0.13	3	0.39
c. Kemampuan menjual kopra ke Industri yang masih rendah	0.12	3	0.36
d. Kualitas kelapa yang berbeda-beda	0.13	3	0.39
Sub Total II	0.52	12	1.56
Total (Sub Total I + Sub Total II)	0.99	24	3.03
Sumbu X (Sub Total I - Sub Total II)			-0.09

Sumber: Data primer setelah diolah, 2021

Tabel 2. Analisis SWOT Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*).

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
I. Peluang (<i>Opportunities</i>)			
a. Meningkatkan Pendapatan Petani	0.13	3	0.39
b. Tersedianya teknologi dan Informasi yang Memadai'	0.12	3	0.36
c. Tingginya minat perusahaan	0.11	3	0.33
d. Kebutuhan Industri Pengolahan Kelapa yang tinggi	0.12	3	0.36
Sub Total I	0.48	12	1.44
II. Ancaman (<i>Threats</i>)			
a. Fluktuasi harga Kopra	0.13	3	0.39
b. Banyak pesaing petani Kopra dari wilayah lain'	0.15	4	0.6
c. Akan tergantikan dengan Kelapa Sawit	0.13	3	0.39
d. Terhambatnya Perkembangan usahatani Kopra di Desa Bolano	0.11	3	0.33
Sub Total II	0.52	13	1.71
Total (Sub Total I + Sub Total II)	1	25	3.15
Sumbu Y (Sub Total I - Sub Total II)			-0.27

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Strategi pemasaran kopra di Desa Bolano Barat Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong berada pada kuadran IV yakni posisi W-T menunjukkan bahwa komoditi tersebut menghadapi situasi yang sangat tidak menguntungkan, dimana selain menghadapi berbagai ancaman juga menghadapi kelemahan internal. Strategi yang harus diterapkan adalah berusaha untuk menutupi segala kelemahan dan menghadapi segala ancaman yang ada (Kurniawan. H, dkk, 2021).

Alternatif Strategi Pemasaran Kopra di Desa Bolano Barat Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong.

Pada strategi W-T (Weakness-Threats) atau posisi difensis, untuk mengatasi permasalahan petani yang saat ini harus meminimalkan faktor kelemahan yang dimiliki serta menghindari ancaman yang ada, strateginya yang dapat dirumuskan yakni:

1. Memperdalam lebih banyak pengetahuan pengolahan kopra agar mutu kopra lebih baik. Pengetahuan dan pengalaman dalam bertani sangat diperlukan terutama dalam mengembangkan usahatani termasuk kopra.
2. Mengadakan pelatihan petani guna meningkatkan kemampuan menjual kopra. Peningkatan kemampuan petani tidak luput dari sumber daya yang membantu seperti penyuluh, petani yang lebih berpengalaman serta peran pemerintah. Maka dalam hal pelatihan harus melibatkan beberapa pihak yang dapat membantu petani.
3. Bekerja sama dengan LSM atau aparat desa untuk mensosialisasikan konsumsi kopra local kepada masyarakat. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) atau karang taruna desa dapat dimanfaatkan untuk membantu perangkat desa dan penyuluh untuk melakukan inovasi serta hal-hal kreatif serta mengembangkan

hubungan pasokan jangka panjang dengan produsen minyak kelapa.

4. Membuat system pemasaran terhadap yang mampu mengatasi kendala jarak dengan industry pengolahan kelapa. Maka perlu diadakannya system yang dapat mengatasi kendala jarak pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Strategi pemasaran di Desa Bolano Barat Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong berada pada kuadran IV yakni meminimalkan kelemahan dan mengurangi ancaman. Desa Bolano Barat memiliki alat produksi yang terbatas, gudang penyimpanan yang kurang layak, petani yang kurang memiliki kemampuan menjual kopra ke Industri.

Serta di desa Bolan mempunyai kualitas kelapa yang berbeda-beda. Selain itu banyaknya ancaman dari luar membuat petani kopra mengalami kebimbangan dalam berusahatani, diantaranya harga kopra yang terus berfluktuasi, banyak pesaing petani Kopra dari wilayah lain, tergantikan dengan Kelapa Sawit, dan akhirnya membuat terhambatnya perkembangan usahatani Kopra di Desa Bolano.

Melalui kelemahan dan ancaman ini, petani kopra di Desa Bolano harus berupaya keras lebih aktif dalam mengembangkan usahatannya seperti memperdalam lebih banyak pengetahuan pengolahan kopra agar mutu kopra lebih baik, mengadakan pelatihan petani guna meningkatkan kemampuan menjual kopra, bekerja sama dengan LSM atau aparat desa untuk mensosialisasikan konsumsi kopra local kepada masyarakat serta membuat system pemasaran terhadap yang mampu mengatasi

kendala jarak dengan industry pengolahan kelapa.

Saran. Strategi yang didapatkan untuk pemasaran Kopra di Desa Bolano Barat Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong berada pada posisi yang sangat tidak menguntungkan dikarenakan harus bertahan pada kondisi internal yang lemah sekaligus menghadapi beberapa ancaman yang sangat tidak diinginkan oleh petani.

Maka dari itu, petani, penyuluh, LSM, ataupun pemerintahan harus lebih aktif dalam mengembangkan usahatani Kopra. Semua pihak harus ikut terlibat untuk mempertahankan posisi ini dan melakukan promosi penjualan agar usahatani kopra di Desa Bolano Barat dapat diperhatikan oleh industry.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, I. (2016). *Analisis Structure, Conduct dan Performance pada Pasar Kakao: kasus di Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah*.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kabupaten Parigi Moutong Dalam Angka 2018*. BPS Provinsi Sulawesi Tengah.Palu.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Kabupaten Parigi Moutong Dalam Angka 2019*. BPS Provinsi Sulawesi Tengah.Palu.
- Budiasih, N.L., Ambarawati, Dan N.W.S. Astuti. 2014. *Strategi Pemasaran Produk Olahhan Jamur Tiram Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali*.Jurnal Manajemen Agribisnis. Vol. 2 (2), Hal.114-130.
- David, F, E. 2004. *Manajemen Strategi*, Edisi Kesembilan. PT. Intan Sejati Klaten, Jakarta
- Jumiati, Elly, Dwi.D.H, dan Slamet H. 2013. *Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*. Jurnal AGRIFOR Volume XII Nomor 1 : Halaman 1-10.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, (2006) “*Managemen Pemasaran*”. Penerbit Erlangga, Yogyakarta.
- Kurniawan, Nina, S., dan Yeni, A. 2021. *Strategi Pengembangan Usaha Kopra Putih Di Kecamatan Tembilihan Hulu Kabupaten Indragiri Hilir*. Jurnal Agribisnis Unisi. Vol. 10 No. 1. Hal. 40-52.
- Kurniawan. H, Ratya, A., dan Silvana, M. 2021. *Analysis Of Market Structure, Conduct and Performance of Copra In Parigi – Moutong Regency*. Agricultural Socio-Economics Journal. Vol. 21. No.4 Hal. 325-332.
- Nurdwitami, R. 2019. *Strategi Pemasaran Kopra di Desa Tugondeng Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar, Makasar.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis.Reorenrasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk MenghadapiAbad21*. Gramedia. Jakarta.
- Pengembangan Agroindustri Kopra (Studi Kasus Di Kabupaten Halmahera Timur). Jurnal Teknologi Pertanian Vol. 18 (3): 211-224
- Ridwan Hardiyanti, Akbar. 2019. *Strategi Pengembangan Dan Strategi Pemasaran Kopra Dalam Sistem Syariah*. Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi, Dan Bisnis Islam, 1(1), 1-16
- Rosidi. A.R., Siti A.M., Panji D. 2017. *Perencanaan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopra (Sudi Kasus di Kabupaten Halmahera Timur)*. Jurnal Teknologi Pertanian, 18 (3): 211-224.

Setiyanti, E.S., A. Maulana, dan I. Fahmi.
2009. *Strategi Pemasaran Produk Susu
Nutrisi Enteral Klinikal*. Jurnal
Manajemen & Agribisnis. Vol. 6 (2),
hal.109-123.

Setyamidjaja, D., 2000. *Bertanam Kelapa*.
Kanisius, Yogyakarta.

Sukirno. 2006. *Analisis Pendapatan Petani
Kakao di Kabupaten Parigi-Moutong*.
Skripsi. Manado. Universitas
Samratulangi.