

Analisis pemasaran usaha kelapa gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen (studi kasus UD. Industri Kelapa Gongseng Inkego)

Marketing analysis of the gongseng coconut business in Cot Puuk Village, Gandapura District, Bireuen Regency (a case study of the Inkego Gongseng Coconut Industry)

Dian Ramadhani^{1✉}, T.M. Nur¹, Saniar Fauza¹

Diterima: 1 Juni 2023. Disetujui: 8 Juni 2023. Dipublikasi: 28 Juni 2023

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; 1) pola saluran pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen, 2) Untuk mengetahui efisiensi pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan metode kombinasi kualitatif dan kuantitatif yang merupakan pendekatan dalam penelitian dan menghubungkan antara metode penelitian kuantitatif dengan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran kelapa gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen Sebanyak dua Saluran yaitu: saluran pemasaran I (produsen - pedagang pengecer - konsumen akhir), dan saluran II (produsen - Agen - pedagang pengecer - konsumen akhir). Saluran pemasaran Kelapa Gongseng yang memiliki tingkat nilai efisiensi terkecil dan paling efisien adalah saluran pemasaran I sebesar 10,09 % dengan biaya pemasaran sebesar Rp.655,81/kg dan nilai efisiensi terbesar pada saluran pemasaran II sebesar 11,37% dengan biaya pemasaran sebesar Rp.682,48/kg.

Kata Kunci: Analisis, Pemasaran, Kelapa Gongseng

ABSTRACT. This study aims to determine; 1) the marketing channel pattern of Kelapa gongseng in Cot Puuk, Gandapura District, Bireuen Regency, 2) To determine the marketing efficiency of Kelapa gongseng in Cot Puuk, Gandapura District, Bireuen Regency. The data collected was analyzed using a combination of qualitative and quantitative methods which is an approach in research and links between quantitative and qualitative research methods. The results showed that there were two marketing channels for Kelapa gongseng in Cot Puuk, Gandapura District, Bireuen Regency, namely: marketing channel I (producer - retailer - final consumer), and channel II (producer - agent - retailer - final consumer). The Kelapa Gongseng marketing channel that has the smallest and most efficient level of efficiency is marketing channel I of 10.09% with marketing costs of Rp.655.81/kg and the greatest efficiency value in marketing channel II of 11.37% with marketing costs of IDR 682.48/kg.

Keyword: Analysis, Marketing, Kelapa Gongseng

Pendahuluan

Tanaman kelapa (*Cocos nucifera* Linn) dalam perekonomian Indonesia merupakan salah satu komoditi strategis karena perannya yang sangat besar, baik sebagai sumber pendapatan maupun sumber bahan baku industri (Sumarni, 2019). Kelapa merupakan komoditas yang strategis dalam kehidupan Masyarakat Indonesia karena perannya yang besar meliputi sosial, budaya, sumber pendapatan, penyedia lapangan kerja dan mampu menyumbangkan devisa bagi negara. Hal ini sebagai mana banyaknya manfaat yang terdapat pada buah kelapa bahkan bagian kelapa, tempurung, sabut, air dan bungkil kelapa bahkan batang kelapa telah banyak digunakan sebagai bahan bangunan dan furniture (Kuswanto, 2012).

Industri kelapa memiliki peluang usaha yang cukup menjanjikan di provinsi Aceh, bahkan dilihat sangat berpotensi menjadi lumbung produk kelapa nasional. Hal ini dapat dilihat dari masih terdapat lahan kelapa yang luas dan memiliki prospek bisnis dari segi pembibitan, penanaman, produksi, pengolahan, pemanfaatan, hingga pemasaran kepada konsumen dari Sabang sampai Merauke. Salah satu sentra produksi kelapa di provinsi Aceh adalah di Kabupaten Bireuen. Jumlah produksi kelapa di Kabupaten Bireuen yang paling banyak adalah pada tahun 2019 dan 2020 dengan produksi rata-rata 15.721 ton. Jumlah produksi kelapa di Kabupaten Bireuen yang paling sedikit adalah jumlah produksi tahun 2016 yaitu 13.837 ton. Produksi kelapa di kabupaten Bireuen mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan produksi kelapa tersebut seiring dengan bertambahnya lahan tanaman kelapa di Kabupaten Bireuen.

Desa Cot Puuk merupakan salah satu daerah penghasil kelapa olahan. Produk kelapa olahan

✉ Dian Ramadhani
dianramadhani012@gmail.com

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Almuslim, Bireuen, Aceh, Indonesia

yang dihasilkan adalah kelapa gongseng. Kelapa gongseng merupakan salah satu bentuk olahan kelapa tradisional Aceh yang digunakan sebagai bumbu masak untuk menambah rasa, aroma dan kekentalan dari masakan khas Aceh (Asmawati, 2021). Pembuatannya dimulai dengan pengecilan ukuran daging kelapa tua (dikukur), dijemur, kemudian digongseng, dan digiling sampai halus dan berminyak. Kelapa gongseng giling biasanya dibuat dalam jumlah besar, kemudian disimpan dan dipergunakan sedikit demi sedikit.

Usaha pengolahan kelapa gongseng didirikan pada tahun 2005 oleh bapak M. Nizar. Pada awal mula produksinya, kelapa gongseng Bapak M. Nizar ini hanya dipasarkan di Desa Cot Puuk dan di desa tetangga saja, namun lama kelamaan pemasarannya sudah semakin meluas sampai ke daerah Langsa, Takengon, Idi, dan Jakarta. Usaha tersebut menghabiskan 60 ton kelapa/bulan atau 2 ton/hari untuk bahan baku pembuatan kelapa gongseng. Dalam menjalankan usaha tersebut, bapak M. Nizar menggunakan 5 orang tenaga kerja dengan tugas masing-masing yang diatur sedemikian rupa sehingga usaha bisa berjalan secara optimal.

Usaha Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura memerlukan suatu kegiatan pemasaran untuk menyalurkan produk kelapa gongseng dari produsen ke konsumen yang terdiri dari beberapa saluran pemasaran. Kegiatan pemasaran kelapa gongseng menggunakan beberapa saluran pemasaran sehingga terdapat perbedaan harga yang ditentukan pada tiap saluran pemasaran yang digunakan. Harga kelapa gongseng yang dibeli oleh agen berbeda dengan konsumen akhir yang membelinya secara langsung ketempat tersebut, harga yang dijual untuk agen lebih murah dibandingkan dengan harga jual untuk konsumen yang datang langsung ke tempat usaha kelapa gongseng. Dalam kegiatan pemasaran tersebut sangat diperlukan untuk menyalurkan hasil produksi dan menilai berhasil tidaknya suatu usaha (Arianty, 2019). Perbedaan harga antar agen menimbulkan selisih harga yang akan dihadapi oleh konsumen. Hal ini mengingatkan bahwa pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam dunia usaha.

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui pola saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen.

Bahan dan Metode

Data yang dikumpulkan dianalisis dengan metode kombinasi kualitatif dan kuantitatif yang merupakan pendekatan dalam penelitian yang

mengkombinasikan dan menghubungkan antara metode penelitian kuantitatif dengan kualitatif (Sugiono 2016). Data yang dianalisis secara kuantitatif meliputi biaya pemasaran, keuntungan, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Analisis biaya pemasaran dan margin pemasaran dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran (cost margin analysis) yaitu dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan, dan margin pemasaran pada tiap perantara pada berbagai saluran pemasaran.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Pemasaran

Analisis pemasaran adalah faktor yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Analisis pemasaran kelapa gongseng merupakan praktik mengukur, mengelola, dan menganalisis kinerja pemasaran usaha kelapa gongseng. Hal ini melibatkan proses dan teknologi yang memungkinkan usaha kelapa gongseng menganalisis dan meningkatkan upaya pemasarannya. Jika usaha Kelapa Gongseng dapat menjual lebih banyak produk yang sama, dengan kualitas yang sama, dengan harga yang lebih mahal maka usaha kelapa gongseng tersebut relatif telah berhasil menggunakan sistem pemasaran yang efisien. Untuk lebih jelasnya tentang pemasaran kelapa gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen dapat diuraikan sebagai berikut ;

Saluran Pemasaran

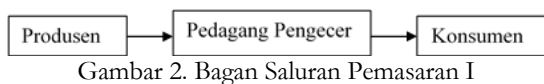
Saluran pemasaran ialah aliran produk kelapa gongseng yang berawal pada tangan produsen dan berakhir di tangan konsumen dengan adanya campur tangan lembaga pemasaran ataupun dipasarkan langsung ke konsumen. Dalam penelitian ini dapat diidentifikasi dalam sistem pemasaran yaitu lembaga pemasaran, yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Untuk memperluas dan memperlancar pemasaran Kelapa Gongseng sangat dibutuhkan peran lembaga pemasaran untuk menyalurkan Kelapa Gongseng dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan Kelapa Gongseng yaitu produsen, agen, dan konsumen.

Setelah melakukan pengolahan Kelapa Gongseng, maka hal yang dilakukan adalah menyalurkan Kelapa Gongseng. Pelaku pemasaran menggunakan saluran pemasaran yang menunjukkan bagaimana arus komoditi mengalir dari produsen ke konsumen akhir. Dari informasi

yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha Kelapa Gongseng, saluran pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen terdiri dari 2 saluran pemasaran, yaitu :

Saluran I

Pada saluran pemasaran I, produsen memasarkan produk Kelapa Gongseng melalui pedagang pengecer hingga produk sampai ke tangan konsumen. Bentuk saluran I ini membutuhkan banyak biaya untuk melakukan pemasaran Kelapa Gongseng. Untuk lebih jelasnya tentang saluran pemasaran I produk Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen dapat dilihat pada bagan berikut ;



Gambar 2. Bagan Saluran Pemasaran I

Pada saluran I, penyaluran produk ke pedagang pengecer merupakan tanggung jawab dari produsen. Produsen mengantarkan langsung produk kelapa gongseng ke pedagang pengecer di pasar Kutablang dan Gandapura.

Saluran II

Pemasaran kelapa gongseng pada saluran II melibatkan Agen dan Pedagang pengecer. Agen mengambil produk kelapa gongseng langsung ke tempat produksi yang berada di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen. Kemudian produk kelapa gongseng di edarkan ke beberapa pedagang pengecer yang ada di pasar Batuphat dan pasar Kruenggeukuh. Untuk lebih jelasnya tentang pemasaran kelapa gongseng pada saluran dapat dilihat pada bagan berikut;



Gambar 3. Bagan Saluran Pemasaran II

Dalam saluran pemasaran II ini, produsen hanya bertindak sebagai penyedia produk. Produk kelapa gongseng tersebut disalurkan ke konsumen melalui beberapa lembaga pemasaran, yaitu agen, dan pedagang pengecer. Proses penyaluran produk kelapa gongseng hingga pedagang pengecer pada saluran II menjadi tanggung jawab agen, kemudian produk kelapa gongseng ditampung oleh pedagang pengecer yang kemudian dijual kepada konsumen.

Margin Pemasaran

Marjin pemasaran Kelapa Gongseng merupakan selisih antara harga jual dan harga beli Kelapa Gongseng pada pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen. Untuk mengetahui margin pemasaran Kelapa Gongseng pada setiap saluran pemasaran maka tentunya yang penting diketahui adalah harga jual dan harga beli setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Harga yang diterima produsen sampai ke tangan konsumen masing-masing saluran tidak sama sehingga kondisi ini menyebabkan terjadinya perbedaan mulai dari segi harga, biaya, keuntungan, dan marjin pemasaran Kelapa Gongseng pada Usaha Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen. Untuk lebih jelasnya tentang margin pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen maka dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Margin Pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen

No	Saluran	Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp/Cup)	Harga Beli (Rp/Cup)	Margin
1	I	Produsen	5.500	-	
		Pengecer	6.500	5.500	1.000
		Konsumen	-	6.500	
Total					
2	II	Produsen	5.000		-
		Agen	6.000	5.000	1.000
		Pedagang Pengecer	6.500	6.000	500
		Konsumen		6.500	
Total					
					1.500

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa pada saluran I terdapat margin pemasaran dikarenakan produk kelapa gongseng dipasarkan melalui pedagang pengecer kepada konsumen, sehingga adanya margin pemasaran. Margin pemasaran

Kelapa Gongseng terdapat pada saluran pemasaran I, yaitu sebesar Rp.1.000/Cup. Pada saluran ini produsen yang mengantar langsung ke pedagang sehingga biaya transportasi dibebankan ke pihak produsen. Margin pemasaran Kelapa Gongseng

pada saluran pemasaran I dapat dihitung berdasarkan pada rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 M &= Pr - Pf \\
 &= Rp.6.500 - Rp.5.500 \\
 &= Rp.1.000/Cup
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut, Maka dapat diketahui bahwa margin pemasaran Kelapa Gongseng yang dihasilkan dari saluran pemasaran I pada Usaha Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen yaitu sebesar Rp.1.000,-/Cup. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp.1.000,-

Pada saluran II terdapat beberapa margin pemasaran yaitu pada tingkat agen terdapat nilai margin pemasaran sebesar Rp.1.000,-/Cup, dan pada tingkat pedagang pengecer terdapat margin pemasaran sebesar Rp.500,-/Cup. Produsen tidak membayar biaya transportasi dikarenakan agen secara langsung membeli ke produsen sehingga biaya yang dibeli lebih murah dan biaya transportasi dibebankan sepenuhnya kepada agen. Jumlah total margin pemasaran pada saluran II pemasaran kelapa gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen adalah Rp.1.500,-. Adapun perhitungan margin pemasaran saluran II dapat dilihat pada uraian berikut ;

$$\begin{aligned}
 \text{Margin tingkat Agen} \\
 M_1 &= Pr - Pf \\
 &= Rp.6.000 - Rp.5.000
 \end{aligned}$$

$$= Rp.1.000,-/Cup$$

Margin tingkat Pedagang Pengecer

$$\begin{aligned}
 M_2 &= Pr - Pf \\
 &= Rp.6.500 - Rp.6.000 \\
 &= Rp.500,-/Cup
 \end{aligned}$$

Margin Total Saluran Pemasaran II

$$\begin{aligned}
 \sum M &= M_1 + M_2 \\
 &= 1.000 + 500 \\
 &= Rp.1.500,-
 \end{aligned}$$

Pada saluran II, harga produk kelapa gongseng yang diterima konsumen yaitu Rp.6.500,-/Cup, sementara harga pada tingkat produsen adalah Rp.5.000,-/Cup. Secara keseluruhan, selisih harga yang terjadi pada saluran II pemasaran produk kelapa gongseng Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen adalah Rp.1.500,-/Cup.

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran Kelapa Gongseng merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung, mulai Kelapa Gongseng di lepas dari tangan produsen hingga diterima oleh konsumen. Biaya pemasaran tersebut di tanggung oleh lembaga pemasaran yang terlibat berupa biaya transportasi, tenaga kerja, dan biaya kemasan. Untuk lebih jelasnya tentang biaya pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4. Biaya Pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen

No	Saluran	Biaya (Rp/Cup)
1	I	656
2	II	682

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I lebih kecil dari biaya yang dikeluarkan pada saluran II. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran 1 yaitu sebesar Rp.656/Cup, sementara biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II yaitu Rp. 682/Cup. Biaya pemasaran pada saluran I meliputi biaya tenaga kerja, kemasan, mesin press, dan timbangan. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II meliputi biaya tenaga kerja, kemasan, mesin press, dan timbangan pada tingkat produsen. Sedangkan biaya yang dikeluarkan pada tingkat agen meliputi biaya tenaga kerja, bahan bakar dan Biaya konsumsi serta biaya pengadaan alat transportasi. Pada saluran II, agen membeli

Kelapa Gongseng dari produsen dengan harga 5.000/Cup.

Keuntungan Pemasaran

Keuntungan adalah selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen setelah dikurangi dengan biaya pemasaran. Keuntungan merupakan harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh konsumen setelah dikurangi dengan biaya pemasaran Kelapa Gongseng. Keuntungan pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen dapat dilihat pada tabel 5 berikut :

Tabel 5. Keuntungan Pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen

No	Saluran	Lembaga Pemasaran	Harga Beli	Harga Jual	Margin	Biaya Pemasaran/ Cup	Keuntungan/ Cup (Rp)
1	I	Produsen	-	5.500	-	599,47	
		Pedagang Pengecer	5.500	6.500	1.000	56,35	
		Total (Rp)					655,81
2	II	Produsen	-	5.000	-	562,22	
		Agen	5.000	6.000	1.000	63,92	-
		Pedagang Pengecer	6.000	6.500	500	56,35	-
		Total (Rp)			1.500		682,48

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa keuntungan pemasaran yang paling tinggi diperoleh pada saluran I yaitu sebesar Rp. 344,2/Cup. Keuntungan tersebut lebih kecil dari keuntungan yang diperoleh pada saluran pemasaran II, yaitu mencapai Rp.817,52/cup. Keuntungan tersebut diperoleh dari pengurangan nilai jual dengan jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan. Saluran II memperoleh keuntungan yang besar, hal ini dikarenakan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat menjual produk dengan harga tinggi dan biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II sehingga berpengaruh terhadap keuntungan yang diperoleh.

Efisiensi Pemasaran

Pemasaran merupakan aktivitas penyaluran Kelapa Gongseng dari produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Seperti yang telah dilakukan sebelumnya, pemasaran produk kelapa gongseng dilakukan dalam beberapa saluran, yaitu saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II. Panjang pendeknya rantai atau saluran distribusi pemasaran inilah yang menentukan harga eceran di tingkat pedagang eceran serta tinggi rendahnya efisiensi pemasaran yang dijalankan.

Untuk mendapatkan saluran distribusi pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen yang paling efisien, harus dilihat saluran mana yang memiliki biaya - biaya pemasaran yang paling minimal. Dimana dari hasil penelitian pada usaha Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen menunjukkan bahwa saluran pemasaran I yang paling efisien karena biaya pemasaran yang dikeluarkan sangat sedikit bila dibandingkan saluran pemasaran II. Tingginya harga suatu produk atau komoditi dipasaran dapat disebabkan oleh rantai distribusi pemasaran yang terlalu panjang.

Efisiensi saluran pemasaran Kelapa Gongseng dilakukan dengan melihat persentase antara biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan harga jual Kelapa Gongseng. Semakin kecil nilai persentase tersebut maka semakin efisien saluran distribusi tersebut jika dibandingkan dengan saluran distribusi lainnya. Adapun nilai efisiensi masing-masing saluran pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ;

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen

No	Saluran	Lembaga Pemasaran	Harga Beli	Harga Jual	Margin	Biaya Pemasaran/ Cup	Efisiensi Pemasaran (%)
1	I	Produsen	-	5.500	-	599,47	
		Pedagang Pengecer	5.500	6.500	1.000	56,35	
		Total (Rp)					655,81
2	II	Produsen	-	5.000	-	562,22	
		Agen	5.000	6.000	1.000	63,92	-
		Pedagang Pengecer	6.000	6.500	500	56,35	-
		Total (Rp)			1.500		682,48

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai efisiensi pemasaran Kelapa Gongseng pada saluran I lebih kecil dibandingkan nilai efisiensi pada

saluran II. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran I sebesar 10,09%. Sementara itu, efisiensi pemasaran pada saluran II sebesar 10,50%. Efisiensi

pemasaran dalam saluran pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Efisiensi Pemasaran Saluran I

$$\begin{aligned} \text{EPS} &= \frac{\text{TBP}}{\text{TNP}} \times 100\% \\ &= \frac{655,81}{6.500} \times 100\% \\ &= 10,09\% \end{aligned}$$

Efisiensi Pemasaran Saluran II

$$\begin{aligned} \text{EPS} &= \frac{\text{TBP}}{\text{TNP}} \times 100\% \\ &= \frac{682,48}{6.500} \times 100\% \\ &= 10,50\% \end{aligned}$$

Berdasarkan kriteria efisiensi pemasaran, 0 – 33% = Efisien, 34 – 67% = Kurang Efisien, dan 68 – 100% = Tidak Efisien, maka dapat diketahui bahwa kedua saluran pemasaran produk kelapa gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen termasuk pemasaran yang efisien. Pemasaran yang paling efisien adalah pemasaran pada saluran I dengan nilai efisiensi 10,09%. Nilai tersebut termasuk ke dalam kriteria pemasaran yang efektif. Sedangkan nilai efisiensi pada saluran II diperoleh sebesar 10,50% dan juga termasuk ke dalam kriteria efisien. Dengan demikian, maka saluran pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen yang sangat menguntungkan adalah pemasaran saluran I.

Perhitungan efisiensi pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen dimaksudkan untuk mengukur keberhasilan dalam memasarkan produk melalui beberapa saluran pemasaran. Keberhasilan dalam memasarkan produk Kelapa Gongseng ini tergantung dari pola saluran pemasaran. Efisiensi pemasaran Kelapa Gongseng merupakan salah satu aspek pemasaran dalam upaya meningkatkan peredaran Kelapa Gongseng dari produsen ke konsumen. Dalam efisiensi pemasaran Kelapa Gongseng dilihat adanya perbedaan harga yang diterima produsen sampai yang dibayarkan oleh konsumen akhir, serta kelayakan pendapatan yang diterima produsen terhadap produk kelapa gongseng yang dihasilkan. Kegiatan pemasaran produk Kelapa Gongseng

akan melalui beberapa proses diantaranya pengumpulan, pengelompokan, pendistribusian termasuk pemilihan saluran pemasaran dimana akumulasi proses ini akan menimbulkan biaya, semakin rendah biaya pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen yang ditimbulkan, maka sistem pemasaran akan semakin efisien, margin pemasaran semakin rendah. Margin pemasaran yang rendah akan meningkatkan pendapatan produsen serta harga Kelapa Gongseng yang relatif murah bagi konsumen.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada usaha Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen dapat disimpulkan bahwa Saluran Pemasaran Kelapa Gongseng di Desa Cot Puuk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen Sebanyak dua Saluran yaitu: saluran pemasaran I (produsen - pedagang pengecer - konsumen akhir), dan saluran II (produsen - Agen - pedagang pengecer - konsumen akhir). Saluran pemasaran Kelapa Gongseng yang memiliki tingkat nilai efisiensi terkecil dan paling efisien adalah saluran pemasaran I sebesar 10,09 % dengan biaya pemasaran sebesar Rp.655,81/kg dan nilai efisiensi terbesar pada saluran pemasaran II sebesar 10,50% dengan biaya pemasaran sebesar Rp.682,48/kg.

Referensi

- Arianty, N., & Masyhura, M. (2019, October). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 257-264).
- Asmawati, A., Arpi, N., Muhammadar, M., & Murlida, E. (2021, December). Peningkatan Kualitas dan Kuantitas Produk Olahan Kelapa U Neulheu (Kelapa Sangrai Giling) sebagai Bumbu Masakan Khas Aceh. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 191-198).
- Kuswanto, K. (2012). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Pengolahan Produk Turunan Kelapa Di Provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 1(3), 209-216.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, N. K., Rahmawati, R., Syamsuddin, S., & Ruslan, R. (2019). Daya Hambat Ekstrak Etanol Sabut Kelapa (*Cocos Nucifera* Linn) Terhadap Pertumbuhan *Staphylococcus aureus* DAN *Escherichia coli* PADA TAHU. *Jurnal Kimia Mulawarman*, 17(1), 45-51.