

ANALISIS KINERJA PEMASARAN KELAPA MUDA DI KOTA MATARAM

Marketing Performance Analysis Of Coconut Business In Mataram City

Silviana Alamsyah^{1*}, Tajidan², Lalu Sukardi³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

^{2,3}Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

Email: Silvianaalamsyah1501@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Mengetahui volume penjualan kelapa muda di Kota Mataram. (2). Menganalisis keuntungan dan profitabilitas kelapa muda di Kota Mataram. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan unit analisis yaitu pedagang kelapa muda murni dan kelapa muda campuran di Kota Mataram. Pemilihan daerah sampel menggunakan “*Purposive Sampling*” dengan daerah yang banyak terdapat pedagang kelapa muda. Pemilihan responden ditentukan sebanyak 40% dari populasi (40 pedagang kelapa muda) sebanyak 16 responden. Analisis data yang digunakan yaitu analisis keuntungan dan profitabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) rata-rata volume pembelian pedagang kelapa muda sebesar 225 butir per pekan dan rata-rata volume penjualan pedagang kelapa muda murni sebesar 123 butir per pekan sedangkan rata-rata volume penjualan kelapa muda campuran sebesar 102 butir per pekan. (2) Rata-rata keuntungan kelapa muda murni di Kota Mataram sebesar Rp. 547.047,08 per pekan dan untuk kelapa muda campuran sebesar Rp 470.135,24 per pekan sehingga total keuntungan sebesar Rp 1.017.182,32. Adapun rata-rata profitabilitas yang didapatkan adalah sebesar 79,95 % untuk kelapa muda murni dan 44,44% untuk kelapa muda campuran artinya nilai tersebut lebih besar dari suku bunga bank sebesar 2,50% artinya lebih menguntungkan malakukan usaha kelapa muda dibandingkan dengan menyimpan uang di bank.

Kata Kunci: Kinerja Pemasaran;Volume Penjualan;Keuntungan; Profitabilitas; Kelapa Muda

ABSTRACT

This study aims to: (1) determine the sales volume of coconuts in the city of Mataram. (2). Analyzing the profits and profitability of coconuts in Mataram City. The method used in this study is a descriptive method with the unit of analysis, namely traders of pure coconut and mixed coconut in Mataram City. The selection of sample areas used "Purposive Sampling" with areas where there were many coconut traders. The selection of respondents was determined by 40% of the population (40 coconut traders) as many as 16 respondents. Analysis of the data used is the analysis of profit and profitability. The results showed that: (1) the average sales volume of coconut traders was 225 grain and the average sales volume of pure coconut traders was 123 grain while the average sales volume of mixed coconuts was 102 grain. (2) The average profit of pure coconut in Mataram City is Rp. 547,047.08 per week and for mixed coconut is Rp. 470,135.24 per

week so that the total profit is Rp. 1,017,182.32. The average profitability obtained is 79.95% for pure coconuts and 44.44% for mixed coconuts, meaning that this value is greater than the bank interest rate of 2.50%, meaning that it is more profitable to do coconut business compared to save money in the bank.

Keywords: Marketing Performance; Sales Volume; Profit; Profitability; Coconut

PENDAHULUAN

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah penghasil kelapa, menurut gambar 1.1. Pada tahun 2015 total produksi kelapa sebanyak 48,82 ribu ton dan mengalami peningkatan di tahun 2016 namun di tahun 2017 produksi kelapa NTB mengalami penurunan sebanyak 30,9%, setelah itu pada tahun 2018 dan 2019 mengalami peningkatan yang tidak begitu signifikan namun pada tahun 2020 dan 2021 produksi kelapa kembali mengalami peningkatan yang cukup tinggi yaitu sebesar 10 ribu ton. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa Pulau Lombok memiliki potensi yang besar dalam pengembangan komoditas kelapa. Berdasarkan data jumlah produksi kelapa mengalami peningkatan produksi disetiap tahunnya di Pulau Lombok yang terdiri dari 4 Kabupaten yaitu Kabupaten Lombok Barat, Lombok Utara, Lombok Timur, dan Kota Mataram sebesar 46,35 ribu ton pada tahun 2021 (BPS NTB, 2022).

Kota Mataram merupakan penghasil kelapa terendah di Pulau Lombok. Meskipun demikian Kota Mataram adalah daerah yang memiliki permintaan kelapa yang cukup tinggi terutama pada permintaan kelapa muda dapat dilihat dari banyaknya pedagang kelapa muda di Kota Mataram, untuk memenuhi permintaan kelapa muda pedagang kelapa muda di Kota Mataram biasanya membeli kelapa muda di pengepul yang sebelumnya diambil langsung dari petani yang berada di luar daerah yang memiliki tingkat produksi kelapa muda yang tinggi. Pedagang kelapa muda pada umumnya memasarkan kelapa muda dengan dua cara yaitu dijual satuan/perbutir dan dijual dalam bentuk minuman olahan.

Menurut Pelham dalam Anjas (2007) menyebutkan tiga indikator dari kinerja pemasaran yaitu efektifitas perusahaan, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan keuntungan relatif dalam penelitiannya juga menduga ada hubungan yang signifikan antara orientasi pasar dengan efektifitas perusahaan dan pertumbuhan penjualan yang pada akhirnya akan meningkatkan pertumbuhan keuntungan. Total keuntungan akan semakin besar dapat diperoleh dengan meningkatkan volume penjualan. Keberhasilan pemasaran juga dapat dilihat dari seberapa besar volume suatu barang diperjualbelikan di pasar.

Tidak tersedianya produksi kelapa muda di Kota Mataram menyebabkan penjual harus mengambil stok kelapa muda dari daerah lain. Hal ini menyebabkan saluran pemasaran kelapa muda semakin panjang sehingga akan menambah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang kelapa muda semakin besar terutama biaya transportasi dan biaya tambahan lainnya. Selain itu karena pesatnya pedagang kelapa muda di Kota Mataram membuat persaingan pedagang kelapa muda di Kota Mataram semakin ketat hal ini akan berdampak pada jumlah konsumen dan

mengurangi volume penjualan maka dari itu diperlukan kinerja pemasaran yang tepat untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi sehingga dapat menutupi biaya yang dikeluarkan sebelumnya oleh pedagang.

Pesatnya pedagang kelapa muda di Kota Mataram tentu memunculkan banyak pertanyaan dari masyarakat tentang pemasaran, pendapatan maupun keuntungan yang dihasilkan oleh pedagang kelapa muda. Kinerja pemasaran yang baik dapat ditunjukkan dari volume penjualan. Semakin besar volume penjualan maka kinerja pemasaran baik dan sebaliknya kinerja pemasaran yang buruk ditandai dengan volume penjualan yang kecil. Kinerja pemasaran sangat penting dikaji karena dapat diketahui sejauh mana prestasi pasar yang telah diraih, sejauh mana pangsa pasar yang didapatkan dalam sebuah strategi pemasaran. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang kinerja pemasaran dengan judul “**Analisis Kinerja Pemasaran Kelapa Muda Di Kota Mataram**”. Dengan tujuan penelitian sebagai berikut: (1) Mengetahui volume penjualan kelapa muda di Kota Mataram. (2) Menganalisis Kinerja Pemasaran kelapa Muda di Kota Mataram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu metode yang bertujuan pada pemecahan masalah yang ada sekarang dengan mengumpulkan data, menyusun, menganalisa, dan menginterpretasikan data-data yang akhirnya menarik kesimpulan (Nazir,2014). Unit analisis dalam penelitian ini adalah pedagang kelapa muda murni dan kelapa muda campuran di Kota Mataram. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi. Teknik penentuan lokasi pada penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling* atau sengaja, yaitu memilih daerah yang banyak terdapat pedagang kelapa muda. Daerah tersebut adalah Kecamatan Sekarbela, Kecamatan Mataram dan Kecamatan Ampenan. Responden dalam penelitian ini pedagang kelapa muda murni dan kelapa muda campuran di Kota Mataram. Penentuan jumlah responden ditentukan sebanyak 40% dari populasi (40 pedagang kelapa muda) yaitu sebanyak 16 responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini meliputi data kualitatif dan data kuantitatif, dengan sumber data penelitian yaitu data primer dan data sekunder.

Adapun analisis data yang sesuai dengan tujuan penelitian yakni sebagai berikut :

1. Analisis Volume Penjualan

Volume penjualan dapat diketahui dengan menjumlahkan volume kelapa muda yang terjual atau volume penjualan yang dimaksud adalah banyaknya butir kelapa yang terjual pada kelapa muda murni dan banyaknya bungkus yang terjual pada kelapa muda campuran pada pedagang kelapa muda

2. Keuntungan dan Profitabilitas

Menurut Soekartawi dalam Mugiono et al (2016) keuntungan adalah selisih antara penerimaan (pendapatan kotor) dengan semua biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha. menghitung keuntungan menggunakan rumus berikut, Rumus:

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan :

- Π = Keuntungan
TR = Total Penerimaan
TC = Total Biaya

Untuk mengetahui satuan dari kinerja pemasaran digunakan rumus Profitabilitas seperti dibawah ini :

$$\text{Profitabilitas} = \text{ML/MB} \times 100\%$$

Keterangan :

- ML = Margin Laba
MB = Margin Biaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pedagang kelapa muda yang dibahas dalam penelitian ini meliputi usia reponden, tingkat pendidikan responden, jumlah tanggungan keluarga, dan pengalaman berusaha yang disajikan pada Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Usaha Kelapa Muda di Kota Mataram Tahun 2022

No	Uraian	Nilai	Persentase (%)
1	Kisaran umur responden (Tahun) :		
	a. 22-31	3	18,75
	b. 32-41	10	62,50
	c. \geq 42	3	18,75
Jumlah Responden		16	100,00
Rata-rata Umur		36	
2	Tingkat pendidikan (Orang) :		
	a. Tidak Sekolah	1	6,25
	b. Tamat SD	8	50,00
	c. Tamat SMP	5	31,25
	d. Tamat SMA	2	12,50
	e. Perguruan Tinggi	0	0,00
Jumlah Responden		16	100,00
3	Jumlah anggota keluarga (Orang) :		
	a. \leq 2	2	12,50
	b. 3-4	9	56,25
	c. \geq 5	5	31,25
Jumlah Responden		16	100,00
Rata-rata		4	

Lanjutan Tabel 1.

4	Pengalaman Berusaha (Tahun) :		
	a. 1-5	10	62,50
	b. 6-10	3	18,75
	c. > 10	3	18,75
Jumlah Responden		16	100,00
Rata-rata		6	

1. Usia Responden

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata usia responden di Kota Mataram adalah 36 tahun dari seluruh jumlah responden yang terdiri dari 18,75% untuk kisaran usia 22-31 tahun, 62,50% untuk kisaran usia 32-41 tahun dan 18,75% untuk kisaran usia ≤ 42 . Maka dari hasil penelitian dari segi usia, responden di Kota Mataram tergolong pada usia produktif yang artinya secara fisik dan produktivitas kerja mempunyai kemampuan dalam bekerja dengan baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

2. Tingkat Pendidikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sebagian besar responden Pendidikan SD sebanyak 8 orang atau 50% diikuti tamat SMP sebanyak 5 orang atau 31,25%, diikuti tamat SMA sebanyak 2 orang atau 12,50%, dan diikuti dengan jumlah yang Tidak Sekolah sebanyak 1 orang atau 6,25%. Sehingga dapat dinyatakan bahwa tingkat pendidikan yang ditempuh oleh pelaku pedagang kelapa muda di Kota Mataram termasuk dalam kategori kurang baik.

3. Jumlah Anggota Keluarga

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata jumlah anggota keluarga responden di Kota Mataram adalah 4 orang. Jumlah anggota keluarga responden kisaran umur kurang dari 2 orang sebanyak 2 responden atau 12,50%, untuk jumlah anggota kisaran 3-4 orang sebanyak 9 responden atau 56,25%, dan untuk jumlah anggota keluarga ≤ 5 orang sebanyak 5 orang responden atau 31,25% dari total seluruh responden. Jumlah anggota keluarga responden termasuk dalam kategori keluarga berukuran sedang.

4. Pengalaman Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman berusaha responden kisaran 1-5 tahun yaitu berjumlah 10 orang atau 62,50%, kisaran 6-10 tahun sebanyak 3 orang atau 18,75% diikuti dengan pengalaman usaha ≤ 10 tahun sebanyak 3 orang atau 18,75%.

Struktur Biaya Pedagang Pengecer Kelapa Muda

1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran kelapa muda merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk membiayai bahan baku kelapa muda dan biaya-biaya lainnya dalam satu pekan atau dua kali pengambilan kelapa muda pada supliyer. Biaya pemasaran merupakan total dari seluruh biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan selama proses penjualan pada usaha kelapa muda yang berlangsung selama satu pekan atau dua kali pengambilan kelapa muda. Biaya ini meliputi; biaya variabel

(biaya bahan baku, biaya bahan penolong dan biaya bahan pendukung) dan biaya tetap (biaya penyusutan alat) disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Biaya Pemasaran Usaha Kelapa Muda Murni di Kota Mataram per Periode Pembelian.

No	Uraian	Jumlah Fisik	Harga (Rp/unit satuan)	Nilai (Rp)
1.	Jumlah Biaya Variabel (Rp)	123	5000	683.344
2.	Jumlah Biaya Tetap (Rp)			859,17
3.	Jumlah Biaya Pemasaran(Rp)			684.202,91

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022.

Tabel 2. menunjukkan bahwa rata-rata total biaya pemasaran yang digunakan responden usaha kelapa muda murni di Kota Mataram yaitu sebesar Rp 684.202,91 per pekan. Dimana biaya tersebut meliputi rata-rata biaya variabel (biaya bahan baku, biaya penolong dan biaya pendukung) yaitu sebesar Rp683.344 per pekan dan rata-rata biaya tetap (biaya penyusutan alat) yaitu sebesar Rp 859,17 per pekan.

Tabel 3. Rata-rata Biaya Pemasaran Usaha Kelapa Muda Campuran di Kota Mataram per Periode Pembelian.

No	Uraian	Jumlah Fisik	Harga (Rp/unit satuan)	Nilai (Rp)
1.	Jumlah Biaya Variabel (Rp)	102	5000	1.055.123,44
2.	Jumlah Biaya Tetap (Rp)			2.886,32
3.	Jumlah Biaya pemasaran (Rp)			1.057.989,76

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Tabel 3. menunjukkan bahwa rata-rata total biaya pemasaran yang digunakan responden usaha kelapa muda campuran di Kota Mataram yaitu sebesar Rp 1.057.989,76 per pekan. Dimana biaya tersebut meliputi rata-rata biaya variabel (biaya bahan baku, biaya penolong dan biaya pendukung) yaitu sebesar Rp 1.055.123,44 per pekan, dan rata-rata biaya tetap (biaya penyusutan alat) yaitu sebesar Rp 2.886,32 per pekan.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya keseluruhan yang dikeluarkan responden pedagang kelapa muda, yang besar kecilnya berpengaruh langsung terhadap usaha kelapa muda seperti : biaya kelapa muda, sirup, gula aren, gula pasir, susu, jeruk nipis, es batu, sedotan, plastik, kresek. Berdasarkan tabel 4.5 dan 4.6. biaya variabel merupakan komponen terbesar dari biaya produksi usaha Kelapa muda yaitu sebesar Rp 684.202,91 per pekan untuk kelapa muda murni dan Rp 1.057.989,76 per pekan untuk kelapa muda campuran.

Tabel 4. Rata-rata Biaya Variabel yang Dikeluarkan Dalam Satu Priode atau Satu kali Pembelian Kelapa Muda Di Kota Mataram (kelapa muda campuran)

No	Uraian	Jumlah Fisik	Harga (Rp/unit)	Nilai (Rp)
1	Kelapa Muda (btr)	102	5000	509.375
2	Biaya Bahan Penolong:			
	a. Sirup (Btl)	9,06	17.827,59	161.562,50
	b. Gula Aren (Btg)	7,56	11.000,00	83.187,50
	c. Gula pasir (Kg)	4,94	14.322,79	70.718,75
	d. Susu (Klg)	5,56	67.812,50	67.812,50
	e. Jeruk nipis (Btr)	6,94	747,75	5.187,50
	f. Es Batu (Bngks)	61,13	1000	61.125,00
	Total Biaya Bhn Penolong			449.593,75
3	Biaya bahan pendukung:			
	a. Plastik	302,81	197,96	59.943,75
	b. Sedotan	302,81	52,59	15.923,44
	c. Kresek	161,25	125,81	20.287,50
	Total Biaya Bhn Pendukung			96.154,69
	Total Biaya Variabel			1.055.123,44

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Pada Tabel 4. menjelaskan bahwa komponen biaya variabel yang dikeluarkan ialah biaya bahan baku, biaya bahan penolong dan biaya bahan pendukung. Biaya bahan baku yang dimaksud adalah kelapa muda, dan bahan penolong dan pendukung pada penjualan kelapa muda campuran meliputi:

a) Kelapa muda

Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan kelapa muda untuk kelapa muda campuran, harga, dan biaya yang dikeluarkan untuk satu pekan dalam penelitian ini adalah sebesar 102 butir per pekan, dengan harga yang dikeluarkan sebesar Rp 5000 per butir. Selanjutnya untuk biaya yang dikeluarkan dalam satu pekan sebesar Rp 509.375.

b) Sirup

Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan sirup, harga, dan biaya untuk satu pekan dalam penelitian ini adalah 9,06 botol, dengan harga yang dikeluarkan sebesar Rp 17.827,59/kaleng. Selanjutnya untuk biaya yang dikeluarkan dalam satu pekan ialah sebesar Rp 161.562,50.

c) Gula Aren

Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan gula aren, harga, dan biaya untuk satu pekan dalam penelitian ini ialah 7,56 buah, dengan harga yang dikeluarkan sebesar Rp 11.000/ buah. Selanjutnya untuk biaya yang dikeluarkan dalam satu pekan ialah sebesar Rp 83.187,50

d) Gula pasir

Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan gula pasir, harga, dan biaya untuk satu pekan dalam penelitian ini ialah 4,94 Kg, dengan harga yang dikeluarkan sebesar Rp 14.322,79/Kg. Selanjutnya untuk biaya yang dikeluarkan dalam satu pekan sebesar Rp 70.718,75.

e) Es batu

Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan es batu, harga, dan biaya untuk satu pekan dalam penelitian ini ialah 61,13 bungkus, dengan harga yang dikeluarkan sebesar Rp 1000/bungkus. Selanjutnya untuk biaya yang dikeluarkan dalam satu pekan sebesar Rp 61.125,100.

f) Jeruk nipis

Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan jeruk nipis, harga, dan biaya Goreng untuk satu pekan dalam penelitian ini ialah 6,94 butir, dengan harga yang dikeluarkan sebesar Rp 747,75/butir. Selanjutnya untuk biaya yang dikeluarkan dalam satu pekan sebesar Rp 5.187,50

g) Plastik

Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan plastik, harga, dan biaya untuk satu pekan dalam penelitian ini ialah 303 pcs, dengan harga yang dikeluarkan sebesar Rp 197,96/pcs. Selanjutnya untuk biaya yang dikeluarkan dalam satu pekan sebesar Rp 59.943,75

h) Kresek

Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan kresek, harga, dan biaya untuk satu pekan dalam penelitian ini ialah 161 pcs, dengan harga yang dikeluarkan sebesar Rp 125,81/ pcs. Selanjutnya untuk biaya yang dikeluarkan dalam satu pekan sebesar Rp 20.287,50

i) Sedotan

Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan sedotan, harga, dan biaya untuk satu pekan dalam penelitian ini ialah 303 pcs, dengan harga yang dikeluarkan sebesar Rp 52,59/pcs. Selanjutnya untuk biaya yang dikeluarkan dalam satu pekan sebesar Rp 15.923,44.

j) Susu

Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan susu, harga, dan biaya untuk satu pekan dalam penelitian ini ialah 5,56/kaleng, dengan harga yang dikeluarkan sebesar Rp 12.191,01/kaleng. Selanjutnya untuk biaya yang dikeluarkan dalam satu pekan sebesar Rp 67.812,50.

Dari biaya variable tersebut, biaya variable terbesar adalah untuk pembelian bahan baku kelapa muda yaitu rata-rata sebesar Rp 509.375 per pekan. Sementara itu, rata-rata biaya bahan pendukung sebesar Rp 96.154,69 per pekan dan total biaya variable yaitu sebesar Rp 1.055.123,44/ per pekan.

Tabel 5. Rata-rata Biaya Variabel yang Dikeluarkan Dalam Satu Periode Pembelian Usaha Kelapa Muda di Kota Mataram

No	Uraian	Jumlah Fisik	Harga (Rp/unit)	Nilai (Rp)
1.	Kelapa Muda	123	5000	615.625,00
2.	Biaya Bahan Pendukung:			
	a .plastik(pcs)	123	400	49.250
	b. kresek (pcs)	123	150	18.469
	Total Biaya Variabel			684.202,91

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022.

Pada Tabel 5. menjelaskan bahwa komponen biaya variabel yang dikeluarkan ialah biaya bahan bak dan biaya bahan pendukung untuk kelapa muda

murni. Biaya bahan baku dimaksud adalah kelapa muda, sedangkan bahan pendukung pada penjualan kelapa muda murni meliputi: plastik dan kresek. Adapun biaya untuk 123 butir kelapa muda sebesar Rp 615.625 per pekan dengan harga satuan kelapa muda sebesar Rp 5000. Sedangkan untuk biaya bahan pendukung mengeluarkan biaya untuk 123 pcs plastik sebesar Rp 49.250 per pekan dengan harga satuannya yaitu Rp 400 per pcs, dan untuk 123 kresek mengeluarkan biaya sebesar Rp 18.469 perpekan dengan harga satuannya yaitu Rp 150 per pcs. Sehingga total biaya variable untuk kelapa muda murni sebesar Rp 684.202,91 per pekan.

3. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan responden usaha kelapa muda yang besar kecilnya tidak mempengaruhi usaha kelapa muda atau tidak berhubungan langsung dengan usaha kelapa muda. Biaya tetap yang dikeluarkan pedagang pengecer kelapa muda biaya penyusutan alat. Rata-rata biaya penyusutan alat yang dikeluarkan pedagang kelapa muda per pekan disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Rata-rata Biaya Penyusutan alat yang dikeluarkan dalam satu periode pembelian.

No.	Uraian	Nilai Penyusutan Alat (Rp/pekan)	
		Kelapa Muda Murni	Kelapa Muda Campuran
1	Gerobak	697,52	697,52
2	Rombong es	0,00	305,45
3	Meja Jualan	0,00	18,88
4	Meja	0,00	157,55
5	Kursi	0,00	441,19
6	Payung	69,20	69,20
7	Gelas	0,00	711,00
8	Sendok	0,00	88,97
9	Toples	0,00	143,82
10	Ember	0,00	54,04
11	Parang	48,83	48,83
12	Teko	43,62	43,62
13	Botol	0,00	86,26
Jumlah		859,17	2866,32

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022.

Pada Tabel 6. menjelaskan bahwa komponen biaya tetap yang dikeluarkan ialah alat-alat yang digunakan dalam proses penjualan kelapa muda baik kelapa muda murni maupun kelapa muda campuran. Biaya tetap yang dimaksud meliputi: Gerobak, rombong es, meja jualan, meja, kursi, payung, gelas, sendok, toples, ember, parang, teko, botol. Dari biaya tetap tersebut ada beberapa biaya tetap yang di gunakan untuk dua jenis penjualan kelapa tersebut yaitu seperti gerobak, payung, parang dan juga teko. Rata-rata biaya tetap untuk kelapa muda murni

sebesar Rp 859,17 per pekan, sedangkan rata-rata untuk kelapa muda campuran sebesar Rp 2866,32 per pekan.

Analisis Volume Penjualan kelapa muda

Volume penjualan dimaksud dalam penelitian ini adalah banyaknya jumlah kelapa muda yang dapat dijual oleh pedagang kelapa muda di Kota Mataram. Berdasarkan hasil penelitian, pedagang kelapa muda di Kota Mataram membeli kelapa muda dari supliyer rata-rata sebanyak 225 butir per pekan dengan kisaran 100-500 butir kelapa muda per pekan.

Pedagang kelapa muda di Kota Mataram menjual kelapa muda kepada konsumen akhir dengan dua bentuk penjualan, yaitu: kelapa muda murni dan kelapa muda campuran. Kelapa muda murni adalah kelapa utuh yang dijual langsung dalam bentuk butir atau dipecah untuk diambil air dan daging kelapanya lalu dimasukkan ke dalam plastik sedangkan kelapa muda campuran yaitu minuman kelapa muda yang dicampur dengan berbagai macam varian rasa sirup dan juga tambahan bahan lain seperti gula, susu, es batu dan lain sebagainya yang dijual dalam bentuk bungkus. Rata-rata volume penjualan pedagang kelapa muda di Kota Mataram dalam bentuk penjualan kelapa muda murni sebanyak 123 butir per pekan dengan kisaran 40-260 butir kelapa muda per pekan. Adapun rata-rata harga jual kelapa muda murni sebesar Rp 10.000,- per butir.

Selanjutnya, rata-rata penjualan untuk kelapa muda campuran sebanyak 102 butir per pekan dengan kisaran 30-240 butir per pekan. Penjualan dalam bentuk kelapa muda campuran dilakukan dengan cara menjualnya dalam bentuk bungkus dimana setiap butir kelapa muda menghasilkan tiga bungkus kelapa muda campuran dengan harga Rp 5.000,- per bungkus, sehingga satu butir kelapa muda bernilai Rp 15.000,- per butir. Walaupun harga jual per butir menjadi relatif tinggi, namun penjualan dalam bentuk kelapa muda campuran terdapat tambahan biaya bahan penolong seperti sirup dalam berbagai rasa, susu, gula aren dan gula pasir, es batu, jeruk nipis dan bahan pendukung seperti plastic, sedotan dan kresek.

Keuntungan dan Profitabilitas Usaha Pemasaran Kelapa Muda di Tingkat Pengecer per Periode Pembelian

Keuntungan merupakan selisih dari total penerimaan dikurangi dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan. Sedangkan Profitabilitas adalah laba dibagi dengan biaya dikali 100%. Hasil analisis keuntungan dan profitabilitas usaha pemasaran kelapa muda di Kota Mataram disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Rata-rata Keuntungan dan Profitabilitas Usaha Kelapa Muda per Periode di Kota Mataram, 2022.

No.	Uraian	Nilai per Pekan	
		Kelapa Muda Murni	Kelapa Muda Campuran
1	Jumlah Kelapa Muda (btr)	123	102

Lanjutan Tabel 7.

2	Harga Beli (Rp/btr)	5000,00	5000
3	Nilai Pembelian (Rp)	615625,00	509375,00
4	Harga Jual (btr)	10000,00	15000,00
5	Nilai Penjualan (Rp)	1231250,00	1528125,00
6	Biaya-Biaya (Rp):		
	- Biaya Pembelian Kelapa Muda (Rp)	615625,00	509375,00
	- Biaya Pemasaran (Rp)	67718,75	545748,44
	- Penyusutan Alat (Rp)	859,17	2866,32
7	Total Biaya (Rp)	684202,92	1057989,76
8	Laba (Rp)	547047,08	470135,24
9	Profitabilitas (%) $(8 / 7) \times 100\%$	79,95	44,44

Sumber : Data Primer Diolah, 2022.

1. Keuntungan Usaha Pemasaran Kelapa Muda per Periode Pembelian

Tabel 7. menjelaskan bahwa besar penjualan yang dihasilkan oleh pedagang kelapa muda yaitu sebesar 102 butir Kelapa muda murni dalam satu pekan, dengan harga beli sebesar Rp 5000/butir sehingga mengeluarkan biaya untuk pembelian kelapa muda sebesar Rp 615.625 per pekan. Kemudian nilai penerimaan yang didapatkan yaitu sebesar Rp. 1.231.150 per pekan diperoleh dari harga jual sebesar Rp. 10.000 dikali dengan banyaknya butir kelapa muda yang terjual. Untuk penjualan kelapa muda murni mengeluarkan biaya-biaya yaitu biaya pembelian kelapa muda, biaya pemasaran dan juga penyusutan alat sehingga mengeluarkan total biaya sebesar Rp 684.202,92 per pekan. Pedagang kelapa muda menerima laba yang diperoleh dari penerimaan dikurangi dengan biaya pemasaran yaitu sebesar Rp 547047,08 per pekan.

Tabel 7. menjelaskan bahwa besar penjualan yang dihasilkan oleh pedagang kelapa muda yaitu sebesar 102 butir untuk Kelapa muda campuran dalam satu pekan, dengan harga beli sebesar Rp 5000/butir sehingga mengeluarkan biaya untuk pembelian kelapa muda sebesar Rp 509.375 per pekan. Kemudian nilai penerimaan yang didapatkan yaitu sebesar Rp. 1.528.125 per pekan diperoleh dari harga jual kelapa muda campuran sebesar Rp. 15.000 di kali dengan banyaknya butir kelapa muda yang terjual, untuk kelapa muda murni biasanya pedagang menjual dalam bentuk bungkus dengan harga Rp 5000/bungkus sehingga jika dihitung perbutir menjadi Rp 15.000 . Untuk penjualan kelapa muda murni mengeluarkan biaya-biaya yaitu biaya pembelian kelapa muda, biaya pemasaran dan juga penyusutan alat sehingga mengeluarkan total biaya sebesar Rp 1.057.989,76 per pekan Pedagang kelapa muda menerima laba yang diperoleh dari penerimaan dikurangi dengan biaya pemasaran yaitu sebesar Rp 470.135,24 per pekan.

Rata-rata total penerimaan yang diterima pedagang kelapa muda untuk kelapa muda murni dan kelapa muda campuran per pekan adalah sebesar Rp 2.759.375,00, sedangkan total biaya yang dikeluarkan pedagang kelapa muda untuk dua jenis kelapa muda tersebut sebesar Rp 1.742.192,67 sehingga

memperoleh laba atau keuntungan untuk kedua jenis kelapa muda yaitu kelapa muda murni dan kelapa muda campuran yaitu sebesar Rp 1.017.182,33 per pekan atau dalam dua kali pengambilan kelapa muda..

2. Profitabilitas Usaha Pemasaran Kelapa Muda

Keuntungan usaha dipengaruhi oleh besarnya volume penjualan, harga produk yang berlaku pada saat penjualan dan besarnya biaya yang dikeluarkan. Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba merupakan suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana pedagang mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Nilai profitabilitas menjadi norma ukuran bagi kesehatan pedagang.

Berdasarkan Tabel .. menjelaskan bahwa rata-rata profitabilitas yang didapatkan dari laba dibagi biaya yaitu sebesar 44,44% untuk kelapa muda campuran dan 79,95% untuk kelapa muda murni. Nilai yang dihasilkan sebesar 44,44% dan 79,95% lebih besar dari suku bunga bank Mandiri sebesar 2,30%, 2,88% suku bunga bank Cibi Niaga, 3,13 suku bunga bank Bukopin dan 2,25 suku bunga bank BRI. Artinya bahwa nilai 44,34% dan 81,01% lebih menguntungkan melakukan usaha kelapa muda dibandingkan dengan menyimpan uang di bank. Nilai profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa usaha Kelapa Muda di Kota Mataram menguntungkan untuk diusahakan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada hasil dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Volume pembelian oleh pedagang kelapa muda ke pengecer adalah sebesar 225 butir per pekan dengan kisaran 100-500 butir kelapa muda sedangkan volume penjualan pedagang kelapa muda untuk kelapa muda murni atau kelapa utuh yaitu sebesar 123 butir per pekan dengan kisaran 40-260 butir kelapa muda dan untuk volume penjualan kelapa muda campuran atau kelapa muda yang telah dicampur dengan berbagai macam bahan yaitu sebesar 102 butir per pekan dengan kisaran 30-240 butir kelapa muda
2. Rata-rata keuntungan pedagang kelapa muda murni di Kota Mataram sebesar Rp 547.047,08 per pekan dan untuk kelapa muda campuran sebesar Rp470.135,24 per pekan, sehingga total keuntungan yang di hasilkan pedagang kelapa muda sebesar Rp 1.017.182,33 per pekan. Adapun rata-rata profitabilitas pedagang pengecer yang di dapatkan adalah sebesar 79,95 % untuk kelapa muda murni dan 44,44% untuk kelapa muda campuran artinya nilai tersebut lebih besar dari suku bunga bank mandiri sebesar 2,50%, 2,88% suku bunga bank Cibi Niaga, 3,13 suku bunga bank Bukopin dan 2,25 suku bunga bank BRI, artinya lebih menguntungkan melakukan usaha kelapa muda dibandingkan dengan menyimpan uang di bank

Saran

1. Pedagang Pengecer menurunkan harga kelapa muda murni karna harga yang ditetapkan cukup tinggi.
2. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji tentang nilai tambah dari kelapa muda tersebut, dikarenakan kelapa muda merupakan suatu bahan baku yang dapat diolah menjadi berbagai macam produk olahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Mataram, 2022. Data Produksi Kelapa.
- Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Barat, 2022. Data Produksi dan Luas Lahan.
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Soekartawi, 2006. Analisis Usahatani. Jakarta. UI-Press. 110 hal.
- Sugiyarti G, Ardyan E. (2017). Market Sensing Capability and Product Innovation Advantages in Emerging Markets: The Case of Market Entry Quality and Marketing Performance of Batik Industry in Indonesia. *DLSU Business & Economics Review* 27(1): 1-12.

