

**ANALISIS PROFITABILITAS DAN PEMASARAN VCO (*VIRGIN COCONUT OIL*)
DI KECAMATAN TANJUNG KABUPATEN LOMBOK UTARA
Analysis of Profitability and Marketing of Virgin Coconut Oil (VCO) in Tanjung
District, North Lombok Regency
(Year:2023)**

Wahyu Bintiopani*, Nurtaji Wathoni**, M. Yusuf**

*Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

**Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis tingkat profitabilitas usaha VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung, Kabupaten Lombok Utara. (2) Menganalisis pemasaran VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung, Kabupaten Lombok Utara.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Tanjung, Kabupaten Lombok Utara. Unit analisis merupakan usaha VCO (*Virgin Coconut Oil*) yang berada di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara. Responden dalam penelitian ini adalah responden (perajin) yang mengusahakan agroindustri VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung, Kabupaten Lombok Utara. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Sumber data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik survey yaitu wawancara tatap muka dengan responden. Analisis data menggunakan analisis keuntungan, dan analisis profitabilitas.

Hasil penelitian menyatakan bahwa: (1). Profitabilitas usaha agroindustri VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara sebesar 59,09%. Nilai tersebut lebih besar dari persentase bunga deposito yang diterapkan oleh rata-rata Bank Pemerintah Indonesia yaitu berkisar 2,25% - 3,50% per bulan. Artinya bahwa usaha agroindustri VCO layak untuk dijalankan karena persentase keuntungan yang didapatkan lebih besar dibandingkan persentase laba menabung di bank. Tingginya nilai profitabilitas berarti bahwa usaha produksi VCO dapat dikatakan menguntungkan dan layak untuk diusahakan. (2). Pemasaran VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara termasuk tidak efisien, hal ini di tinjau dari indikator sahare produsen sebesar $31,11\% < 60\%$, dan distribusi keuntungan sebesar $0,03 < 0,5$ yang artinya pemasaran produk VCO tidak adil.

Kata Kunci : VCO (*Virgin Coconut Oil*), Profitabilitas, dan Pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to: (1) Analyze the level of profitability of the VCO business (*Virgin Coconut Oil*) in Tanjung District, North Lombok Regency. (2) Analyzing VCO marketing (*Virgin Coconut Oil*) in Tanjung District, North Lombok Regency.

This research uses a descriptive method. The research was conducted in Tanjung District, North Lombok Regency. The unit of analysis is the VCO effort (*Virgin Coconut Oil*) located in Tanjung District, North Lombok Regency. Respondents in this study were respondents (craftsmen) who worked on VCO agroindustry (*Virgin Coconut Oil*) in Tanjung District, North Lombok Regency. The types of data used are quantitative data and qualitative data. The data sources used are primary data and secondary data. Data collection techniques were carried out using survey techniques, namely face-to-face interviews with respondents. Data analysis using profit analysis and profitability analysis.

The research results state that: (1). Profitability of VCO agroindustry (*Virgin Coconut Oil*) in Tanjung District, North Lombok Regency by 59.09%. This value is higher than the deposit interest percentage applied by the average Indonesian Government Bank, which is around 2.25% - 3.50% per month. This means that the VCO agro-industry business is feasible to run because the profit percentage obtained is greater than the profit percentage from saving at the bank. The high value of profitability means that the VCO production business can be said to be profitable and feasible to work on. (2). VCO Marketing (*Virgin Coconut Oil*) in Tanjung District, North Lombok Regency, is considered inefficient, this is seen from the indicator of

producer share of 31.11% <60%, and profit distribution of 0.03 <0.5 which means that the marketing of VCO products is unfair.

Keywords : VCO (*Virgin Coconut Oil*), Profitability, and Marketing.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu Negara penghasil kelapa yang cukup potensial di dunia, khususnya di daerah pantai. Kelapa sering disebut dengan pohon kehidupan karena semua bagian dari kelapa bisa digunakan untuk kehidupan umat manusia, Menurut (Jumiatiet al., 2013), setiap bagian dari tanaman kelapa dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan hidup sehari-hari karena kelapa mempunyai nilai ekonomi, sosial dan budaya yang cukup tinggi.

Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu provinsi di Indonesia sebagai penghasil kelapa yang tersebar di 10 kabupaten di NTB, Kabupaten Lombok Utara salah satu wilayah penghasil buah kelapa yang cukup potensial di provinsi NTB, produksi kelapa di Kabupaten Lombok Utara meliputi buah kelapa, bagian dari kelapa yang di gunakan masyarakat diantaranya untuk membuat janur pada saat acara keagamaan, dan daun kelapa yang di gunakan untuk membuat atap rumah. Buah kelapa yang umumnya di gunakan masyarakat sebagai kebutuhan sehari-hari dapat di olah menjadi minyak kelapa, kue putu, santan kelapa, kue lapis, kue dadar gulung, *nata de coco*, dan masih banyak lagi yang dapat diolah menggunakan bahan kelapa. VCO adalah minyak kelapa murni yang dibuat dari daging kelapa yang segar dan pengolahannya tidak menggunakan pemanasan atau pada suhu rendah (Susilowati, 2009).

Salah satu wilayah kecamatan yang ada di Kabupaten Lombok Utara penghasil VCO adalah Kecamatan Tanjung, yaitu di Desa Sokong. Melimpahnya kelapa di Kecamatan Tanjung menjadi salah satu alasan wilayah desa tersebut menjadi sentra produksi minyak kelapa murni atau VCO (Badan Pusat Statistik, 2021). Kandungan yang penting pada minyak bisa tetap dipertahankan, dan minyak mempunyai warna jernih dan juga dapat tahan selama dua tahun. Minyak kelapa murni atau VCO (*Virgin Coconut Oil*) merupakan minyak kelapa yang kadar air dan kadar lemak bebas yang kecil, baunya harum, warnanya jernih, tidak mengandung kolesterol, pada asam lauratnya juga diubah menjadi monolaurin sehingga bersifat antivirus, dan juga dapat disimpan lebih dari satu tahun lamanya. Dari nilai ekonomi minyak kelapa murni mempunyai harga jual yang tinggi dibandingkan dengan minyak kelapa biasa sehingga studi pembuatan VCO perlu dikembangkan (Susilowati, 2009).

Oleh karena itu, diperlukan pemasaran yang baik untuk mendapatkan profitabilitas yang lebih besar agar usaha agroindustri VCO layak untuk diusahakan. Melalui pemasaran yang baik dan efisien tentu saja akan mempengaruhi pengsa pasar yang sekaligus berpengaruh pada tinggi rendahnya total pendapatan pelaku usaha, demikian juga bagi lembaga pemasaran yang terlibat dalam pendistribusian produk dari produsen ke konsumen akhir. Berdasarkan uraian diatas maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul Profitabilitas dan pemasaran VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk: (1). Menganalisis tingkat profitabilitas usaha VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung, Kabupaten Lombok Utara. (2). Menganalisis pemasaran VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung, Kabupaten Lombok Utara.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian dilakukan di Desa Sokong, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Lombok Utara. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengusaha VCO (*Virgin Coconut Oil*) yang berada di Kecamatan Tanjung, Kabupaten Lombok Utara. Penentuan daerah penelitian menggunakan “*purposive sampling*” dengan pertimbangan bahwa desa tersebut merupakan satu-satunya desa yang memproduksi VCO di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan data kualitatif, sedangkan data di analisis secara deskriptif adapun rumusnya sebagai berikut:

1. Profitabilitas

Untuk mengetahui profitabilitas usaha agroindustri minyak kelapa murni (VCO) adapun rumus sebagai berikut:

$$\text{Profitabilitas} = \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Total Biaya}} \times 100\%$$

1. Untuk mengetahui Keuntungan agroindustri VCO digunakan rumus sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π = Keuntungan

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya

2. Untuk mengetahui biaya produksi VCO digunakan rumus sebagai berikut:

$$TC = FC + VC$$

Keterangan :

TC = Biaya Total Usahatani

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

3. Untuk mengetahui penerimaan produksi VCO digunakan rumus sebagai berikut:

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

TR = Total Revenue

P = Harga Jual Produk

Q = Total Produksi

2. Analisis Pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran dilakukan dengan menelusuri saluran pemasaran mulai dari produsen sampai ke konsumen akhir.

3. Saluran Pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran dianalisis dengan analisis deskriptif yaitu dengan menelusuri saluran pemasaran VCO dari tingkat produsen ke tingkat konsumen.

4. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran untuk mengetahui efisiensi pemasaran dilakukan dengan menggunakan empat indikator: margin pemasaran, distribusi keuntungan, share produsen, dan volume penjualan dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

Margin pemasaran dapat dihitung dengan rumus :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran (Rp)

Pr = Harga Konsumen Akhir (Rp)

Pf = Harga dari Produsen (Rp)

Besarnya distribusi keuntungan tiap saluran pemasaran dapat diukur dengan rumus :

$$DK = \frac{((\pi C) \text{ Terendah})}{((\pi C) \text{ Tertinggi})}$$

Keterangan :

DK = Distribusi Keuntungan

π = Keuntungan Pemasaran (Rp)

C = Biaya Pemasaran (Rp)

Kriteria keputusan :

Jika $DK \geq 0,5$ berarti distribusi keuntungan antar lembaga pemasaran adil.

Jika $DK < 0,5$ berarti distribusi keuntungan antar lembaga pemasaran tidak adil.

Besarnya share produsen yang diterima produsen dan harga eceran yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Sp = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Sp = bagian harga yang diterima produsen.

Pr = Harga Konsumen Akhir (Rp)

Pf = Harga dari Produsen (Rp)

Kriteria keputusan :

Jika $X > 60\%$ berarti pemasaran VCO adil.

Jika $X \leq 60\%$ berarti pemasaran VCO tidak adil.

Besarnya penjualan dapat dilihat dari jumlah produksi VCO yang dijual produsen maupun lembaga pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1. Berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Uraian	Nilai
1.	Jumlah Sampel (n)	3 orang
2.	Umur (tahun)	
	a. Rata-rata	36
	b. Kisaran	30-40
3.	Pendidikan	
	a. SMA	2 (67%)
	b. S1	1 (33%)
4.	Pengalaman Usaha	
	a. Rata-rata	4
	b. Kisaran	3-5
5.	Jumlah Anggota Keluarga	
	a. Rata-rata	3

	b. Kisaran	3-4
6.	Pekerjaan Utama	
	a. IRT	1 orang
	b. Patani	1 orang
1.	c. Pedagang	1 orang

Sumber: Data Primer Diolah 2022

2. Analisis Biaya Produksi Agroindustri VCO (*Virgin Coconut Oil*)

Analisis biaya dan produksi dan keuntungan agroindustri VCO di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara disajikan pada Tabel 2 dan 4.

Tabel 2. Rata-rata Biaya Produksi pada Agroindustri VCO (*Virgin Coconut Oil*) Per Proses Produksi di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara, Tahun 2022.

No.	Uraian	Satuan Fisik	Per Proses Produksi		per Bulan		Persen (%)
			Jumlah Fisik	Nilai (Rp.)	Jumlah Fisik	Nilai (Rp.)	
1	Biaya Variabel:						
	a. Bahan Baku (Kelapa)	(btr)	83,33	208.333,33	166,67	416.666,67	56,82
	b. Bahan Lainnya :						
	Air	(galon)	2,50	12.500,00	5,00	25.000,00	3,41
	Kertas Saring	(pcs)	0,75	7.500,00	1,50	15.000,00	2,05
	Kapas	(pcs)	0,75	8.250,00	1,50	16.500,00	2,25
	Biaya Listrik	(watt)	0,12	5.833,33	0,23	11.666,67	1,59
	Jumlah Bhn Lain	(Rp)		34.083,33		68.166,67	9,30
	Total Biaya Bahan	(Rp)		242.416,67		484.833,33	66,11
	Tenaga Kerja:						
	(1) TK Dalam Keluarga	HKO	0,43	21.428,57	0,86	42.857,14	5,84
	(2) TK Luar Keluarga	HKO	1,81	90.476,19	3,62	180.952,38	24,67
	Jumlah TK	(HKO)	2,24	111.904,76	4,48	223.809,52	30,52
	Total Biaya Variabel			354.321,43		708.642,86	96,63
2	Biaya Tetap	Rp.		12.353,47		24.706,94	3,37
3	Total Biaya Produksi	Rp.		366.674,90		733.349,80	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Tabel 2, menunjukkan bahwa rata-rata biaya produksi VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara sebesar Rp 366.674,- per proses produksi atau Rp 733.349,- per bulan. Biaya produksi tersebut terdiri atas biaya variabel (96,63%) sebesar Rp 354.321,- per proses produksi atau Rp 708.642,- per bulan, dan biaya tetap (3,37%) sebesar Rp 12.353,- per proses produksi atau Rp 24.706,- per bulan. Uraian biaya variabel dan biaya tetap tersebut diuraikan sebagai berikut:

a. Biaya Variabel

Total biaya variabel yang dikeluarkan oleh produsen responden pada agroindustri VCO per proses produksi sebesar Rp 354.321,- atau Rp 708.642,- per bulan. Biaya variabel meliputi biaya bahan baku, biaya bahan lain, dan biaya tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi VCO (*Virgin Coconut Oil*) diuraikan sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku

Total bahan baku (kelapa) per proses produksi sebanyak 83,33 butir dengan harga Rp 2.500,-, Maka diperoleh nilai bahan baku sebesar Rp 208.333,- per proses produksi atau Rp 416.666,- per bulan (56,82%).

2. Biaya Bahan Lain

Biaya bahan lain yang digunakan pada agroindustri VCO di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara meliputi: biaya air, kertas saring, kapas dan listrik. Besarnya biaya bahan lainnya sebesar Rp 34.083,- per proses produksi atau Rp 68.166,- per bulan (9,30%).

3. Biaya Tenaga Kerja

Penggunaan tenaga kerja pada agroindustri VCO meliputi tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga. Rincian biaya penggunaan tenaga kerja pada agroindustri VCO di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Rata-rata Biaya Tenaga Kerja Pada Agroindustri VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara.

No.	Uraian	Satuan Fisik	Per Proses Produksi		per Bulan		Persen (%)
			Jumlah Fisik	Nilai (Rp.)	Jumlah Fisik	Nilai (Rp.)	
1	Tenaga Kerja Dalam Keluarga						
	Pengupasan	(HKO)	0,29	14.285,71	0,57	28.571,43	12,77
	Pemarutan	(HKO)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Pencampuran	(HKO)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Pemisahan (Kemas)	(HKO)	0,14	7.142,86	0,29	14.285,71	6,38
	Jumlah	(HKO)	0,43	21.428,57	0,86	42.857,14	19,15
2	Tenaga Kerja Luar Keluarga						
	Pengupasan	(HKO)	0,95	47.619,05	1,90	95.238,10	42,55
	Pemarutan	(HKO)	0,29	14.285,71	0,57	28.571,43	12,77
	Pencampuran	(HKO)	0,29	14.285,71	0,57	28.571,43	12,77
	Pemisahan (Kemas)	(HKO)	0,29	14.285,71	0,57	28.571,43	12,77
	Jumlah	(HKO)	1,81	90.476,19	3,62	180.952,38	80,85
	Total	(HKO)	2,24	111.904,76	4,48	223.809,52	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Tabel 3, menunjukkan bahwa total biaya tenaga kerja dalam keluarga dan luar keluarga pada agroindustri VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara sebesar Rp 111.904,- per proses produksi atau Rp 223.809,- per bulan (30,52%). Jenis kegiatan yang membutuhkan biaya tenaga kerja terbesar dalam keluarga adalah kegiatan pengupasan yaitu (12,77%) sebesar Rp 14.285,- per proses produksi atau Rp 28.571,- per bulan dan yang terkecil adalah kegiatan pemisahan (kemas) sebanyak Rp 7.142,- per proses produksi atau Rp 14.285,- per bulan. Sementara itu tenaga kerja luar keluarga yang membutuhkan biaya tenaga kerja terbanyak adalah pengupasan sebesar Rp 47.619,- per proses produksi atau Rp 95.238,- per bulan (42,55%), diikuti kegiatan pemarutan, pencampuran, dan pemisahan (kemas) masing-masing sebesar Rp 14.285,- per proses produksi atau Rp 28.571,- per bulan. Dengan demikian total penyerapan tenaga kerja dalam dan keluarga sebesar 0,43 hko per proses produksi atau 0,86 hko per bulan, sedangkan tenaga kerja luar keluarga sebesar 2,24 per proses produksi atau 4,48 per bulan.

b. Biaya Tetap

Tabel 2 menunjukkan bahwa total biaya tetap pada agroindustri VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara sebesar Rp 12.353,- per proses produksi atau Rp 24.706,- per bulan (3,37%). Biaya tetap tersebut meliputi biaya penyusutan alat yang digunakan dalam proses produksi seperti penyusutan mesin parut, bak karet, selang, saringan, kain, parang, toples plastik, pengaduk.

3. Produksi, Nilai produksi, Keuntungan, dan Profitabilitas

Rata-rata produksi, harga produk, penerimaan, dan profitabilitas agroindustri VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara Tahun 2022 dapat dilihat dalam Tabel 4.

Tabel 4. Rata-rata Produksi, Harga Produk, Penerimaan, dan Profitabilitas Agroindustri VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara Tahun 2022.

No.	Uraian	Per Proses Produksi (Rp)	per Bulan (Rp)
1	Produksi (ltr)	8,33	16,67
2	Harga Produk (Rp/ltr)	70.000,00	70.000,00
3	Penerimaan (Rp)	583.333,33	1.166.666,67
4	Biaya Produksi (Rp)	366.674,90	733.349,80
5	Keuntungan (Rp)	216.658,43	433.316,87
6	Profitabilitas (%)	59,09	59,09

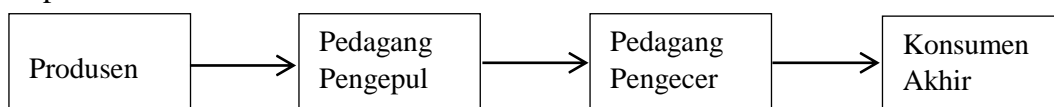
Sumber: Data primer diolah, 2022.

Tabel 4 menunjukkan bahwa rata-rata produksi VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara Tahun 2022 sebanyak 8,33 liter per proses produksi atau 16,67 liter per bulan, dengan harga rata-rata VCO per liter seharga Rp 70.000,- maka diperoleh nilai penerimaan sebesar Rp 583.333,- per proses produksi atau Rp 1.166.666,- per bulan. Nilai produksi tersebut setelah dikurangi biaya produksi sebesar Rp 366.674,- per proses produksi atau Rp 733.349,- per bulan maka diperoleh keuntungan sebesar Rp 216.658,- per proses produksi atau Rp 433.316,- per bulan dalam proses produksi VCO (*Virgin Coconut Oil*).

Profitabilitas agroindustri VCO di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara dalam satu kali proses produksi yaitu sebesar 59,09%. Nilai persentase tersebut lebih besar dari persentase bunga deposito yang diterapkan oleh rata-rata Bank Umum di Indonesia yaitu berkisar 2,25% - 3,50% per bulan. Artinya bahwa usaha agroindustri VCO layak untuk dijalankan karena persentase laba yang di dapatkan lebih besar dibandingkan persentase keuntungan menabung di Bank, tingginya nilai profitabilitas berarti bahwa usaha produksi VCO dapat dikatakan menguntungkan dan layak untuk diusahakan.

4. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran agroindustri VCO di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran VCO (Virgin Coconut Oil) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara, 2022.

Berdasarkan gambar 1. Diatas produsen menjual ke pedagang pengepul dengan harga per liter Rp 70.000,-. Selanjutnya pedagang pengepul membagi dalam kemasan botol @100 ml.

Setiap kemasan yang 100 ml diberi label stiker yang selanjutnya dipasarkan melalui pedagang pengecer. Pedagang pengepul menjual ke pedagang pengecer dengan harga Rp 20.000,- per botol. Pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir dengan harga Rp 22.500,- per botol.

5. Efisiensi Pemasaran

Terdapat empat indikator yang digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran agroindustri VCO di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara yaitu margin pemasaran, distribusi keuntungan, share petani, dan volume penjualan. Perhitungan efisiensi pemasaran VCO dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Analisis Efisiensi Pemasaran VCO di Kabupaten Lombok Utara, Tahun 2022

No	Uraian	Saluran Pemasaran
1	Produsen Harga Jual (btl @ 100 ml)	7.000,00
2	Pedagang Pengepul Harga Beli (Rp/btl) Harga Jual (Rp/btl) Biaya Pemasaran Keuntungan (Rp) Margin (Rp) Π/C	7.000,00 20.000,00 6.770,00 6.230,00 13.000,00 0,92
4	Pengecer Harga Beli (Rp/btl) Harga Jual (Rp/btl) Biaya pemasaran (Rp)/btl Keuntungan (Rp/btl) Margin (Rp) Π/C	20.000,00 22.500,00 75,00 2.425,00 2.500,00 32,33
	Konsumen Akhir (Rp/btl)	22.500,00
5	Total Biaya Pemasaran (Rp/btl) Total Keuntungan Pemasaran (Rp/btl) Total Margin Pemasaran (Rp/btl) Share Produsen (%) Distribusi Keuntungan	6.845,00 8.655,00 15.500,00 31,11 0,03

Sumber: Data primer diolah, tahun 2022

a. Margin Pemasaran

Berdasarkan tabel 5 dapat diuraikan hal-hal sebagai berikut. Dimiliki hasil margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dan harga yang diterima pengusaha agroindustri untuk produk yang sama. Pada saluran pemasaran terlibat dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepul dan pedagang pengecer, harga yang diterima pedagang pengepul dari produsen sebesar Rp 7.000,- per botol sedangkan harga yang diterima pedagang pengecer dari pedagang pengepul sebesar Rp 20.000,- per botol, sehingga diperoleh margin pemasaran ditingkat pedagang pengepul sebesar Rp 13.000,- per botol. Kemudian harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dari pedagang pengecer sebesar Rp 22.500,- per botol, sehingga margin pemasaran ditingkat pedagang pengecer

sebesar Rp 2.500,- per botol. Pada saluran pemasaran ini diperoleh total margin pemasaran sebesar Rp. 15.500,- per botol.

b. Distribusi Keuntungan

Distribusi keuntungan dihitung dengan membandingkan antara keuntungan pemasaran pada biaya terendah dalam keuntungan pemasaran pada biaya tertinggi. Distribusi keuntungan merupakan pembagian keuntungan antara lembaga saluran pemasaran.

Pada saluran pemasaran ini, keuntungan pemasaran terdistribusi pada dua lembaga yaitu: pedagang pengepul dan pedagang pengecer. Pada tabel 4.12, menunjukkan distribusi keuntungan bernilai $0,03 < 0,5$, yang berarti distribusi keuntungan antar lembaga pemasaran tidak adil. Karena tidak merata diantara pedagang pengepul dan pedagang pengecer. Keuntungan pemasaran yang diperoleh pedagang pengepul Rp 6.230,00,- dan keuntungan pemasaran pada pedagang pengecer Rp 2.425,00,-.

Selanjutnya pada saluran pemasaran ini, biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul (Rp 6.770,00,- per botol) lebih besar dibandingkan dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer (Rp 75,00,- per botol). Dalam hal ini pedagang pengepul mengeluarkan biaya pemasaran berupa biaya transportasi, biaya botol, biaya kemasan dan stiker dengan total biaya pemasaran Rp 6.770,00,- per botol, sedangkan pada pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran berupa: biaya pembelian tas kresek dengan total Rp 75,00,- per botol.

c. Share Produsen

Share produsen merupakan presentase perbandingan harga yang diterima produsen dengan harga yang diterima konsumen dengan kriteria keputusan apabila share produsen lebih besar dari 60% berarti pemasaran produk VCO adil, sebaliknya apabila share produsen lebih kecil sama dengan 60% berarti pemasaran produk VCO tidak adil. Berdasarkan Tabel 4.11, Besarnya bagian yang diterima produsen terhadap harga yang di bayarkan konsumen pada saluran pemasaran yaitu sebesar $31,11\% < 60\%$, artinya pemasaran produk VCO tidak efisien.

d. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan besarnya penjualan dilihat dari jumlah produksi VCO (*Virgin Coconut Oil*) yang dijual produsen maupun lembaga pemasaran. Semakin besar volume penjualan produsen pada satu lembaga pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang dilewati oleh produsen memberikan keuntungan yang lebih banyak. Volume penjualan pada saluran pemasaran yaitu:

Bahwa dari seluruh produksi VCO (250 btl) yang dihasilkan oleh produsen di Kabupaten Lombok Utara, menjual semua produksinya melalui satu saluran pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada hasil dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Profitabilitas usaha agroindustri VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara sebesar 59,09%. Nilai tersebut lebih besar dari persentase bunga deposito yang diterapkan oleh rata-rata Bank Pemerintah Indonesia yaitu berkisar 2,25% - 3,50% per bulan. Artinya bahwa usaha agroindustri VCO layak untuk dijalankan karena persentase keuntungan yang didapatkan lebih besar dibandingkan persentase laba menabung di bank. Tingginya nilai profitabilitas berarti bahwa usaha produksi VCO dapat dikatakan menguntungkan dan layak untuk diusahakan. (2) Pemasaran VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara termasuk tidak efisien, hal ini di tinjau dari indikator share produsen sebesar $31,11\% < 60\%$, dan distribusi keuntungan sebesar sebesar $0,03 < 0,5$ yang artinya pemasaran produk tidak adil.

Saran

dapat disarankan: (1) Perlu dikembangkan usaha agroindustri VCO. Hal ini ditujukan oleh nilai profitabilitas sebesar 59,09% lebih besar dari suku bunga Bank. (2) Perlu pemasaran yang lebih luas lagi kepada pengusaha agroindustri, dan juga lembaga pemasaran untuk dapat menghitung dengan lebih cermat lagi setiap biaya yang dikeluarkan, sehingga dapat memperhitungkan lebih teliti karena terkait dengan pendapatan yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Provinsi NTB, 2021. *B. Kabupaten Lombok Utara Dalam Angka 2021*. Mataram: Badan Pusat Statistik.

Jumiati. 2013. Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Kelapa di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal*. Fakultas Pertanian Universitas Borneo.

Susilowati. 2009. *Pembuatan Virgin Coconut Oil Dengan Metode Penggaraman*. *Jurnal*. Fakultas Teknologi Industri. Jawa Timur.