

## Kajian Rantai Pasok Buah Kelapa Di Bengkulu

Ade Apriado<sup>1</sup>, Andwini Prasetya<sup>2</sup>, Methatias Ayu Moulina<sup>3</sup>, Diah Azhari<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

Email: [apriadoyepa@gmail.com](mailto:apriadoyepa@gmail.com)<sup>1</sup>, [andwini@unived.ac.id](mailto:andwini@unived.ac.id)<sup>2</sup>, [methatiasayu@unived.ac.id](mailto:methatiasayu@unived.ac.id)<sup>3</sup>,  
[diaha-zhari@unived.ac.id](mailto:diaha-zhari@unived.ac.id)<sup>4</sup>

**Abstract.** Coconut is a plantation crop that contributes quite a lot to the Indonesian economy. The largest supply of coconuts in the city of Bengkulu comes from Seluma and North Bengkulu. This study aims to analyze the supply chain management of coconuts in Bengkulu City. It begins with the initial exploration stage of the coconut supply chain. The primary and secondary data obtained were analyzed by descriptive tabulation and simple statistics, added value analysis used was added marketing value. The results showed that the primary members of the coconut supply chain in Bengkulu City were inter-regional traders, wholesalers, retailers, household consumers and home industries. The supply chain flow pattern in Bengkulu City is 3 patterns. Added value analysis conducted by retailers can provide greater added value of Rp. 1000 compared to other supply chain members with a percentage of 100%. Meanwhile, wholesalers and inter-regional traders, after deducting labor, namely Dewa market of Rp. 996.30 with a percentage of 89.97%, Sunday market of Rp. 766.67 with a percentage of 65.71%, Panorama market is Rp. 956.90 with an added value percentage of 82.22%, Seluma of Rp. 764.71 with a percentage of 776.47% and North Bengkulu of Rp. 700 with a percentage of 87.5%.

**Keywords:** Coconuts, Supply Chain, Added Value.

**Abstrak.** Kelapa merupakan tanaman perkebunan yang cukup besar kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Saat ini suplai kelapa terbanyak di kota Bengkulu berasal dari Seluma dan Bengkulu Utara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan rantai pasok buah kelapa tua di Kota Bengkulu. Penelitian ini diawali dengan tahap eksplorasi awal rantai pasokan buah kelapa. Data primer dan sekunder yang diperoleh dianalisis secara deskriptif tabulasi dan statistik sederhana, selanjutnya analisis nilai tambah yang digunakan adalah nilai tambah pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota primer rantai pasok buah kelapa tua di Kota Bengkulu yaitu pedagang antar wilayah, pedagang besar, pedagang eceran, konsumen rumah tangga dan industri rumahan. Pola aliran rantai pasok di Kota Bengkulu adalah 3 pola. Analisis nilai tambah yang dilakukan pedagang pengecer dapat memberikan nilai tambah lebih besar sebesar Rp. 1000 dibanding anggota rantai pasok lainnya dengan persentase 100%. Sedangkan para Pedagang Besar dan Pedagang Antar Wilayah setelah dikurangi tenaga kerja yaitu PB pasar Dewa sebesar Rp. 996,30/buah dengan persentase 89,97%, PB pasar Minggu sebesar Rp. 766,67/buah dengan persentase 65,71%, PB pasar Panorama sebesar Rp. 956,90/buah dengan persentase nilai tambah 82,22%, PAW Seluma sebesar Rp. 764,71/buah dengan persentase 776,47% dan PAW Bengkulu Utara sebesar Rp. 700/buah dengan persentase 87,5%.

**Kata Kunci :** Kelapa, Rantai Pasok, Nilai Tambah.

### LATAR BELAKANG

Kelapa merupakan tanaman perkebunan yang cukup besar kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Perkebunan kelapa memiliki luasan kedua terbesar di Indonesia setelah perkebunan kelapa sawit. Sebagian besar produksi kelapa Indonesia dimanfaatkan untuk konsumsi dan industri dalam negeri. Ketersediaan buah kelapa dalam jumlah yang cukup melimpah di Bengkulu membuat pendirian industri berbasis komoditas ini cukup prospektif. Apalagi jika industri tersebut menerapkan teknologi pengolahan secara terpadu sehingga dari bahan baku kelapa dapat dibuat berbagai macam produk olahan secara sekaligus.

Kota Bengkulu memiliki daerah penyuplai kelapa terbesar yakni dari kabupaten Seluma dan Bengkulu Utara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan rantai pasok buah

---

Received April 30, 2023; Revised Mei 2, 2023; Accepted Juni 14, 2023

\* Ade Apriado, [apriadoyepa@gmail.com](mailto:apriadoyepa@gmail.com)

kelapa, khususnya kelapa tua di Kota Bengkulu. Hal demikian akan semakin memberikan nilai tambah bagi kelapa karena hampir tidak ada bagian buah kelapa yang terbuang percuma. Menurut Allorerung *et al.* (2005), daya saing produk kelapa pada saat ini terletak pada industri hilirnya dimana nilai tambah yang dapat tercipta pada produk hilir jauh lebih besar dari pada produk primernya. Usaha produk hilir saat ini terus berkembang dan memiliki kelayakan yang baik untuk usaha kecil, menengah maupun besar. Bengkulu mampu memenuhi kebutuhan kelapanya secara mandiri sehingga penyediaannya tidak memerlukan pasokan dari daerah lain.

Pertimbangan rancangan *supply chain* meliputi rancangan pengelolaan bagian hulu dan hilir rantai pasokan. Bagian hulu rantai pasokan terdiri dari proses-proses yang berlangsung antara pemasok dan pihak pabrik. Berdasarkan uraian diatas maka perlu dilakukan suatu penelitian tentang kajian rantai pasok buah kelapa di Bengkulu.

## **KAJIAN TEORITIS**

Kelapa adalah tanaman dengan banyak manfaat. Tanaman ini dapat menyediakan makanan, minuman, dan juga sebagai sumber pendapatan dari produk-produk olahannya (Foale, 2003). Empat produk berikut yaitu kopra, minyak kelapa, bungkil dan gula merah adalah produk tradisional. Minyak kelapa adalah salah satu sumber minyak nabati yang juga menjadi bahan baku penting dalam industri makanan dan non makanan seperti sabun, kimia dan kosmetika (Tuminah, 2009). Minyak kelapa memiliki kandungan asam lemak jenuh yang lebih tinggi dari pada minyak sawit dan minyak inti sawit. Dua pertiga bagian asam lemak jenuh pada minyak kelapa dan minyak inti sawit adalah asam laurat. Oleh karena itu minyak laurat memiliki kestabilan yang tinggi, maka jenis minyak ini banyak digunakan pada produk-produk pangan yang membutuhkan daya simpan yang lama (Sartika, 2008). Buah kelapa juga dapat diolah menjadi produk-produk lain yang bernilai ekonomis. Alternatif produk yang dapat dikembangkan antara lain *virgin coconut oil* (VCO), oleokimia, kelapa parut kering, *coconut cream/milk*, arang tempurung, karbon aktif dan serat kelapa. Pelaku agribisnis produk-produk tersebut mampu meningkatkan pendapatannya 5-10 kali lipat dibandingkan dengan bila hanya menjual kopra (Allorerung *et al.*, 2005).

Menurut Prakosa (2002), permasalahan yang dihadapi oleh industri kecil perkelapaan cukup kompleks. Peran kelapa sebagai bahan baku minyak goreng pada saat ini sudah tergeser oleh kelapa sawit yang harganya relatif lebih murah. Ketergantungan para petani selama ini pada produk utama berupa kopra sangat tidak mendukung tingkat perolehan pendapatan yang layak karena harga kopra cenderung menurun. Upaya penganekaragaman produk belum berkembang sesuai dengan harapan sehingga kurang memberi peluang untuk memperoleh

tambahan pendapatan ataupun nilai tambah dari hasil usaha. Keterkaitan subsistem *on-farm* dengan *off-farm* masih jauh dari keterpaduan. Akibat hal tersebut, peluang menciptakan efisiensi dan nilai tambah tidak dapat diraih secara optimal.

Rantai pasok adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. Rantai ini merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang mempunyai tujuan yang sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyalur barang tersebut (Indrajit dan Djokopranoto, 2003).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian lapangan dilakukan pada mulai Februari sampai April 2023. Data pasok kelapa di Kota Bengkulu, diperoleh dari data kebutuhan pedagang besar dan data kebutuhan industri pengolah kelapa. Kota Bengkulu memiliki tiga buah pasar yang di kelola oleh pemerintah yaitu Pasar Minggu, Pasar Panorama, Pasar Pagar Dewa. Data-data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara. Sistem pengelolaan rantai pasokan kelapa di Kota Bengkulu diteliti lebih lanjut dengan cara mewawancarai berbagai level anggota primer lantai pasokan. Teknik wawancara yang dipakai antara lain yaitu wawancara berstruktur yang dilakukan berdasarkan daftar pertanyaan dengan maksud dapat mengontrol dan mengatur berbagai dimensi pertanyaan ataupun jawabannya. Kecuali wawancara dengan industri pengolah kelapa yang dilakukan secara tidak berstruktur yaitu tidak menggunakan daftar pertanyaan. Wawancara dengan pihak industri dilakukan untuk mengetahui jumlah kebutuhan kelapa.

Identifikasi sistem pemasokan kelapa untuk tingkat pedagang besar dilakukan dengan cara purposive pedagang besar kelapa yang ada di setiap pasar di Kota Bengkulu. Pedagang besar yang dimaksud disini yaitu pedagang kelapa baik grosir/Bandar maupun eceran yang memperoleh pasokan kelapa langsung dari wilayah produsen kelapa. Identifikasi sistem pemasokan kelapa untuk tingkat pedagang antar wilayah dan pedagang pengecer dilakukan dengan cara wawancara dengan perwakilan masing-masing level. Pedagang antar wilayah yaitu pihak pemasok yang membawa kelapa dari daerah sentra kelapa kepada para pedagang besar. Untuk level pedagang antar wilayah, peneliti mewawancarai seorang pedagang antar wilayah dari Bengkulu Utara dan seorang pedagang antar wilayah dari Bengkulu Selatan. Identifikasi sistem pemasokan kelapa untuk tingkat pedagang pengecer yang mewakili pengecer kelapa asal Bengkulu utara, Bengkulu selatan aliran pasokannya masing-masing. Sebagian data biaya transportasi kelapa dari tiap sumber ke tiap pasar diperoleh dari hasil wawancara dengan pedagang besar.

Analisis efisiensi rantai pasokan untuk beberapa saluran pemasaran spesifik dilakukan dengan analisis margin pemasaran. Margin pemasaran terdiri dari biaya fungsional pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Parameter pengukur efisiensi yang digunakan yaitu biaya fungsional pemasaran dan rasio keuntungan terhadap biaya. Margin pemasaran secara matematis dapat ditulis sebagai berikut :

$$M_i = Pr_i - Pf_i; M_i = C_i + \pi_i \quad \text{dimana}$$

$M_i$  : margin pemasaran pada tingkat lembaga ke-i

$Pr_i$  : harga jual pada tingkat lembaga ke-i

$Pf_i$  : harga beli pada tingkat lembaga ke-i

$C_i$  : biaya pemasaran pada tingkat lembaga ke-i

$\pi_i$  : keuntungan lembaga pada tingkat ke-i

Total margin yaitu penjumlahan margin di setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Total margin dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Total Margin (MT)} = \sum_{i=1}^n M_i \quad \text{dengan n jumlah lembaga pemasaran}$$

Analisis nilai tambah yang digunakan adalah nilai tambah pemasaran yang dilakukan masing-masing anggota rantai pasok.

**Tabel 1.** Tabel Analisis Nilai Tambah Hayami

No	Variabel	Nilai
1	OutPut	A
2	Bahan Baku	B
3	Tenaga Kerja	C
4	Faktor Konversi	D=A/B
5	Koefisien Tenaga Kerja	E=C/B
6	Harga OutPut	F
7	Upah Rata-Rata	G
<b>Pendapatan dan Keuntungan</b>		
1	Harga Bahan Baku	H
2	Sumbangan Input Lain	I
3	Nilai Output	J=D*F
4	Nilai Tambah	K=J-I-H
5	Rasio Nilai Tambah	L=(K/J)*100%
6	Imbalan Tenaga Kera	M=E*G
7	Bagian Tenaga Kerja	N=(M/K)*100%
8	Keuntungan	O=K-M

Sumber : Hayami (1987)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Anggota Rantai Pasokan

#### 1. Anggota Rantai Pasokan

Anggota primer dari suatu rantai pasok merupakan semua unit bisnis strategis yang benar-benar menjalankan aktivitas operasional dan manajerial dalam proses bisnis yang dirancang untuk menghasilkan keluaran tertentu bagi pelanggan atau pasar. Anggota primer dalam rantai pasokan buah kelapa tua di Kota Bengkulu yaitu petani, pedagang antar wilayah, pedagang besar, pedagang eceran dan konsumen.

#### 2. Aktivitas Anggota Primer Rantai Pasokan

Pedagang Antar Wilayah membeli kelapa dari petani-petani atau para pengumpul kelapa di daerahnya. Umumnya mereka membeli kelapa yang sebagian besar sabutnya telah dikupas. Sortasi dilakukan sambil kelapa-kelapa dimuat ke dalam *pickup* oleh para pegawai petani/pengumpul kelapa. Pemuatan kelapa dilakukan sejak pagi sampai siang hari, kemudian dibawa ke Kota Bengkulu pada sore hari ataupun malam hari arus lalu lintas tidak ramai. *Grading* dilakukan saat kelapa di jual/dialihkan kepada pedagang besar. *Grading* dilakukan berdasarkan besar kecilnya kelapa, dimana kelapa yang memiliki ukuran kecil akan dirangkap agar meratakan harganya. Tingkatan *grade* hampir sama pada setiap pedagang besar. Table 1 memperlihatkan aktivitas-aktivitas pemasokan yang dilakukan oleh anggota primer rantai pasokan.

Pedagang besar membeli kelapa dari Pedagang Antar Wilayah masih dalam bentuk kelapa yang telah dikupas sebagian besar sabutnya, kelapa dipindahkan dengan memakai keranjang bambu dan dijual kepada pedagang pengecer. Ada juga beberapa kelapa diolah menjadi kelapa parut dan santan untuk di jual kepada konsumen rumah tangga ataupun industri.

Tabel 1. Fungsi Pemasaran Anggota Rantai Pasok

Fungsi	Aktivitas	Petani	PAW	PB
Pertukaran	Jual	√	√	√
	Beli	–	√	√
Fisik	Angkut	–	√	√
	Simpan	–	√	√
	Proses	√	–	–
Fasilitas	Sortasi	√	–	–
	Grading	–	–	–

Informasi Harga	√	√	–
Pembiayaan	–	√	√
Resiko	–	√	√

Keterangan :

(√) dilakukan

(–) tidak dilakukan

(PAW) Pedagang Antar Wilayah

(PB) Pedagang Besar

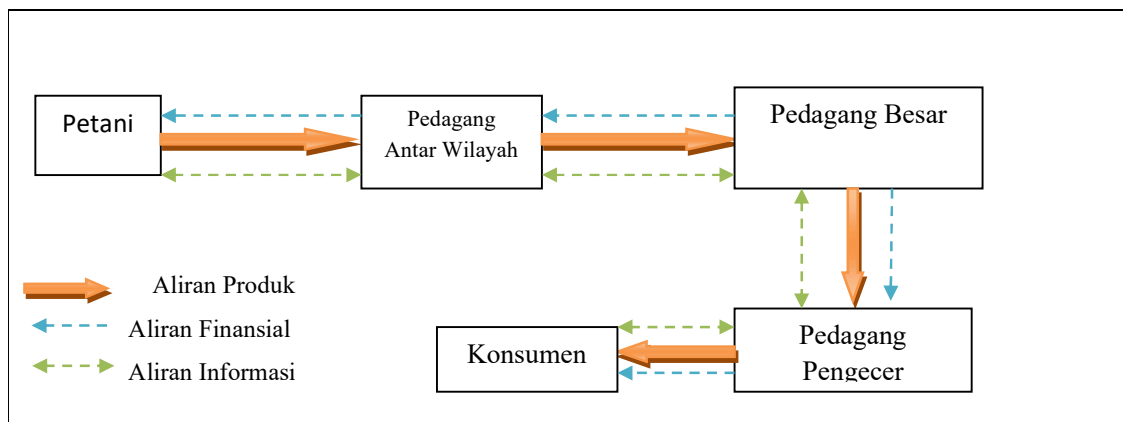
## Konfigurasi Jaringan Logistik

### 1. Sasaran Rantai Pasok dan Sasaran Pasar

Sasaran rantai pasok merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh seluruh anggota dalam suatu rantai pasok. Sasaran pasar di dalam rantai pasok akan menjelaskan tujuan rantai pasok kelapa di Bengkulu. Ada dua sisi sasaran pasar, dan sasaran pengembangan. Kondisi rantai pasok di dalam sasaran dalam dapat menjadi salah satu unsur penentu mengenai baik atau tidaknya kelangsungan rantai pasok. Sasaran pasar Kelapa di Bengkulu adalah beberapa pasar antara lain Pasar Minggu, Pasar panorama dan pasar pagar Dewa. Pedagang besar mendapatkan pasokan dari beberapa wilayah Kabupaten, yaitu Kabupaten Bengkulu Utara dan Kabupaten Seluma. Saat ini tiga pasar tersebut bahan baku kelapa hanya digunakan untuk pembuatan santan. Permintaan pasar tersebut tergantung dari permintaan konsumen.

### 2. Struktur Hubungan Anggota Rantai Pasok

Struktur hubungan rantai pasok kelapa di Bengkulu dianalisis berdasarkan anggota yang membentuk rantai pasok dan peran dari setiap anggota. Anggota rantai pasok dalam hal ini adalah lembaga atau para pelaku yang terlibat dalam aliran produk, aliran financial, dan aliran informasi mulai dari petani kelapa hingga konsumen akhir. Struktur hubungan rantai pasok terdiri dari lima anggota rantai pasok yaitu petani kelapa, pedagang antar wilayah (PAW), Pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen. Struktur hubungan antara pemasok kelapa dapat dilihat pada Gambar 1. Setiap anggota dikelompokkan berdasarkan peran yang sama untuk mempermudah pembahasan. Pada rantai pasok kelapa di Bengkulu terdapat satu saluran pemasaran. Yaitu terdiri dari Petani-Pedagang Antar Wilayah-Pedagang Besar-Pedagang Pengecer-Konsumen.



**Gambar 1. Saluran Pemasaran Kelapa Di Bengkulu**

Sumber : Data Primer

### **Pola Aliran Rantai Pasok**

Pola aliran rantai pasok di Kota Bengkulu secara umum dapat dilihat pada Gambar 3. Dengan demikian, maka terdapat 3 pola aliran pasokan kelapa di Kota Bengkulu, yaitu :

1. Pola I : PAW → Pedagang Besar → Pedagang Eceran → Konsumen RT
2. Pola II : PAW → Pedagang Besar → Konsumen RT
3. Pola III : PAW → Pedagang Besar → Industri Rumah Tangga

Pemasokan kelapa di wilayah Kota Bengkulu dimulai dari Pedagang Antar Wilayah (PAW) karena lembaga inilah yang memasok kelapa ke pedagang besar langsung dari wilayah asal kelapa. Masing-masing pedagang besar umumnya telah memiliki pemasok tetap yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Beberapa pedagang besar menerima pemasok dari beberapa Pedagang Antar Wilayah. Jumlah yang dipasok oleh Pedagang Antar Wilayah disesuaikan dengan situasi pasar saat itu, sesuai pikiran pedagang besar. Menjelang hari raya biasanya jumlah yang dipasok dapat mencapai beberapa kali lipat. Pedagang Antar Wilayah yang memasok kelapa ke Kota Bengkulu berasal dari dua wilayah yaitu Bengkulu Utara dan Seluma.

Pasar-pasar di Kota Bengkulu memperoleh pasokan kelapanya dari beberapa Pedagang Antar Wilayah dimana pedagang-pedagang besar di Kota Bengkulu sudah mempunyai kios-kios dan gudang sendiri di pasar Kota Bengkulu. Pedagang besar di Pasar Minggu membeli sebanyak ±30.000 butir per bulan, di Pasar Panorama sebanyak ±29.000 butir per bulan, sedangkan di Pasar Pagar Dewa sebanyak ±27.000 butir per bulan. Pemasok untuk setiap pedagang besar berbeda-beda satu sama lain. Pemasok tersebut juga bisa lebih dari satu pemasok dari wilayah yang berbeda-beda.

Pedagang eceran disini membeli kepada pedagang besar dimana kelapa telah diolah menjadi santan dan kelapa parut. Di kota Bengkulu banyak terdapat pedagang eceran seperti

warung manisan yang menyediakan santan. Industri rumah tangga juga membeli buah kelapa lalu dibuat santan untuk dijadikan olahan makanan, misalnya membuat gulai pada rumah makan.

### **Metode Transportasi dan Penyimpanan**

Transportasi pada rantai pasokan kelapa di Kota Bengkulu terdiri dari transportasi kelapa dari daerah asal kelapa ke pedagang besar di Kota Bengkulu serta transportasi kelapa dari pedagang besar kelapa di satu pasar ke pedagang pengecer di pasar lain. Transportasi kelapa dari daerah asal kelapa ke pedagang besar di Kota Bengkulu dilakukan dengan menggunakan mobil *Pickup*. Kendaraan ini dapat mengangkut kelapa dalam jumlah 600-2000 butir kelapa.

Biaya yang biasa yang dianggarkan untuk mentransfer kelapa dari beberapa daerah berbeda-beda untuk setiap pasar tujuan. Biaya transportasi dari Bengkulu Utara lebih kurang sebesar Rp. 200.000,- Sedangkan dari daerah Seluma lebih kurang sebesar Rp. 150.000,- Biaya-biaya tersebut telah mencakup biaya bahan bakar, makan dan retribusi selama perjalanan.

Pedagang antar wilayah mengambil kelapa dari petani (masyarakat) dengan cara mendatangi langsung ke masyarakat. Pemanenan dilakukan oleh pedagang antar wilayah. Buah kelapa yang didapat dikumpulkan selanjutnya dibawa dengan mobil dan disimpan di rumah. Setelah buah kelapa terkumpul sesuai dengan permintaan pedagang besar, maka buah kelapa langsung diantara ke pedagang besar. Kelapa yang diterima oleh pedagang-pedagang besar disimpan dalam gudang permanen (tembok), gudang kayu, maupun di dalam kioskos tempat mereka berjualan.

### **Pengendalian Inventori**

Inventori muncul dalam rantai pasokan kelapa terutama dalam bentuk kelapa butiran. Inventori dalam bentuk kelapa kupas hanya sedikit, disesuaikan dengan perkiraan jumlah penjualan ke konsumen rumah tangga setiap harinya, demikian pula kelapa parut dan santan. Hal ini disebabkan karena ketiga bentuk hasil olahan kelapa tersebut tidak tahan lama sehingga akan rusak apabila tidak habis terjual pada hari itu.

Pengelolaan inventori baik oleh para PAW, pedagang besar maupun pedagang pengecer dilakukan dengan cara yang masih sederhana. Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang antar wilayah, mereka mengumpulkan buah kelapa setiap hari dengan berkeliling menggunakan mobil *pick up* ke rumah rumah warga yang memiliki pohon kelapa. Setelah bertemu dengan pemilik pohon kelapa, lalu mereka melakukan negosiasi harga, baru memulai pemanenan. Setelah selesai kemudian berkeliling lagi, sampai mendapatkan buah kelapa dengan kuantitas yang diinginkan. Biasanya mereka mampu mengumpulkan buah kelapa



sesuai dengan permintaan sekitar 1 hari sampai dengan 4 hari. Penyimpanan buah kelapa oleh pedagang antar wilayah dilakukan didalam mobil pick up, yang dimasukkan kedalam garansi rumah.

Kelapa yang ada di pasar disimpan dalam tempat penyimpanan yang berupa gudang berdinding tembok, gudang berdinding kayu ataupun dalam kios-kios. Apabila penanganan telah dilakukan dengan baik, maka terjadinya kerusakan dan kebusukan pada bahan dapat dihambat atau dikurangi semaksimal mungkin. Salah satu syarat penyimpanan kelapa yaitu terhindar dari pengaruh sinar matahari langsung. Menurut beberapa pedagang, buah kelapa akan pecah jika terjemur. Hal ini mungkin disebabkan karena pada saat dijemur, kelapa mengalami perubahan temperatur yang terlalu cepat atau karena kadar air kelapa sudah sangat jauh berkurang (terlalu kering).

Selain itu, kelapa juga bisa menjadi basah karena perpindahan uap air. Pada setiap tempat penyimpanan produk pertanian, secara alamiah akan terjadi peristiwa perpindahan uap air dari atau ke dalam tempat atau ruang penyimpanan akibat perubahan temperatur di luar tempat penyimpanan. Selain karena dipengaruhi kondisi penyimpanan, kebusukan kelapa yang cepat terjadi juga dapat disebabkan karena umur panen buah kelapa yang terlalu muda. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa PAW terkadang menyertakan buah-buah yang masih belum tua benar. Mereka menyatakan bahwa buah kelapa tersebutlah yang biasanya lebih cepat busuk hanya dalam 7 hari penyimpanan. Kebusukan sebagian kelapa yang terjadi dengan cepat di penyimpanan pedagang besar juga dapat disebabkan karena jangka waktu yang cukup panjang sejak kelapa dipetik sampai diterima oleh pedagang besar. Para pedagang sebenarnya dapat mendeteksi kelapa mana yang benar-benar tua. Menurut para pedagang, pada buah kelapa tua sisa sabut dekat pangkal buah berwarna hitam dan timbul suara nyaring jika kelapa diguncang-guncang/diketuk-ketuk. Kelapa tua juga memiliki bobot yang lebih ringan karena kadar air kelapanya telah berkurang. Walaupun demikian, kelapa yang kurang tua tetap diterima pedagang besar.

### **Manajemen Rantai dan Jaringan**

Manajemen rantai dan jaringan menjelaskan tipe-tipe koordinasi dan struktur manajemen antara jaringan rantai pasok dan anggota rantai pasok, selain itu juga manajemen rantai menjelaskan proses keputusan yang diambil oleh anggota rantai pasok dipengaruhi. Manajemen rantai dan jaringan menjelaskan mengenai pemilihan mitra, sistem kontraktual pada anggota-anggota rantai pasok, dukungan pemerintah, dan juga kolaborasi antara anggota yang mempengaruhi sumber daya rantai pasok. Pembahasan manajemen rantai dan jaringan

dibagi menjadi komponen-komponen manajemen dan perilaku dari anggota rantai pasok (Lamber dan Cooper, 1998).

Strategi rantai pasokan tradisional sering dikategorikan sebagai strategi push atau pull. Dalam rantai pasokan push-based, kebijakan produksi dan distribusi didasarkan pada peramalan jangka panjang. Biasanya pengusaha pabrik membuat peramalan permintaan dengan dasar data pemesanan yang diterima dari gudang ritel. Karenanya rantai pasokan push-based memerlukan waktu yang lebih lama untuk bereaksi terhadap perubahan pasar. Dalam rantai pasokan pull-based, produksi dan distribusi ditentukan oleh permintaan sehingga rantai pasokan ini lebih dikendalikan oleh permintaan konsumen nyata daripada peramalan permintaan. Dalam sistem pull murni, perusahaan tidak menyimpan inventori sedikitpun dan hanya merespon pesanan spesifik. Sistem ini dimungkinkan dengan adanya mekanisme aliran informasi yang cepat untuk mentransfer informasi tentang permintaan konsumen ke seluruh partisipan rantai pasokan (Simchi-Levi *et al.*, 2003).

Pemilihan Mitra adalah proses memilih rekan kerja untuk dapat bekerja sama dalam suatu usaha. Kinerja Mitra yang dipilih oleh anggota rantai pasok akan menentukan suatu usaha dan dalam rangka mencapai tujuan dan the pasok yaitu memenuhi kepuasan konsumen diperlukan pemilihan mitra sesuai kebutuhan anggota rantai pasok (Qhoirunisa, 2014). Kemitraan PAW dan pedagang besar sudah cukup fleksibel, antara lain terlihat dalam strategi pemasokan yang diterapkan.

Petani kelapa di Bengkulu memiliki kriteria di dalam menentukan siapa yang dapat menjadi Mitra di dalam menjual hasil dari kebunnya. Kriteria petani kelapa dalam menentukan Siapa pembeli kelapa adalah penawar dengan harga tinggi serta langganan yang beli kelapanya. Pertimbangan petani kelapa menjual kelapa kepada langganan karena langganan tersebut selalu membayar kelapa dimuka dan petani kelapa sudah percaya kepada langganan tersebut. Langganan tersebut biasanya memiliki kedekatan lokasi dengan petani kelapa.

Kriteria pemilihan Mitra yang ditetapkan oleh pedagang PAW dalam memilih petani kelapa yang menjadi mitranya adalah yang sudah menjadi langganan sehingga antara keduanya lebih mengandalkan kepercayaan yang tumbuh karena adanya rasa saling membutuhkan dan menguntungkan. Petani kelapa yang sudah lama menjadi mitra dengan PAW ketika akan membeli kelapa cukup menghubungi petani sebelum dating ke lokasi untuk mengambil kelapa.

### **Marjin Pemasaran**

Marjin pemasaran merupakan perbedaan atau selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani produsen. Marjin pemasaran dapat dikatakan sebagai nilai jasa mulai dari produsen hingga ke konsumen. Menurut Khol dan Uhls (2002) Marjin

merupakan bagian dari harga konsumen yang tersebut pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Sedangkan Dahl dan Hammond menggambarkan margin sebagai perbedaan harga di tingkat lembaga Pemasaran dengan harga di tingkat produsen. Nilai margin makalah merupakan Perkalian antara margin Pemasaran dengan volume terjual.

Secara spesifik, efisiensi pemasaran masing-masing jalur pemasaran berbeda-beda satu sama lainnya. Perbandingan efisiensi pemasaran jalur-jalur pemasaran kelapa dilakukan dengan cara analisis margin pemasaran. Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Parameter penilaian efisiensi yang digunakan yaitu biaya fungsional dan rasio keuntungan terhadap biaya total. Untuk mempermudah perbandingan margin pemasaran, perhitungannya dilakukan dengan menggunakan basis satu butir kelapa dengan grade tertinggi. Harga jual kepada konsumen adalah harga jual kelapa yang telah dikupas tempurungnya, tetapi belum diparut. Nilai margin pemasaran terdiri dari biaya fungsional dan keuntungan pemasaran. Keuntungan pemasaran per butir kelapa dihitung dengan cara mengurangi nilai margin pemasaran kelapa per butir dengan biaya pemasaran kelapa per butir.

Biaya dan keuntungan dalam penelitian ini, pemasokan kelapa dihitung berdasarkan saluran pemasaran dari PAW sampai ke ke tingkat pedagang pengecer. Analisis margin pemasaran pemasokan kelapa dilihat dari jalur pasokan kelapa ke Kota Bengkulu, yaitu :

1. I : PAW Bengkulu Utara - Pedagang Besar - Pedagang Eceran- Konsumen RT
2. II : PAW Bengkulu Utara - Pedagang Besar - Konsumen RT
3. III : PAW Bengkulu Utara - Pedagang Besar - Industri Rumah Tangga
4. IV : PAW-Pedagang Besar Seluma - Pedagang Eceran - Konsumen RT
5. V : PAW - Pedagang Besar Seluma - Konsumen RT
6. VI : PAW - Pedagang Besar Seluma - Industri Rumah Tangga

Biaya pemasaran kelapa di tingkat PAW yaitu biaya transportasi per butir kelapa yang dihitung dengan cara membagi biaya total transportasi kelapa dengan jumlah butir kelapa yang diangkut. Biaya pemasaran di tingkat pedagang besar terdiri dari biaya retribusi, biaya listrik dan air, biaya kebersihan, biaya keamanan, dan upah karyawan, sedangkan gedung/kios yang digunakan merupakan milik sendiri jadi tidak dikenakan sewa. Sedangkan pedagang pengecer berada tidak jauh dari pedagang besar tempat pembelian kelapa sehingga biaya pemasokan ke pedagang pengecer tidak diperhitungkan. Masing-masing biaya tersebut diperhitungkan dengan cara membagi biaya total per bulannya dengan jumlah kelapa yang dipasok setiap bulan. Tabel 2 memperlihatkan hasil perhitungan biaya, keuntungan dan total margin pemasaran untuk setiap saluran pemasaran.

**Tabel 2. Biaya, keuntungan dan margin pemasaran (rupiah per butir kelapa)**

Saluran Ke	I	II	III	IV	V	VI
Harga beli awal	2.000	2.000	2.000	2.250	2.250	2.250
Harga jual akhir	5.250	5.250	5.250	5.600	5.600	5.600
Biaya operasional						
Pasar Minggu	783	783	783	-	-	-
Pasar Panorama	618	618	618	-	-	-
Pasar Pagar Dewa	-	-	-	589	589	589
Keuntungan						
Pasar Minggu	2.467	2.467	2.467	-	-	-
Pasar Panorama	2.632	2.632	2.632	-	-	-
Pasar Pagar Dewa	-	-	-	2.761	2.761	2.761
Total margin	3.250	3.250	3.250	3.350	3.350	3.350

Sumber : Data Primer

Berdasarkan hasil penelitian yang tersaji pada Tabel 3 terlihat bahwa margin total dan keuntungan terbesar terdapat pada siklus IV, V, dan VI yaitu secara berturut-turut sebesar Rp 2.761,- dan Rp 3.350,-. Selain itu terlihat bahwa masing-masing saluran dengan pemasokan buah kelapa yang sama memiliki biaya operasional yang sama. Hal ini dikarenakan biaya operasional pada pedagang ditingkat pengecer tidak dilakukan perhitungan karena pedagang pengecer biasanya datang ke pasar untuk membeli kelapa yang selanjutnya dijual di tokoh mereka masing-masing.

**Tabel 3. Harga rata-rata buah kelapa di tingkat pedagang besar (rupiah)**

	Asal Kelapa	
	Bengkulu Utara	Seluma
Harga Beli PAW (Rp/butir)	2.000	2.250
Harga Beli Pedagang Besar (Rp/butir)	3.000	3.400
Harga Beli Pedagang Eceran (Rp/butir)	4.250	4.600
Harga Beli Konsumen Rumah Tangga/Industri Rumahan (Rp/butir)	5.250	5.600

Sumber : Data Primer

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa harga beli PAW ke petani adalah sebesar Rp.2.000,- untuk wilayah Bengkulu Utara, sedangkan di Seluma sebesar Rp.2.250,-. Selanjutnya dijual ke pedagang besar dengan harga Rp. 3.000,- untuk pemasok Bengkulu Utara, sedangkan di Seluma sebesar Rp.3.400,-. Selanjutnya pedagang pengecer membeli kelapa dengan harga Rp. 4.2500,- untuk pemasok Bengkulu Utara, sedangkan di Seluma sebesar Rp.4.600,-. Kemudian konsumen rumah tangga/industri rumahan membeli buah kelapa dengan harga Rp. 5.250,- untuk pemasok Bengkulu Utara, sedangkan di Seluma sebesar Rp. 5.600,-.

## Analisis Nilai Tambah Hayami Pada Rantai Pasok Kelapa

Nilai tambah adalah selisih antara komoditas yang mendapat perlakuan pada tahap tertentu dengan nilai korbanan yang digunakan selama proses berlangsung. Sumber-sumber dari nilai tambah tersebut adalah pemanfaatan factor-faktor seperti tenaga kerja, modal, sumberdaya manusia, dan manajemen. Nilai tambah dapat dicapai dengan merestrukturisasi produktivitas dari harga namun yang perlu diperhatikan dalam system insentif yang diterapkan oleh produsen sehingga pada implementasi dari nilai tambah tersebut sehingga dapat dirasakan keuntungan yang signifikan (Hayami *et al.*, 1987). Menurut Coltrain, Barton, dan Borlan (2000) untuk memberikan perubahan pada nilai tambah dapat dengan cara merubah dimensi seperti waktu, lokasi, produk, atau servis, proses dan metode, dan informasi juga insentif yang diberikan. Menurut Fairbairn (2004) pada sebuah laporan *Standing Senate Committee* baik atau tidaknya nilai tambah yang diberikan pada suatu produk dapat dilihat dari penambahan jumlah pekerja dan perbaikan pada komunitas pada sebuah desa, perbaikan menilai risiko ekonomi yang berhubungan dengan aktivitas perdagangan komoditas tersebut, stabilitas keuangan para petani, Inovasi dan resep, ketergantungan terhadap warga dunia, peningkatan kualitas dan jangkauan produk di pasar, membantu memberikan solusi dalam partnership untuk sebuah rantai nilai, serta menambah kesempatan untuk petani memasarkan produknya sehingga produknya dapat dikenal luas. Menurut Setiawan (2009) analisis nilai tambah menggunakan metode hayami juga dimungkinkan untuk melihat struktur biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing anggota rantai pasok dalam menjalankan aktivitas dalam kegiatan penyaluran kelapa dalam sebuah rantai pasokan.

### Pedagang Antar Wilayah

Pedagang antar wilayah dalam mengumpulkan buah kelapa di petani membutuhkan 1 orang tenaga kerja untuk melakukan pemanenan dan pengupasan. Sistem upah yang diberikan ke tenaga kerja adalah harian sebesar Rp.100.000,- per hari dengan jam kerja selama 7 jam per hari sehingga upah rata-rata per jamnya sebesar Rp.14.286,-. sumbanagn input lain berupa transportasi adalah sebesar Rp.150,- per buah untuk PAW Seluma, dan RP.200,- per buah untuk PAW Bengkulu Utara. Perbedaan biaya transportasi tersebut dikarenakan jarak Seluma-Kota Bengkulu lebih dekat dibandingkan dengan jarak Bengkulu Utara-Kota Bengkulu.

**Tabel 4. Perhitungan nilai tambah pedagang antar wilayah**

Variabel	Asal dan Pasar Sasaran		
	Seluma ke P. Pagar	B. Utara ke P.	B. Utara ke P.
	Dewa	Minggu	Panorama
Output (buah per bulan)	3400	8000	6400

Bahan Baku (buah)	3400	8000	6400
Tenaga Kerja (Jam/Periode)	56	56	56
Faktor Konversi	1	1	1
Koefisien Tenaga Kerja	0,016	0,007	0,009
Harga Output (Rp/buah)	3400	3000	3000
Upah Rata-Rata (Rp per jam)	14286	14286	14286
Pendapatan dan Keuntungan			
Harga Bahan Baku (Rp/buah)	2250	2000	2000
Sumbangan Input Lain (Rp/buah)	150	200	200
Nilai Output (Rp/buah)	3400	3000	3000
Nilai Tambah (Rp/kg)	1000	800	800
Rasio Nilai Tambah (%)	29,41	26,67	26,67
Imbalan Tenaga Kerja	235,29	100	125
Bagian Tenaga Kerja	23,53	12,50	15,63
Keuntungan	764,71	700,00	675,00
Tingkat Keuntungan	76,47	87,50	84,38

Sumber : Olah Data Primer

Berdasarkan hasil perhitungan nilai tambah Hayami didapat faktor konversi sebesar 1 untuk semua PAW. Hal ini karena produk yang dibeli sama dengan produk yang dijual sehingga tidak ada penyusutan produk. Faktor koefisien tenaga kerja dari perhitungan nilai tambah adalah sebesar 0,016 untuk PAW Seluma yang didapatkan dari tenaga kerja (jam/periode) dibagi output buah (/bulan) yaitu 56 dibagi 3.400 dan 0,007 untuk PAW Bengkulu Utara yaitu 56 dibagi 8000. Perbedaan nilai faktor koefisien tenaga kerja dikarenakan jumlah produk yang dijual dan dibeli berbeda antara PAW. Harga output yang diperoleh PAW Seluma adalah sebesar Rp.3.400, - dan PAW Bengkulu Utara sebesar Rp.3.000, -. Pada perhitungan nilai tambah PAW Seluma mendapat nilai tambah sebesar Rp1.000, - perbuah yang didapatkan dari nilai output (Rp/buah) dikurang sumbangan input lainnya (Rp/buah) dikurang harga bahan baku (Rp/buah) yaitu 3.400 dikurang 1.50 dikurang 2.250 dengan persentase nilai tambah 29,41% didapatkan dari nilai tambah (Rp/buah) dibagi nilai output (Rp/buah) dikalikan 100 yaitu 1.000 dibagi 3.400 dikali 100 dan PAW Bengkulu Utara mendapat Rp.800, - per buah yaitu 3.000 dikurang 2.00 dikurang 3000 dengan persentase nilai tambah 26,67% yaitu 800 dibagi 3.000 dikalikan 100. Keuntungan yang didapat setelah dikurangi imbalan tenaga kerja (koefisien tenaga kerja dikali upah rata-rata /jam) adalah oleh PAW Seluma adalah sebesar Rp.764,71 yaitu 1000 dikurangi 235.294 dengan persentase 76,47% didapat dari keuntungan dibagi nilai tambah dikalikan 100 yaitu 764,71 dibagi 1000 dikalikan 100, selanjutnya keuntungan PAW Bengkulu Utara adalah sebesar Rp.700, - yaitu 800 dikurangi 100 dengan persentase 87,5 yaitu 700 dibagi 800 dikalikan 100.

## Pedagang Besar

Pedagang besar dalam menjalankan usahanya membutuhkan tenaga kerja sebanyak 1 orang untuk pasar Pagar Dewa, 4 orang untuk Pasar Minggu, dan 2 orang untuk Pasar Panorama. Sistem upah yang diberikan ke tenaga kerja adalah harian sebesar Rp.100.000, - /hari/orang dengan jam kerja selama 7 jam per hari, sehingga total jam kerja para pekerja selama satu bulan yaitu 210 jam/orang dengan upah rata-rata per jamnya sebesar Rp.14.286, - . Sumbagan input lain berupa sewa ruko yaitu sebesar Rp.2.500.000, - per bulan. Sehingga jika dikonversikan per buah kelapa yaitu untuk Pasar Pagar Dewa menjadi Rp.92,59,- didapat dari sumbangan input lainnya dibagikan bahan baku (buah/bulan) yaitu 2.500.000 dibagi 27.000, untuk pasar Minggu menjadi Rp.83,33,- yaitu 2.500.000 dibagi 30.000 dan untuk Pasar Panorama Rp.86,21, - yaitu 2.500.000 dibagi 29.000.

**Tabel 5. Perhitungan nilai tambah pedagang besar**

Variabel	Pedagang Besar Pasar		
	Pagar Dewa	Minggu	Panorama
Output (buah per bulan)	27000	30000	29000
Bahan Baku (buah)	27000	30000	29000
Tenaga Kerja (Jam/Periode)	210	840	420
Faktor Konversi	1	1	1
Koefisien Tanaga Kerja	0,0078	0,0280	0,0145
Harga Outpu (Rp/buah)	3400	3000	3000
Upah Rata-Rata (Rp per jam)	14286	14286	14286
Pendapatan dan Keuntungan			
Harga Bahan Baku (Rp/buah)	3400	3000	3000
Sumbangan Input Lain (Rp/buah)	92,59	83,33	86,21
Nilai Output (Rp/buah)	4600	4250	4250
Nilai Tambah (Rp/kg)	1107,41	1166,67	1163,79
Rasio Nilai Tambah (%)	24,07	27,45	27,38
Imbalan Tenaga Kerja	111,11	400,00	206,90
Bagian Tenaga Kerja	10,03	34,29	17,78
Keuntungan	996,30	766,67	956,90
Tingkat Keuntungan	89,97	65,71	82,22

Sumber : Olah Data Primer

Berdasarkan hasil perhitungan nilai tambah Hayami didapat faktor konversi sebesar 1 untuk semua PAW. Hal ini karena produk yang dibeli sama dengan produk yang dijual sehingga tidak ada penyusutan produk. Faktor koefisien tenaga kerja adalah sebesar 0,0078 untuk PB pasar Pagar Dewa yang didapat dari tenaga kerja (jam/bulan) dibagikan bahan baku (buah/bulan) yaitu 210 dibagi 27000, untuk PB pasar Minggu 0,028 yaitu 840 dibagi

30000 dan untuk PB pasar Panorama 0,0145 yaitu 420 dibagi 29000. Harga output yang diperoleh PB Pasar Pagar Dewa adalah sebesar Rp.4.600.00. PB Pasar Minggu dan Panorama sebesar Rp.4.250.00. Pada perhitungan nilai tambah PB pasar Pagar Dewa mendapat nilai tambah sebesar Rp1.107,41,- per buah didapat dari nilai output (Rp/buah) dikurang sumbangan input lainnya (Rp/buah) dikurang harga bahan baku (Rp/buah) yaitu 4.600 dikurang 92,59 dikurang 3.400 dengan persentase nilai tambah 24,07% didapat dari nilai tambah (Rp/buah) dibagi nilai output (Rp/buah) dikalikan 100 yaitu 1.107,41 dibagi 4.600 dikali 100, PB pasar Minggu mendapat nilai tambah sebesar Rp1.166,67,- per buah yaitu 4.250 dikurang 83,33 dikurang 3.000 dengan persentase nilai tambah 27,45% yaitu 1.166,67 dibagi 4.250 dikali 100 dan PB pasar Panorama mendapat nilai tambah sebesar Rp1.163,79,- per buah yaitu 4.250 dikurang 86,21 dikurang 3.000 dengan persentase nilai tambah 17,78% yaitu 1.163,79 dibagi 4.250 dikali 100. Keuntungan yang didapat setelah dikurangi imbalan tenaga kerja (koefisien tenaga kerja dikali upah rata-rata/jam) adalah oleh PB pasar Pagar Dewa sebesar Rp996,30, - per buah yaitu 1.107,41 dikurangi 111,11 dengan persentase nilai tambah 89,97% didapat dari keuntungan (Rp/buah) dibagi nilai tambah (Rp/buah) dikalikan 100 yaitu 996,30 dibagi 1107,41 dikali 100, selanjutnya PB pasar Minggu sebesar Rp766,670, - per buah yaitu 1.166,67 dikurangi 400 dengan persentase nilai tambah 65,71% yaitu 766,670 dibagi 1166,67 dikali 100 dan PB pasar Panorama sebesar Rp956,90, - per buah yaitu 1162,79 dikurangi 206,90 dengan persentase nilai tambah 82,22% yaitu 956,90 dibagi 1163,79 dikali 100.

### **Pedagang Eceran**

Pedagang eceran dalam menjalankan usahanya tidak membutuhkan tenaga kerja, melainkan dia sendiri tenaga kerjanya. Sehingga untuk upah dan koefisien tenaga kerja sebesar 0. Sumbangan lain juga dalam penelitian ini dianggap tidak ada hal ini karena pedagang eceran tidak hanya menjual kelapa melainkan menjual bumbu-bumbu lainnya dan juga kebutuhan bahan masakan dapur, sehingga peneliti kesusahan untuk menghitung sumbangan input lain. Pada perhitungan nilai tambah pedagang eceran di pasar Pagar Dewa mendapat nilai tambah sebesar Rp1.000, - per buah dengan persentase nilai tambah 17,86%, sedangkan pedagang eceran di pasar Minggu dan Panorama mendapat nilai tambah sebesar Rp1.000, - per buah dengan persentase nilai tambah 19,05%. Pedagang eceran mendapat keuntungan setiap penjualan 1 buah kelapa sebesar Rp.1.000, - dengan persentase keuntungan sebesar 100% karena tidak dikurang dengan faktor tenaga kerja.

**Tabel 6. Perhitungan nilai tambah pedagang eceran**

Variabel	Pasar		
	Pagar Dewa	P. Minggu	P. Panorama



Output (buah per bulan)	300	300	300
Bahan Baku (buah)	300	300	300
Tenaga Kerja (Jam/Periode)	0	0	0
Faktor Konversi	1	1	1
Koefisien Tanaga Kerja	0,0000	0,0000	0,0000
Harga Outpu (Rp/buah)	5600	5250	5250
Upah Rata-Rata (Rp per jam)	0	0	0
Pendapatan dan Keuntungan			
Harga Bahan Baku (Rp/buah)	4600	4250	4250
Sumbangan Input Lain (Rp/buah)	0	0	0
Nilai Output (Rp/buah)	5600	5250	5250
Nilai Tambah (Rp/kg)	1000,00	1000,00	1000,00
Rasio Nilai Tambah (%)	17,86	19,05	19,05
Imbalan Tenaga Kerja	0,00	0,00	0,00
Bagian Tenaga Kerja	0,00	0,00	0,00
Keuntungan	1000,00	1000,00	1000,00
Tingkat Keuntungan	100,00	100,00	100,00

Sumber : Olah Data Primer

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kondisi rantai pasok kelapa di Kota Bengkulu saat ini masih belum berjalan dengan baik. Sasaran pasar memiliki target yang jelas namun terdapat permasalahan dalam optimilasi sasaran rantai pasok, yaitu petani-petani tidak ditunjang dengan pengetahuan mengenai kualitas kelapa yang baik. Anggota primer rantai pasok buah kelapa tua di Kota Bengkulu yaitu pedagang antar wilayah (PAW), pedagang besar, pedagang eceran dan konsumen rumah tangga dan industri rumahan.

Rantai pasok kelapa di Kota Bengkulu menggunakan strategi *pull*. PAW hanya memasok kelapa jika diminta oleh pedagang besar. Kemitraan antara beberapa PAW dan pedagang besar juga terlihat dengan adanya sistem pembayaran kelapa kepada pihak PAW dilakukan setelah kelapa tersebut telah laku terjual kepada konsumen ataupun pedagang pengecer.

Pola aliran rantai pasok di Kota Bengkulu secara umum

Pola I : PAW → Pedagang Besar → Pedagang Eceran → Konsumen RT

Pola II : PAW → Pedagang Besar → Konsumen RT

Pola III : PAW → Pedagang Besar → Industri Rumah Tangga

Analisis nilai tambah menunjukkan bahwa aktivitas yang dilakukan pedagang pengecer dapat memberikan nilai tambah lebih besar disbanding kan anggota rantai pasok lainnya yaitu

sebesar Rp. 1000 dengan persentase 100% karena tidak dikurangi dengan tenaga kerja disetiap penjualan 1 buah kelapa. Sedangkan para Pedagang Besar dan Pedagang Antar wilayah setelah dikurangi tenaga kerja yaitu PB pasar Dewa sebesar Rp. 996,30 per buah dengan persentase 89,97%, PB pasar Minggu sebesar Rp. 766, 670 perbuah dengan persentase 65,71%, PB pasar Panorama sebesar Rp. 956,90 perbuah dengan persentase nilai tambah 82,22%, PAW Seluma sebesar Rp. 764,71 per buah dengan persentase 776,47% dan PAW Bengkulu Utara sebesar Rp. 700 perbuah dengan persentase 87,5%.

## DAFTAR REFERENSI

- Addlillah, F.M., A. Sutoni, dan B.E. Putro. 2021. Analisis Rantai Pasok dan Rantai Nilai pada Kelapa Dan Ubi Jalar Di Kabupaten Cianjur Jawa Barat. Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2021. ISSN: 2579-6429
- Allorerung, D., Z. Mahmud, A. Wahyudi, GS. Hardono, H. Novrianto, dan HT. Luntungan. 2005. *Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Kelapa*. Badan Penelitian dan Arah Deparemen Pertanian, Jakarta
- Baatz, E.B. 1995, "CIO 100 – best practices: the chain gang". *CIO*, Vol. 8 No 19, pp. 46-52
- Badan Pusat Statistik. 2022. Produksi Tanaman Perkebunan (Ribu Ton), 2019-2021. <https://www.bps.go.id/indicator/54/132/1/produksi-tanaman-perkebunan.html>
- Challener.1999. Measuring supply chain performance. *International Journal of Operations and Production Management* : Hal 275-295
- Coltrain D, Barton D dan, Boland M . 2000. *Value-Added: Opportunitas and Strategies*. Kansan State University : Kansas (US)
- Dimyati, Tj.T. dan Dimyati, D. (2003). *Operations Research Model-model Pengambilan Keputusan*. Edisi ke dua. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Fairbaim. 2004. *Value-Added Agriculture In Canada*. Report Of The Standing Senate Communitte. Canada (CA) on Agriculture and Forestry
- Foale, M. 2003. *The Coconut Odyssey : The Bounteous Possibilities of The Tree of Life*. Australian Centre for International Agricultural Research, Canberra
- Golicic, S. L., D. F. Davis, T. M. McCarthy, & J. T. Mentzer. 2002. The impact of e-commerce on supply chain relationships. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 32(10), 851-871.
- Handfield, R.B. & NicholsE.L. (2002). *Supply Chain Redesign: Transforming Supply Chains into Integrated Value Systems*. London : Prentice Hall
- Hasan, I. 2002. *Pokok-pokok Materi Statistik 1* : Statistik Deskriptif. Bumi Aksara, Jakarta
- Hayami Y, Kawa T, Marooka Y, dan Siregar M. 9987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Jaya, A Prospective From Sunda Village*. The GGPRT. Bogor
- Indrajit, RE. dan R. Djokopranoto. 2003. *Konsep Manajemen Supply Chain : Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. PT Grasindo, Jakarta
- Jayaram J, Vickery S, dan Droge C. (2000). The Effects Of Information System Infrastructure And Process Improvements On Supply-Chain Time Performance. *Intrnational Journal of Physical Distributon & logistics Management*, 30: 314-330

- Khol dan Uhl. (2002), *Marketing of Agricultural Product*, Purdue University. Macmillan Publishing Company. New York
- Lambert DM, Cooper MC, Pagh JD. 1998. *Supply Chain Management : Implementation Issues dan Research Oppurtunities*. The Internatonal Journal Of Logistics Management. Vol 9(2): 1-19 (25 mei 2016)
- Miranda dan WT. Amin.2005. *Manajemen Logistik dan Supply Chain Manajemen*. Harvarindo, Jakarta
- Palungkun, R. 1998. *Aneka Produk Olahan Kelapa*. Penebar Swadaya, Jakarta
- Prakosa, M. 2002. *Arah Kebijakan dan Strategi Pembagunan Perkelapaan Indonesia*.Makalah Pada Proseding Hari Perkelapaan Keempat, 20-22 September 2002, Bandung
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian. 2015. *Kelapa Komditas Pertanian Subsektor Perkebunan*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian. Jakarta
- Qhoirunisa A. 2014. *Rantai Pasok Padi di Kabupaten Bogor Jawa Barat*. (Thesis). Bogor : IPB
- Ritonga, OS. 2005. *Analisis Pemasaran Komoditas Kentang dengan Pendekatan Konsep Supply Chain Management Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah*.Skripsi. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Fakultas Pertanian IPB, Bogor
- Russel, RS dan BW. Taylor. 2003. *Operations Management*. Prentice Hall, New Jersey
- Samosir, Y. (1992). *Asal Usul Penyebaran Kelapa, dalam Kelapa (Cocos Nucifera)*., Asosiasi Litbangbun, Puslitbun Marihat\_Bandar Kuala Pematang Siantar
- Sanusi, M.D. 2019. *Tinjauan rantai pasok komoditi kelapa di PT. Bontojalling Baoji Indonesia*. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, 8(2) : 169-178
- Sartika, DAR. 2008. *Pengaruh Asam Lemak Jenuh, Tidak Jenuh dan Asam Lemak Trans terhadap Kesehatan*. Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional 2(4) : 154-160
- Simchi-Levi, D, P. kaminsky dan E. Shimchi-Levi. 2003. *Designing, and Managing TheSupplyChain: Concepts, Strategis and Case Studies*. McGraw-Hill, New York.1
- Skjoett-Larsen, T. (2000). *EoupeanLogistics Beyound 2000*. *International Journal of Physical Distribution Logistics & Logistics Management*, 30(5), 377-387
- Sudiyono, A. 2002.*Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang, malang
- Susiyana, AO. 2005. *Analisis Rantai Persediaan (Supply Chain) Komoditas Jeruk Medan*. Skripsi Program Studi Manajemen Agribisnis Departemen Ilmu-ilmu Sosial Fakultas Pertanian IPB, Bogor
- Tuminah, S. 2009. *Efek asam lemak jenuh dan asam lemak tak jenuh "Trans" terhadap kesehatan*. Media Peneliti dan Pengembangan Kesehatan 19(2) : 13-20
- Widiastuti, N. Dan M. Harisudin. 2011. *Saluran Dan Marjin Pemasaran Jagung Di Kabupaten Grobogan*. Jurnal SEPA. 9 (2) : 231-240