

RINGKASAN

Tanaman kelapa merupakan tanaman yang tumbuh di daerah dengan intensitas cahaya yang tinggi. Tanaman kelapa banyak tumbuh di negara Madagaskar, Hawaii, negara-negara asia tenggara dan Indonesia. Menurut *Asean and Pacific Coconut Community* (APPC), Indonesia merupakan negara produsen kelapa terbesar di dunia dengan jumlah produksi 3 ton pada tahun 2001. Namun pada tahun 2015-2016 rata-rata pertumbuhan produksi buah kelapa mengalami penurunan. Di Jawa Timur, pertumbuhan produksi mengalami peningkatan sebesar 1,484% (BPS Provinsi Jawa Timur, 2018). Tingkat produktivitas tanaman kelapa tertinggi di Jawa Timur yaitu di Kecamatan Wuluhan. Tingginya produksi buah kelapa perlu diimbangi dengan system pemasaran yang baik untuk meningkatkan keuntungan petani.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengetahui petani kelapa di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember, (2) Mengetahui efisiensi pemasaran buah kelapa di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember dan (3) Mengetahui elastisitas transmisi harga kelapa di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember.

Hipotesis dari penelitian ini adalah (1) diduga usahatani buah kelapa di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember menguntungkan, (2) diduga saluran pemasaran buah kelapa di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember efisien, (3) diduga elastisitas transmisi harga buah kelapa di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember lebih dari 1 dan mengarah pada pasar oligopoli.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *deskriptif* dan teknik *survey*. Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive method*) yaitu di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember. Metode yang digunakan dalam menentukan sampel petani kelapa yaitu *purposive sampling* yaitu 1% dari populasi atas dasar jumlah populasi banyak tetapi tingkat homogenitas tinggi (Singarimbun dan Efendi, 1995). Jumlah sampel petani kelapa sebanyak 12 orang di Desa Tanjungrejo, 13 orang di Desa Kesilir dan 8 orang di Desa Tamansari. Metode yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel lembaga pemasaran yaitu *proportional sampling* sebanyak 2 pedagang pengepul, 8 pedagang pengecer dan 1 pedagang besar. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder yang didapatkan dengan metode observasi, metode wawancara dan metode pencatatan. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis keuntungan usahatani, analisis *farmer's share* dan analisis elastisitas transmisi harga.

Kriteria pengambilan keputusan keuntungan usahatani, jika $\pi > 0$ maka usahatani buah kelapa di Kecamatan Wuluhan menguntungkan dan juga sebaliknya. Efisiensi pemasaran dapat diukur dengan *farmer's share* dengan kriteria pengambilan keputusan apabila *farmer's share* $< 50\%$ maka pemasaran belum efisien, sebaliknya apabila *farmer's share* $> 50\%$ maka pemasaran dapat dikatakan efisien (Sidoyono, 2002). Elastisitas transmisi harga yaitu rasio perubahan harga di tingkat pengecer dan tingkat petani. Kriteria pengambilan keputusan elastisitas transmisi harga yaitu apabila $E_t \leq 1$ maka perubahan harga di tingkat produsen lebih besar daripada di tingkat pengecer, sebaliknya apabila $E_t > 1$ maka perubahan harga di tingkat produsen lebih kecil daripada di tingkat

pengecer. Sedangkan kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan jenis pasara apabila $E_t < 1$ menunjukkan kondisi pasar tidak bersaing sempurna atau merupakan jenis pasar oligopoli, $E_t = 1$ menunjukkan kondisi pasar bersaing sempurna dan $E_t > 1$ menunjukkan kondisi pasar tidak bersaing sempurna atau merupakan jenis pasar oligopsoni.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) Usahatani kelapa di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember menguntungkan dengan rata-rata keuntungan per 10 pohon pada saluran pemasaran 0 tingkat sebesar Rp.1.500.000, saluran pemasaran I tingkat sebesar Rp.2.820.680, saluran pemasaran II tingkat sebesar Rp.3.299.820 dan saluran pemasaran III tingkat sebesar Rp.1.200.000. (2) *Farmer's share* pada saluran pemasaran 0 tingkat sebesar 100% (efisien), pada saluran pemasaran I tingkat 80,00% (efisien), pada saluran pemasaran II tingkat sebesar 51,72% (efisien) dan pada saluran pemasaran III tingkat sebesar 33,33% (tidak efisien). (3) Elastisitas transmisi harga dianalisis pada saat terjadi perubahan harga yang terjadi sebanyak 6 kali pada bulan April-Mei, Juni-Juli, Juli-Agustus, Agustus-September, Oktober-November dan November-Desember. Pada saluran pemasaran 0 tingkat, elastisitas transmisi harga sebesar 1 yang berarti merupakan jenis pasar persaingan sempurna.

Pada saluran pemasaran I tingkat, elastisitas transmisi harga pada bulan April-Mei sebesar 1,50, bulan Juni-Juli sebesar 1,80, bulan Juli-Agustus sebesar 1,80, bulan Agustus-September sebesar 1,50, bulan Oktober-November sebesar 1,50 dan bulan November-Desember sebesar 1,50. Rata-rata elastisitas transmisi harga pada saluran pemasaran I tingkat sebesar 1,60 yang berarti perubahan harga

di tingkat produsen lebih kecil daripada di tingkat pengecer dan merupakan jenis pasar tidak bersaing sempurna (oligopsoni).

Pada saluran pemasaran II tingkat, elastisitas transmisi harga selama satu tahun terakhir atau dalam 6 kali perubahan harga sebesar 0,69. Hal tersebut $E_t < 1$ dimana perubahan harga di tingkat produsen lebih besar daripada di tingkat pengecer dan merupakan jenis pasar oligopoli.

Sedangkan pada saluran pemasaran III tingkat, elastisitas transmisi harga pada bulan April-Mei, Juni-Juli, Juli-Agustus dan November-Desember sebesar 0,27, serta pada bulan Agustus-September dan Oktober-November sebesar 0,67. Rata-rata elastisitas transmisi harga sebesar 0,40 atau $E_t < 1$ yang berarti perubahan harga di tingkat produsen lebih besar daripada di tingkat pengecer dan merupakan jenis pasar oligopoli.

