

Peran Koperasi dalam Pemasaran Produk Kelapa di Era Industri 4.0

Ernoiz Antriyandarti

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Abstract: *Indonesia is the largest coconut producer in Southeast Asia. The relatively cheap price of coconut make this commodity does not provide economic incentives for coconut farmers. Therefore, cooperatives can play a significant role in increasing the value of coconut products through processing coconut into products that have a high added value. This study is carried out by descriptive method through survey and observation to the location of the coconut center, where the production and marketing were cooperatives, namely in Purworejo District, Central Java. The results of the study show that cooperatives have played an important role in marketing coconut products through coconut manufacturing and marketing to international markets both offline and online. Coconut farmers who are members of cooperatives get many benefits, including being able to sell coconuts at higher prices, processing them into high value-added products (VCO, coconut oil, crystal sugar, bath soap and other cosmetic products), and marketing coconut products throughout the archipelago and even exporting to the international market. Cooperatives in Purworejo District have succeeded in implementing the industrial system 4.0 in the value chain of marketing coconut products.*

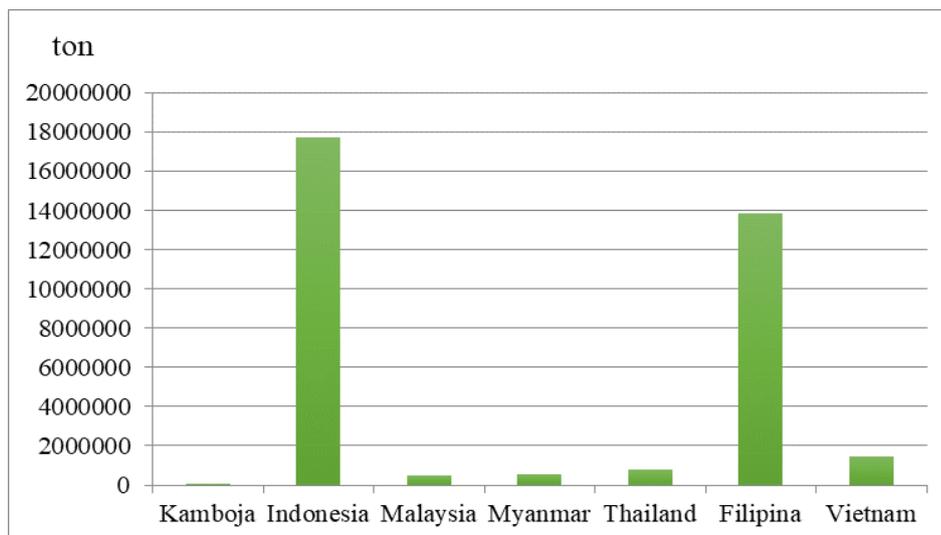
Keywords: *cooperative, added value, value chain, coconut*

Abstrak: Indonesia merupakan produsen kelapa terbesar di Asia Tenggara. Nilai jual buah kelapa yang relatif murah, menjadikan kelapa menjadi komoditas yang kurang memberikan insentif ekonomi bagi petani kelapa. Koperasi dapat berperan signifikan dalam meningkatkan nilai produk kelapa melalui pengolahan kelapa menjadi produk yang bernilai tambah cukup tinggi. Kajian ini dilakukan dengan metode deskriptif melalui survey dan observasi ke lokasi sentra kelapa, dimana motor produksi dan pemasarannya adalah koperasi, yaitu di Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Hasil kajian menunjukkan bahwa koperasi telah berperan penting dalam pemasaran produk kelapa melalui *manufacturing* kelapa dan pemasaran hingga ke pasar internasional baik secara *offline* maupun *online*. Petani kelapa anggota koperasi mendapatkan banyak manfaat, diantaranya dapat menjual kelapa dengan harga yang lebih tinggi, mengolah menjadi produk bernilai tambah tinggi (VCO, minyak kelapa, gula kristal, sabun mandi dan produk kosmetik lainnya), dan memasarkan produk kelapa ke seluruh nusantara bahkan mengekspor ke pasar internasional. Koperasi di Kabupaten Purworejo telah berhasil menerapkan sistem industri 4.0 dalam rantai nilai pemasaran produk kelapa.

Kata kunci: koperasi, nilai tambah, rantai nilai, kelapa

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan produsen kelapa terbesar di Asia Tenggara (Gambar 1). Nilai jual buah kelapa yang relatif murah, menjadikan kelapa menjadi komoditas yang kurang memberikan insentif ekonomi bagi petani kelapa. Di saat koperasi di daerah-daerah mengalami deaktivasi, koperasi di Kabupaten Purworejo justru menjadi penggerak ekonomi petani kelapa. Koperasi dapat berperan signifikan dalam meningkatkan nilai produk kelapa melalui pengolahan kelapa menjadi produk yang bernilai tambah cukup tinggi. Menurut Zuhartati (2010), koperasi telah berperan menyejahterakan dan memajukan perekonomian rakyat di negara-negara maju. Koperasi pertanian memiliki peran penting bagi petani anggota yang menjalankannya untuk membangun perekonomian di pedesaan.



Gambar 1. Produksi Kelapa Di Negara-negara ASEAN (2016)

Sumber: ASEAN on Coconut (2018)

Menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 1992, koperasi merupakan gerakan ekonomi rakyat atau badan usaha yang berperan serta untuk mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam tata perekonomian nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Akan tetapi, keberadaan dan perkembangan koperasi mengalami pasang surut seiring dengan perkembangan kebijakan politik hukum di Indonesia (Zain, 2015; Nugraha, 2016).

Di era industri 4.0, komoditas kelapa menjadi semakin terdesak jika tidak ada terobosan dari hulu sampai ke hilir. Oleh karena itu, koperasi menjadi tumpuan untuk berperan signifikan baik dalam proses *manufacturing* maupun pemasaran. Sehingga komoditas kelapa beserta diversifikasi produknya dapat bersaing di era industri yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi *cyber*. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran koperasi dalam pemasaran produk kelapa di era industri 4.0.

2. Metode

Kajian ini dilakukan dengan metode deskriptif melalui survey dan observasi langsung ke lokasi sentra kelapa, dimana motor produksi dan pemasarannya adalah koperasi, salah satunya yaitu Koperasi Srikandi di Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah.

3. Hasil Analisis dan Pembahasan

Komoditas kelapa masih banyak dijual dalam bentuk primer yang belum diolah, sehingga harga jualnya rendah. Kelapa dapat diolah menjadi berbagai macam produk, termasuk tempurung buah kelapa (Gambar 2). Menurut Niral dan Ranjini (2018), kelapa merupakan tumbuhan yang semua bagiannya memberikan manfaat bagi hidup manusia.



Gambar 2. Aneka Produk Kelapa

Hasil kajian menunjukkan bahwa koperasi telah berperan penting dalam pemasaran produk kelapa melalui *manufacturing* kelapa dan pemasaran hingga ke pasar internasional baik secara *offline* maupun *online*. Petani kelapa anggota koperasi mendapatkan banyak manfaat, diantaranya dapat menjual kelapa dengan harga yang lebih tinggi, mengolah menjadi produk bernilai tambah tinggi (VCO, minyak kelapa, gula kristal, sabun mandi dan produk kosmetik lainnya), dan memasarkan produk kelapa ke seluruh nusantara bahkan mengekspor ke pasar internasional. Koperasi Wanita Srikandi berperan penting dalam rantai nilai pemasaran kelapa. Petani dapat mengumpulkan kelapa atau gula kristal curah ke koperasi. Kemudian koperasi mengolah buah kelapa menjadi produk susu kelapa, VCO dan minyak kelapa. Gula kristal yang dikumpulkan petani diolah lebih lanjut untuk mengurangi kadar air, menjaga mutu dan mengemasnya dengan standar internasional. Setiap hari, koperasi Srikandi dapat mengekspor 150 ton gula kristal ke pasar internasional. Selain berfungsi sebagai pengumpul dan memproduksi produk olahan kelapa, Koperasi Wanita Srikandi juga rutin melakukan pendampingan dan pelatihan kepada petani anggotanya menggunakan teknologi terkini. Untuk memutakhirkan proses produksi, Koperasi

Srikandi bekerja sama dengan tenaga ahli dari Korea Selatan. Berikut ini adalah produk kelapa yang diproduksi oleh Koperasi Srikandi, Kabupaten Purworejo (Gambar 3 dan 4).



Gambar 3. Sabun Susu Kelapa dan Virgin Coconut Oil (VCO)



Gambar 4. Gula Kristal dan Minyak Kelapa

Minyak kelapa dan VCO mempunyai banyak khasiat untuk kesehatan, yaitu mengurangi resiko penyakit jantung dan stroke (Fife, 2018). Hal ini menjadikan produk kelapa mempunyai prospek yang cukup bagus di pasar. Dengan adanya koperasi, petani kelapa di kabupaten Purworejo dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraannya, sesuai dengan manfaat koperasi yang dikemukakan oleh Sri (2005). Bahkan koperasi Srikandi tumbuh berkembang dengan sangat baik, menyerap banyak tenaga kerja dengan manajemen yang sangat professional. Pemasaran secara online tidak hanya melalui website koperasi sendiri, tetapi juga melalui *online marketplace* seperti Bukalapak, Tokopedia, Lazada dan lain-lain.

4. Kesimpulan

Koperasi di Kabupaten Purworejo telah berhasil menerapkan sistem yang siap bersaing di era industri 4.0 dalam rantai nilai pemasaran produk kelapa. Koperasi pertanian di Kabupaten Purworejo menjalankan fungsi sebagai pengumpul, produksi, dan *manufacturing*, pemasaran serta pendampingan kepada petani yang semuanya dilakukan dengan teknologi mutakhir dan berbasis internet secara terpadu dan terintegrasi.

Pustaka

- ASEAN. 2018. *ASEAN on Coconut: Program Book ASEAN Exchange Visit*. ASEAN Foundation. Jakarta.
- Five, B. Coconut Oil Lowers Risk of Heart Disease, Stroke: Study Shows. *Cocoinfo International*. 2018, Vol 25 (1): 10 -13.
- Niral, V dan Ranjini, T. N. Tender Coconut Varieties for the Benefit Coconut Grower. *Cocoinfo International*. 2018, Vol 25 (1): 30 - 34.
- Nugraha, A.B. Politik Hukum Terhadap Koperasi Indonesia. *Cakrawala*. 2016, Vol. 5: 271 - 297.
- Sri, E.S . 2005. *Koperasi : Nilai Tambah Ekonomi, Nilai Tambah Sosio Kultural Sokoguru Perekonomian*. Yayasan Hatta. Jakarta.
- Zain, M.A. Politik Hukum Koperasi Di Indonesia (Tinjauan Yuridis Historis Pengaturan Perkoperasian Di Indonesia). *Jurnal Penelitian Hukum*. November 2015, Vol 2 (3): 160 - 177.
- Zulhartati, S. 2010. Peranan Koperasi dalam Perekonomian Indonesia. *Guru Membangun*. Vol 25 (3): 1-7