

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Klasifikasi dan Morfologi Tanaman Kelapa

Dalam bahasa Inggris, kelapa disebut *coco palm*, *coconut tree*, atau *coconut tree*. Kelapa biasanya tumbuh tegak namun di daerah tepian pantai, pohon kelapa dengan batang yang keras dan biasanya tidak bercabang (*monopodial*) dan berakar serabut. Menurut Mardiatmoko & Ariyanti (2018) berikut klasifikasi tanaman kelapa :

Kingdom : *Plantae*
Division : *Spermatophyta*
Sub Divisio : *Angiospermae*
Ordo : *Palmales*
Family : *Palmae*
Genus : *Cocos*
Spesies : *Cocos nucifera, linnaeus*

Akar, batang, daun, dan buah adalah komponen utama tanaman kelapa. *Cocofiber*, nama lain dari tanaman kelapa merupakan serat dari sabut kelapa yang biasa digunakan dalam industri, adalah salah satu produk industri yang berasal dari kelapa. Sabut kelapa terdiri dari dua bagian: serbuk kelapa, atau *cocopeat*, dan serat kelapa, atau *cocofiber*. *Cocofiber* adalah lapisan serat tebal yang terletak di antara kulit terluar buah kelapa dan tempurung yang menutupi biji kelapa.

Lapisan yang bersabut terdiri dari berbagai jenis serat (*fiber*) dengan panjang yang berbeda yang diikat oleh jaringan gabus dan tidak berserat lainnya (Suhardiyono, 1991).

B. Pembuatan Sapu Serabut Kelapa

Sapu adalah alat rumah tangga yang biasanya terbuat dari ijuk, lidi, serabut dan bahan lainnya yang digabungkan kemudian diikat menjadi satu dan kemudian diberi tangkai untuk digunakan untuk membersihkan debu dan sampah. Serabut kelapa adalah bagian selimut yang terdiri dari serat kasar dari kulit buah kelapa yang dapat digunakan untuk berbagai jenis industri, salah satunya adalah sapu serabut kelapa (Hanum & Martini, 2015).

Menurut Haryanto (2019) cara pembuatan sapu serabut kelapa sebagai berikut:

1. Serabut kelapa direndam selama kurang lebih 2 minggu.
2. Setelah sabut kelapa ditiriskan sembari dipukul hingga menjadi gepeng dan memisahkan antara serabut kelapa yang menempel pada kulit kelapa.
3. Kemudian serabut kelapa yang telah di pukul menggunakan peralatan yang berasal dari kayu. Proses selanjutnya merapikan serat-serat sabut kelapa agar mendapatkan serat yang lembut dan dijemur dibawah sinar matahari sampai kering.
4. Serabut-serabut kelapa yang telah kering tersebut disatukan kembali dan direkatkan ke potongan bambu.
5. Untuk mempercantik tampilan, kain perca yang berwarna-warni dijahitkan ke pangkal sapu.

6. Langkah terakhir yakni sapu dibersihkan dari serbuk-serbuk kelapa dengan menyisir sapu dengan potongan kayu yang diberi paku.
7. Tidak lupa juga diberikan ramuan khusus agar sapu sabut kelapa kelihatan putih bersih.

C. Teori Biaya Produksi

Biaya merupakan pengeluaran yang digunakan selama usaha. Terdapat dua jenis biaya yang digunakan dalam usaha pengrajin sapu serabut kelapa diantaranya biaya tetap dan biaya variabel. Sedangkan menurut Suratiyah (2015) biaya merupakan korbanan yang dikeluarkan dalam proses produksi yang berawal dari segi fisik kemudian diberikan nilai rupiah. Dimana biaya disini sebagai pengorbanan yang dapat diduga dan dapat dihitung kuantitatif namun secara aspek ekonomi tidak dapat dihindarkan karena berhubungan dengan proses produksi tertentu. Dalam usahatani maka biaya adalah hal apa saja yang dipergunakan selama usahatani tersebut berlangsung. Usaha akan mengalami kerugian apabila biaya yang dikeluarkan lebih besar daripada laba yang diperoleh. Biaya usahatani dibedakan menjadi dua macam yakni:

1. Biaya Tetap

Biaya tetap ialah biaya yang dikeluarkan dimana jumlahnya relatif tetap dan terus akan dikeluarkan walaupun hasil produksinya banyak maupun sedikit. Jadi besaran biaya tetap tidak tergantung kepada besar-kecilnya hasil produksi. Adapun semakin tinggi jumlah volume kegiatan maka semakin rendah biaya satuannya. Dan apabila jika volume kegiatannya semakin rendah maka biaya satuan akan terlampaui semakin

tinggi (Dewi, 2019). Contoh biaya tetap antara lain: angkong, palu, jarum karung, sisir.

2. Biaya Variabel (Tidak Tetap)

Biaya variabel merupakan besaran yang dikeluarkan dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh. Jadi semakin tinggi jumlah volume kegiatan, maka akan semakin rendah jumlah total biaya variabel yang harus dikeluarkan. Apabila biaya satuan pada biaya variabel bersifat konstan atau stabil maka hal tersebut tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan (Dewi, 2019). Contoh biaya variabel ialah sarana produksi yang digunakan selama usahatani, pengeluaran-pengeluaran untuk serabut kelapa, cairan pemutih, atau hal-hal yang mendukung selama produksi. Penelitian yang dilakukan oleh Sa'adah (2020) biaya variabel yang digunakan dalam menganalisis biaya diantaranya pembelian serabut kelapa, tangkai bambu, plastik, cairan pemutih, dan upah tenaga kerja.

Menurut Soekartawi (2007) untuk menghitung biaya dapat menggunakan rumus berikut:

$$TC = FC + VC$$

Dimana:

TC = Total produksi (Rp)

FC = biaya tetap (Rp)

VC = biaya variable (Rp)

D. Penerimaan

Penerimaan pada usahatani ialah jumlah input yang telah diterima oleh pengrajin dari aktifitas produksi yang sudah dijalankan dan menghasilkan uang tanpa dikurangi dengan berbagai biaya yang dipakai waktu produksi. Menurut Ambarsari *et al.*, (2014) penerimaan adalah Jumlah yang dihasilkan selama tahap produksi dikalikan dengan harga jual produk.

usahatani yang diterima mempengaruhi berbagai faktor, yakni: luasan usahatani, total produktivitas, macam dan harga komoditi usahatani yang dilakukan. Berbagai faktor tersebut sejalan, oleh karena itu jika salah satu faktor naik/turun maka bisa berpengaruh terhadap penghasilan yang diterima oleh petani untuk usahatani yang dilakukan. Luasan lahan semakin besar yang dimiliki petani maka hasil produktivitasnya yang semakin besar, oleh karena itu penerimaan yang diterima oleh petani semakin banyak pula (Sundari, 2011).

Menurut Soekartawi (2007) menyatakan penerimaan usahatani ialah perkalian antara hasil produk yang didapatkan dengan harga penjualan. Dengan rumus sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Dimana: TR = Total Penerimaan (Rp)

P = Harga per unit produk (Rp)

Q = jumlah produk yang dihasilkan (Pcs)

E. Pendapatan dan keuntungan

Pendapatan didapat dari hasil dari perhitungan yang menghitung perbedaan antara penerimaan dan semua biaya yang telah dikeluarkan. Pendapatan pertanian dihitung dengan mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi. (Soekartawi, 2007). Pendapatan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Pd = TR - TC$$

Dimana:

Pd = Pendapatan

TR = Penerimaan total (*Total Revenue*)

TC = Biaya total (*Total Cost*)

Keuntungan tidak jauh berbeda dengan pendapatan, dimana keuntungan merupakan hasil pengurangan antar total penerimaan dengan total biaya. Keuntungan juga dikenal sebagai laba atau profit, dimana keuntungan akan menunjukkan seberapa efisien suatu usaha dalam menghasilkan pendapatan dibanding dengan biaya yang dikeluarkan. Berikut rumus perhitungan keuntungan:

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan:

Π : Keuntungan

TR : Total Penerimaan

TC : Total biaya

F. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dan harga yang diterima pengrajin atau biaya untuk jasa pemasaran yang dibutuhkan dikarenakan permintaan dan kebutuhan untuk jasa pemasaran Wuryantoro & Ayu (2021). Oleh karena itu, margin pemasaran terdiri dari dua bagian: pengeluaran lembaga perantara dan keuntungan lembaga perantara (Karimudin, 2020).

Komponen margin pemasaran terdiri dari: biaya yang dibutuhkan oleh lembaga pemasaran dalam melaksanakan fungsi pemasaran disebut dengan istilah biaya fungsional atau biaya pemasaran, keuntungan lembaga pemasaran. Pada analisis pemasaran komoditas pertanian, sangat dipertimbangkan pada sisi permintaan dan penawaran secara simultan sehingga terbentuk harga ditingkat pengecer dan ditingkat konsumen (Sudiyono, 2004). Menurut Sambuaga & Rumagit (2016) margin pemasaran secara sistematis dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M : margin pemasaran (Rp/Pcs)

Pr : harga ditingkat produsen (Rp/Pcs)

Pf : harga ditingkat konsumen (Rp/Pcs)

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Margin pemasaran dianggap efisiensi jika nilainya mendekati nol,
- b. Semakin kecil nilainya, semakin efisiensi suatu pemasaran

- c. Selain itu, pemasaran dianggap efisiensi jika nilai harga yang diterima pengrajin lebih besar daripada margin pemasaran keseluruhan

G. *Farmer Share*

Farmer share berhubungan negative dengan margin pemasaran yakni margin pemasaran berkorelasi negative dengan tingkat pemrosesan, biaya transportasi, jumlah produk, dan keawetan produk. Persentase harga yang diterima oleh pengrajin dengan harga yang dibayarkan konsumen disebut dengan *farmer share* (Sirait, 2020).

Semakin banyak perantara pemasaran, semakin kecil bagian yang diterima oleh pengrajin. Ini dapat dihitung dengan membandingkan harga yang diterima oleh pengrajin dan harga yang dibayarkan oleh konsumen, kemudian dikalikan 100 persen, dan secara bertahap menghitung bagian yang diterima oleh pengrajin dan produsen dapat ditulis sebagai berikut (Sudiyono, 2004):

$$SP = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

SP : Bagian harga yang diterima produsen

P_f : Harga ditingkat produsen (Rp/Pcs)

P_r : Harga ditingkat konsumen (Rp/Pcs)

H. Kelayakan Usaha

Studi kelayakan usaha adalah adalah studi yang mempelajari usaha yang sedang dijalankan secara menyeluruh untuk menentukan apakah usaha tersebut layak untuk dilanjutkan atau tidak (Kasmir, 2012). Simanjuntak (1992) menyatakan bahwa studi kelayakan usaha adalah studi awal untuk

mengumpulkan informasi yang dibutuhkan oleh pemakai akhir tentang kebutuhan sumber daya, uang yang dikeluarkan, manfaat, dan kelayakan usaha yang diusulkan. Studi kelayakan bisnis diharapkan dapat memberikan gambaran apakah usaha yang akan dilakukan memiliki manfaat, keuntungan, dan kelayakan untuk dilaksanakan serta mampu mengurangi risiko.

Layak tidaknya usaha kegiatan dalam menilainya sejauh mana kegunaan yang bisa didapatkan untuk menjalankan suatu aktifitas usaha, disebut dengan *Feasibility study* merupakan bahan pertimbangan untuk pengambilan suatu keputusan, apakah diterima atau ditolak dari suatu ide usaha yang akan dijalankan apa pantas atau tidak untuk diusahakan atau tidak. Definisi pantas dalam penelitian tersebut ialah memungkinkannya dari ide usaha yang akan dijalankan dalam pemberian kegunaan baik arti finansial benefit maupun dalam arti, sosial benefit. Layaknya suatu ide usaha bergantung pada segi nilainya yang dijalankan dan evaluasi kelayakan usaha.

Analisis kelayakan digunakan saat membuat keputusan tentang gagasan atau proyek yang akan dilaksanakan. Menurut Soekartawi (2007) metode pengukuran yang dapat digunakan untuk menentukan kriteria investasi yang dapat digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. ***Revenue Cost Ratio (R/C)***

$$R/C = TR/TC$$

Dimana:

TR (Total *Revenue*) = Total penerimaan

TC (Total *Cost*) = Total Biaya Produksi

2. ***B/C Ratio***

Analisis ratio keuntungan atas biaya, juga dikenal sebagai B/C rasio, adalah perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan secara keseluruhan. Menurut Hartono & Rahardi (2003) Jika analisis rasio keuntungan atas biaya (B/C rasio) lebih besar dari nol, itu dianggap layak dan memberikan manfaat. Semakin tinggi nilai B/C rasio, semakin banyak manfaat yang akan diperoleh dari usaha tersebut.

I. Pemasaran

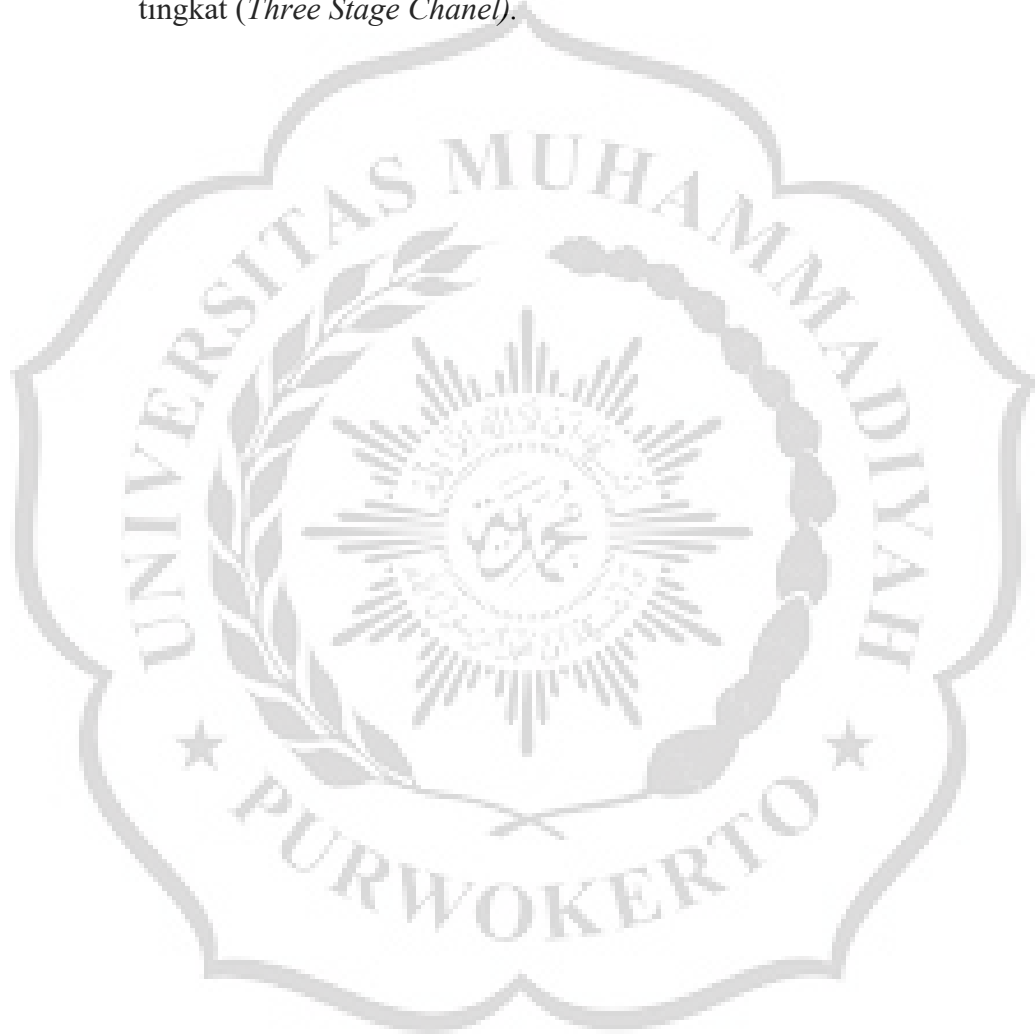
Masyarakat, biasanya menganggap pemasaran sebagai proses penjualan barang dan jasa namun, lebih jauh lagi pemasaran mencakup banyak hal. Menurut Tjiptono & Anastasia (2020) Pemasaran adalah proses pembuatan, distribusi, promosi, dan penetapan harga barang, jasa dan ide. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi pertukaran yang memuaskan dengan pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang selalu berubah. Pemasaran menentukan penjualan produk – barang atau jasa – antara produsen dan konsumen. Pemasaran adalah proses memperoleh pelanggan dan menjaga hubungan antara produsen dan konsumen serta pada saat yang sama menyesuaikan kebutuhan dan menjamin keuntungan bersama (Kardinan, 2014).

J. Pola Saluran Pemasaran

Setiap lapisan perantara pemasaran bertanggung jawab untuk mendekatkan barang dan kepemilikan kepada konsumen akhir. Ini dikenal sebagai pola saluran pemasaran (Kotler & Armstrong, 2008). Suatu pengrajin mempunyai kebebasan untuk menyalurkan produknya baik melalui distributor atau pedagang besar, yang kemudian disalurkan ke sub-distributor atau pedagang menengah, yang kemudian diteruskan ke pengecer untuk menjual produk langsung kepada konsumen. Berikut ialah gambar saluran pemasaran tingkat pertama sampai tingkat kelima (Kotler & Armstrong, 2008):

1. Jenis distribusi yang paling sederhana dan terendah adalah distribusi langsung, Dimana produsen mengirimkan produk langsung ke pelanggan tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual berbagai jenis produk langsung ke pelanggan melalui pos. saluran level nol, atau (*zero-stage channel*), adalah istilah lain untuk saluran ini.
2. Saluran distribusi melibatkan produsen dan pengecer melalui satu perantara. Dalam hal ini, pengecer besar membeli produk langsung dari produsen dan kemudian menjualnya langsung kepada konsumen akhir. Saluran ini dikenal dengan (*One Stage Chanel*)
3. Karena ada dua pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini banyak digunakan oleh produsen. Di sini, produsen hanya memberikan penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar daripada ke pengecer; pengecer hanya membeli dari pedagang besar, dan konsumen hanya membeli dari pengecer. Saluran distribusi ini juga disebut sebagai saluran dua tahap (*Two*

Stage Channel). Dengan menggunakan jalur distribusi tiga perantara, di mana produsen memilih agen untuk bertindak sebagai perantara, produsen mendistribusikan produk mereka ke toko besar kemudian menjualnya ke toko kecil, jalur distribusi ini juga dikenal sebagai saluran distribusi tiga tingkat (*Three Stage Chanel*).



K. Penelitian Terdahulu

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Hartawaty & Susanti (2020)	Analisis Usaha Kerajinan Sabut Kelapa di Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta	Biaya total usaha kerajinan sapu adalah Rp 1.473.886, dengan penerimaan total Rp 3.027.500, dan keuntungan total Rp 1.553.614. Dengan rasio R/C sebesar 2,05, setiap biaya Rp 100.000, usaha kerajinan sapu akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 205.000. Artinya, rasio R/C usaha kerajinan sapu menguntungkan dan layak untuk diusahakan.
2.	Donny Hattu, Wardis Girsang, Ester D. Leatemia/2014	Analisis Nilai Tambah Produk Kelapa Pada U.D. Karya Mekar di Desa Isu Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah Provinsi Maluku	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, jika dibandingkan dengan nilai sumbangan input lainnya dan harga bahan baku, nilai tambah produk kelapa menjadi sapu adalah Rp. -633. Nilai tambah produk ini sangat rendah. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan bulanan karyawan agroindustri kelapa adalah Rp. 1.111.000,- dan rata-rata pendapatan rumah tangga adalah Rp. 1.590.303,-, sehingga kontribusi pendapatan responden sebesar 69,79 persen terhadap pendapatan rumah tangga.
3.	Riswanto & Nirwana (2017)	Analisis Pengaruh Usaha Kerajinan Serabut Kelapa Dengan Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dusun Benyer Desa Telaga Waru Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur	Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel X dan Y adalah valid dan reliabel, karena nilai r hitung lebih besar dari nilai rtabel. Uji normalitas menunjukkan bahwa semua data berdistribusi normal, dan uji korelasi menunjukkan bahwa variabel X, usaha kerajinan sapu serabut kelapa, memiliki korelasi yang signifikan dengan variabel Y, peningkatan ekonomi masyarakat. Selain itu, uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa ada korelasi

No.	Nama Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Dina, Surayya Febriana/2021	Analisis Produktivitas Tenaga Kerja, Pendapatan dan Saluran Pemasaran Sapu Sabut Kelapa di Desa Telaga Waru Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur	<p>sebesar 6% antara usaha kerajinan sapu serabut kelapa dan peningkatan ekonomi masyarakat. Faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini memengaruhi bagian yang tersisa. Uji hipotesis dengan uji t menunjukkan bahwa nilai ttabel lebih besar dari nilai ttabel (2,331 1,6623) dan nilai signifikan lebih rendah dari nilai signifikan sebelumnya, yaitu 0,05 ($0.02 < 0,05$), jadi H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa itu signifikan. Hasil pengujian hipotesis menghasilkan kesimpulan bahwa "Ada korelasi yang signifikan antara usaha kerajinan sapu serabut kelapa dengan peningkatan ekonomi masyarakat di dusun Benyer Desa Telaga Waru Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur."</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada empat tahapan dalam proses produksi sapu sabut kelapa: (1) perendaman (4 bulan), penumbukan pertama (6-7 jam), penumbukan kedua (6 jam), penjemuran (2-3 jam), persiapan gagang sapu (2-3 jam), pengannyaman (12-14 jam), dan penyisiran (2-3 jam). (2) Produktivitas tenaga kerja untuk kerajinan sapu sabut kelapa adalah 8,09 unit/HKO per proses, dan (3) biaya total produksi usaha sapu sabut kelapa rata-rata 241.066 (4) Pemasaran sapu sabut kelapa hanya menggunakan satu saluran pemasaran, yaitu Produsen-Pedagang Pengepul-Pedagang Pengecer. Untuk sapu K-1 dan K-2, margin pemasaran sebesar Rp 2000,- per unit diberikan kepada konsumen</p>

No.	Nama Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Khanifah (2020)	Strategi Pemasaran Sapu Sabut Kelapa dengan Metode <i>Matriks Boston Consulting Group</i> (BCG) (Studi kasus pada <i>home industry</i> Sumber Rejeki di Desa Penolih Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga)	<p>akhir, sedangkan margin pemasaran sebesar Rp 1.000,- per unit diberikan kepada pedagang pengepul dan pengecer (5). Pemasaran dan permodalan sapu sabut kelapa adalah masalah yang dihadapi.</p> <p>Hasil penelitian dengan analisis matriks BCG menunjukkan bahwa home industri Sumber Rejeki berada di kuadran bintang karena tingkat pertumbuhan pasar sebesar 21% dan nilai pangsa pasar relatif sebesar 1.64, yang menunjukkan bahwa home industri Sumber Rejeki memiliki pangsa pasar yang tinggi karena nilai pangsa pasarnya lebih dari 1.</p>