

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki 17.380 pulau terbesar di dunia (Badan Informasi Geospasial, 2024). Hal ini menjadikan Indonesia memiliki berbagai ragam flora dan fauna dengan jumlah banyak untuk dimanfaatkan untuk kehidupan masyarakat Indonesia. Salah satu tanaman yang banyak ditemukan jenisnya di daerah pesisir pantai adalah perkebunan kelapa. Sekitar 98% dari total luas perkebunan kelapa tersebut merupakan perkebunan rakyat yang melibatkan lebih dari 3 juta rumah tangga petani. Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan tahun (2024), luas areal kelapa nasional yaitu 3,3 juta hektar dengan produksi 2.86 juta ton kelapa butir. Indonesia merupakan negara dengan seluruh wilayah yang masuk ke dalam zona 1 dari pembagian zona berdasarkan kesesuaian iklim budidaya kelapa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa seluruh areal pertanaman kelapa di Indonesia memiliki produktivitas paling tinggi di dunia (Sipapa *et al.*, 2022).

Kelapa merupakan komoditas strategis yang memiliki peran sosial, budaya, dan ekonomi dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Manfaat tanaman kelapa tidak hanya terletak pada daging buahnya yang dapat menjadi produk turunan seperti santan, kopra, dan minyak kelapa, namun seluruh bagian tanaman kelapa mempunyai manfaat yang besar (Resminiasari, *et al.*, 2018). Salah satu bagian terpenting dari tanaman kelapa adalah buah kelapa. Buah kelapa terdiri dari beberapa bagian yaitu kulit luar kelapa (*epicarp*), sabut (*mesocarp*), tempurung (*endocarp*), daging buah (*endosperm*) dan air kelapa. Semua bagian tersebut dapat diolah menjadi beberapa produk turunannya.

Sabut kelapa adalah salah satu bagian kelapa yang dapat dikembangkan menjadi banyak produk turunan, seperti serat kelapa dan serbuk kelapa dengan banyak keunggulan. Produk-produk dari serat sabut kelapa menawarkan pilihan yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan hemat biaya (Hilda *et al.*, 2024). Produk serat kelapa (*coco fiber*) banyak digunakan untuk membuat permadani, keset, pelapis keranjang tanaman, isian pelapis, dan tali. Namun, seiring dengan penelitian dan pengembangan produk, produk-produk dari serat kelapa menawarkan lebih

banyak manfaat seperti bahan pengganti plastik, media tanam, alternatif bahan bakar biomassa pellet emisi rendah untuk menghasilkan gas sintetis (*syngas*) (Hilda *et al.*, 2024).

Menurut *Allied Market Research* dalam (ITPC Osaka, 2022), ukuran pasar serat kelapa dunia bernilai USD 369,70 juta pada tahun 2019, dan diperkirakan akan mencapai USD 525,70 juta pada tahun 2027, dengan CAGR sebesar 8,2% dari tahun 2020 hingga 2027. Pangsa pasar terbesar berada di Asia Pasifik, salah satunya Jepang. Permintaan serat kelapa (dengan kode HS 530300) dunia cukup besar, mencapai USD 685,18 juta pada tahun 2021. Importir terbesar dunia serat kelapa adalah Cina, Amerika Serikat, dan Inggris dengan nilai impor pada tahun 2021 masing-masing mencapai USD 225,15 juta (pangsa 32,39%), USD 92,23 juta (pangsa 13,27%), dan USD 62,65 juta (pangsa 9,01%). Jepang berada di urutan importir produk serat kelapa ke-8 dunia dengan pangsa sebesar 2,33% pada tahun 2021. Pada periode tersebut, Jepang mengimpor senilai USD 16,17 juta produk serat kelapa turun -5,62% dibandingkan tahun 2020 (ITPC Osaka, 2022).

Serat kelapa memiliki potensi yang dapat dikembangkan menjadi produk yang bernilai komersil. Menurut Junardi (2012) potensi dari serat sabut kelapa (*mattress fibre* atau *coir fibre*) yang merupakan hasil dari pengolahan sabut kelapa sebenarnya dapat digunakan menjadi : 1) penahan panas pada industri pesawat terbang; 2) bahan pengisi jok atau bantalan kursi pada industri mobil; 3) bahan geotekstil untuk perbaikan tanah pada bendungan; 4) bahan *cocosheet* sebagai pengganti busa pada industri spring bed; 5) bahan untuk membuat berbagai kebutuhan rumah tangga seperti tali atau tambang, sapu, sikat, keset, pot bunga, gantungan bunga, SNIlator, karpet, gumpalan benang ikat, filter air, dan bahan pewarna batik.

Berdasarkan data BPS Sumatera Barat tahun 2024, potensi kelapa di Sumatera Barat menunjukkan perkembangan yang signifikan dengan total luas area mencapai 85.162,38 hektar. Dari total tersebut, 64.883,39 hektar merupakan tanaman yang produktif menghasilkan, 6.967,94 hektar tanaman belum menghasilkan, dan 13.311,05 hektar merupakan tanaman tua/rusak. Kabupaten Padang Pariaman mendominasi produksi kelapa dengan luas area terbesar mencapai 39.514,00 hektar, yang terdiri dari 25.728,00 hektar tanaman menghasilkan,

2.029,00 hektar tanaman belum menghasilkan, dan 11.757,00 hektar tanaman tua/rusak. Hal ini menunjukkan bahwa Padang Pariaman memiliki kontribusi sekitar 46,4% dari total luas perkebunan kelapa di Sumatera Barat, menjadikannya sentra utama produksi kelapa di wilayah ini (Lampiran 1).

Komoditi kelapa di Kabupaten Padang Pariaman mengalami kenaikan jumlah produksi selama tahun 2023. Kelapa mengalami peningkatan produksi, yaitu sebesar 0,63 persen dari tahun sebelumnya yang bernilai 38.794,22 Ton menjadi 39.039,50 Ton pada tahun 2023 (BPS Padang Pariaman, 2024). Potensi Pariaman dalam memproduksi serat kelapa mengalami peningkatan sebanding dengan meningkatnya produksi kelapa sebagai bahan baku serat kelapa. Provinsi Sumatera Barat telah mampu mengekspor 250 ton serat kelapa per bulan dengan harga Rp2.350.000 per ton ke beberapa negara Asia seperti Cina dan Taiwan. Serat kelapa yang dikirimkan masih berupa bahan baku kering dan penjualannya masih ke pihak kedua, sedangkan pengirimannya melalui pelabuhan Lampung dan Belawan (Balai Besar Industri Hasil Perkebunan, 2021). Menurut Oktavia (2021) usaha serat kelapa memberikan laju keuntungan sebesar 11,2% per tahun yang menggambarkan potensial dari menjalankan usaha serat kelapa. Serat kelapa di Padang pariaman memiliki potensi keuntungan usaha kedua setelah *Virgin Coconut oil (VCO)* (Meilizar, 2021).

Salah satu faktor kunci yang mendukung keberhasilan usaha pengolahan serat kelapa di Kabupaten Padang Pariaman adalah kemudahan dalam memperoleh bahan baku. Kedekatan lokasi usaha dengan sumber bahan baku kelapa memberikan keuntungan strategis bagi perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Purnomo *et al.* (2018), kedekatan antara lokasi usaha dan sumber bahan baku dapat mengurangi biaya transportasi, mempercepat pasokan bahan baku, dan meningkatkan efisiensi produksi.

Koperasi Kosapa PMG merupakan salah satu pelaku usaha pengolahan serat kelapa di Kabupaten Padang Pariaman yang memiliki kapasitas produksi cukup besar. Usaha ini mampu menghasilkan 10 ton serat kelapa per bulan, yang menunjukkan tingkat produksi yang stabil dan konsisten. Kemampuan ini didukung oleh ketersediaan bahan baku kelapa yang melimpah di wilayah Padang Pariaman. Koperasi Kosapa PMG telah melakukan pengiriman serat kelapa untuk kebutuhan

ekspor ke China, yang merupakan salah satu negara pengimpor serat kelapa terbesar di dunia. Pada tahun 2021, Koperasi Kosapa PMG mencatat volume ekspor tertinggi sebesar 130 ton serat kelapa ke China.

Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan bisa mempertahankan dan meningkatkan penjualannya melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar global. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu wirausaha (Dewi, 2019).

Pemasaran memiliki posisi strategis dalam upaya membawa perusahaan kearah yang lebih baik dalam persaingan bisnis yang semakin sulit. Strategi pemasaran diperlukan agar koperasi Kosapa PMG dapat memanfaatkan potensi produksi dan peluang ekspor secara optimal di tengah fluktuasi pasar global. Strategi pemasaran umumnya diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi perilaku konsumen.

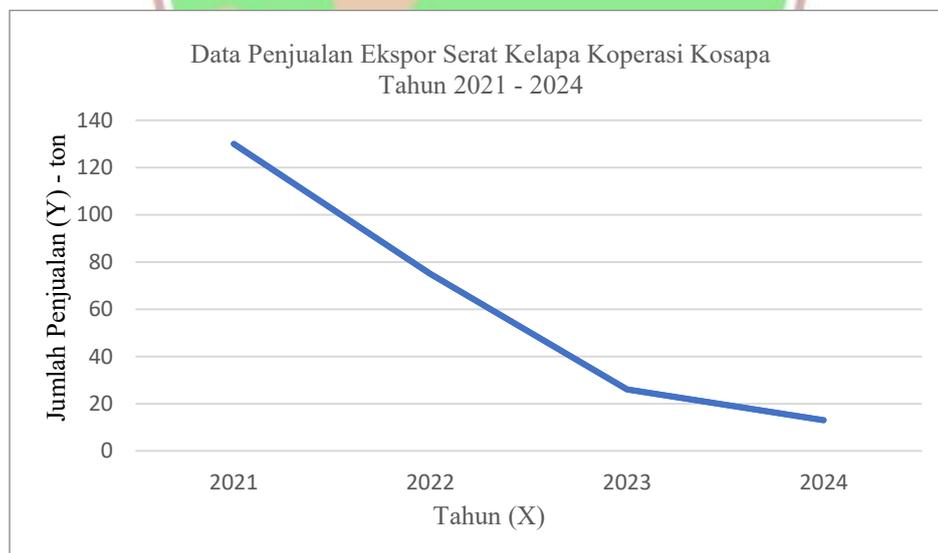
Dengan potensi dari serat kelapa, strategi pemasaran serat kelapa menjadi penting untuk memanfaatkan peluang pasar global yang lebih luas di Koperasi Kosapa PMG. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai "Strategi Pemasaran Serat Kelapa untuk meningkatkan volume penjualan ekspor di Kabupaten Padang Pariaman: Studi Kasus Koperasi Kosapa PMG". Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam rekomendasi dalam memasarkan serat kelapa di Kabupaten Padang Pariaman untuk pasar internasional.

B. Rumusan Masalah

Serat Kelapa merupakan salah satu produk turunan kelapa yang memiliki nilai tambah tinggi dan potensi besar di pasar internasional. Koperasi Kosapa PMG merupakan koperasi yang berasal dari daerah Sumatera Barat. Koperasi Kosapa berlokasi di Kecamatan Ulakan Tapakis, Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatera Barat. Ide pendirian Koperasi Kosapa muncul karena Provinsi Sumatera

Barat memiliki perkebunan kelapa yang cukup luas dan tumbuh dengan baik disepanjang pesisir pantai. Lokasi Nagari Ulakan yang berada di pesisir pantai merupakan lokasi yang dinilai cocok untuk mendirikan koperasi sabut kelapa disamping nagari ini memiliki perkebunan kelapa yang paling luas di Kabupaten Padang Pariaman dengan produksi 3135,68 Ton pada tahun 2024. Saat ini Koperasi Kosapa melakukan pengolahan limbah sabut kelapa yang terdapat di wilayah Kabupaten Padang Pariaman Nagari Ulakan.

Koperasi Kosapa PMG mengolah limbah sabut kelapa yang banyak terdapat di Nagari Ulakan yang dulunya terbuang begitu saja dan menjadi tumpukan sampah. Tumpukan limbah sabut kelapa bukanlah limbah yang cepat terurai sehingga jumlah sabut yang berlimpah akhirnya dapat menyebabkan masalah lingkungan. Setelah pendirian Koperasi Kosapa, limbah sabut kelapa yang sebelumnya tidak berguna dan terbuang begitu saja berubah menjadi limbah yang bisa memiliki nilai tambah. Koperasi Kosapa mengolah limbah sabut kelapa menjadi produk serat kelapa dan serbuk kelapa. Pendirian Koperasi Kosapa membantu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar dan juga memberikan lowongan pekerjaan kepada masyarakat serat kelapa yang dihasilkan oleh Koperasi Kosapa PMG.



Sumber : Data Koperasi Kosapa PMG

Gambar 1. Grafik Penjualan Koperasi Kosapa PMG 4 Tahun Terakhir

Koperasi Kosapa PMG menghadapi permasalahan dalam pemasaran serat kelapa beberapa tahun terakhir dengan turunnya volume penjualan secara signifikan

(Lampiran 4). Berdasarkan observasi awal, pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Kosapa PMG, ditemukan bahwa permasalahan utama terletak pada lemahnya strategi pengelolaan pemasaran ekspor yang dilakukan melalui pola kemitraan dengan distributor mitra ekspor dalam merespons dinamika permintaan global terhadap serat kelapa. Meskipun koperasi kosapa secara konsisten memenuhi target produksi, data menunjukkan terjadinya penurunan drastis dalam volume penjualan sejak tahun 2022. Pada tahun 2021, volume penjualan mencapai puncaknya di angka 130 ton, namun terus menurun hingga hanya tersisa sekitar 13 ton pada tahun 2024 (Gambar 1). Kondisi ini tidak terlepas dari perkembangan pasar internasional serat kelapa, berdasarkan data *International Coconut Community* (2024), menunjukkan China merupakan negara tujuan utama ekspor serat kelapa Indonesia, sehingga perkembangan pasar di negara tersebut sangat berpengaruh terhadap volume ekspor serat kelapa. Negara China menyerap sekitar 11.723 MT produk serat kelapa dari Indonesia selama Januari–September 2024, jauh di atas negara lain seperti Korea Selatan, Jepang, dan negara-negara lainnya (Lampiran 6).

Permasalahan yang dihadapi dalam perdagangan serat kelapa di pasar internasional adalah fluktuasi harga yang signifikan. Pada tahun 2023, harga serat kelapa Indonesia tercatat menurun hingga mencapai US\$96/MT, atau turun sebesar 46% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan harga tersebut berdampak langsung pada Koperasi Kosapa yang bergantung pada mitra ekspor dalam penentuan harga jual sehingga terjadi penumpukan stok serat kelapa yang belum terjual hingga mencapai 257 ton pada akhir tahun 2024. Koperasi Kosapa PMG memiliki potensi ekspor yang kuat melalui kemitraan pengiriman dengan PT Mahligai, yang selama ini menjadi mitra aktif dalam proses ekspor. PT MIF secara rutin mengambil serat kelapa hasil produksi Koperasi Kosapa setiap bulannya untuk diekspor ke pasar internasional. Namun, jumlah pengambilan serat kelapa tidak tetap, karena menyesuaikan dengan permintaan dari negara tujuan ekspor yang fluktuatif setiap bulannya. Artinya, semakin tinggi permintaan dari pasar ekspor, maka semakin besar pula volume serat kelapa yang diambil oleh PT MIF dari Koperasi Kosapa.

Penjualan produk serat kelapa pada di Koperasi Kosapa mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir tidak lepas dari melemahnya pasar ekspor Indonesia untuk produk serat kelapa. Berdasarkan data ekspor produk serat kelapa Indonesia periode 2019–2023, terlihat bahwa volume ekspor mengalami penurunan signifikan dari 37.101 ton pada tahun 2021 menjadi hanya 26.184 ton pada tahun 2023. Penurunan ini mengindikasikan adanya penurunan permintaan internasional terhadap produk serat kelapa dari Indonesia, yang secara tidak langsung berdampak pada penjualan serat kelapa Koperasi Kosapa. Selain itu, harga rata-rata serat kelapa Indonesia juga mengalami tren penurunan drastis sejak 2021, dari kisaran >300 US\$/MT menjadi di bawah 100 US\$/MT pada 2022 dan tetap rendah hingga 2024. Turunnya harga ini tidak diiringi peningkatan volume penjualan, sehingga mempersempit margin keuntungan produsen lokal yaitu Koperasi Kosapa PMG.

Penurunan permintaan terhadap serat kelapa asal Indonesia di pasar ekspor, yang turut berdampak pada Koperasi Kosapa PMG yang memiliki ketergantungan pada satu mitra utama (PT Mahligai) yang mengontrol distribusi ke pasar internasional sehingga rentan terhadap perubahan permintaan pasar serat kelapa. Produk serat kelapa yang dikirim melalui PT Mahligai belum memiliki merek dan kemasan yang mampu memberikan identitas serta jaminan mutu di pasar internasional. Upaya promosi yang dilakukan juga masih terbatas pada komunikasi langsung dengan mitra ekspor dan belum memanfaatkan media digital, sehingga jangkauan pasar menjadi sangat sempit. Dari sisi kualitas, meskipun spesifikasi teknis yang diminta mitra ekspor terpenuhi, namun keunggulan mutu ini belum sepenuhnya dikomunikasikan dalam bentuk label maupun informasi resmi kepada pasar. Selain itu, pengembangan produk juga belum dikembangkan secara optimal, baik melalui pengelompokan berdasarkan grade mutu serat maupun penciptaan produk turunan seperti tas dan sandal yang seharusnya dapat memperluas segmen pasar dan meningkatkan nilai tambah.

Koperasi Kosapa memerlukan strategi pemasaran untuk mendukung keberlanjutan usaha serat kelapa dalam meningkatkan volume penjualan pasar ekspor. Strategi pemasaran tersebut meliputi analisis kondisi internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan analisis kondisi eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Dengan adanya permasalahan di atas tersebut diharapkan perlu adanya

strategi pemasaran di Koperasi Kosapa PMG untuk meningkatkan volume penjualan ekspor di kondisi perubahan permintaan mitra dan penjualan yang menurun. Oleh Karena itu, perlu merumuskan suatu strategi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Diharapkan dengan adanya strategi perusahaan dapat memanfaatkan kelebihan produksi serat kelapa menjadi keuntungan bagi usaha.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu ditinjau mengenai strategi pemasaran usaha serat kelapa untuk meningkatkan penjualan ekspor di kabupaten padang pariaman studi kasus Koperasi Kosapa PMG. Maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apa faktor internal dan faktor eksternal dalam strategi pemasaran serat kelapa di Koperasi Kosapa PMG ?
2. Strategi apa yang tepat dilakukan untuk dalam strategi pemasaran serat kelapa di Koperasi Kosapa PMG untuk meningkatkan volume penjualan ekspor?

Dari uraian di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Serat Kelapa Di Kabupaten Padang Pariaman Studi Kasus Koperasi Kosapa PMG Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dari usaha serat kelapa di Koperasi Kosapa PMG ?
2. Merumuskan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha serat kelapa di Koperasi Kosapa PMG untuk meningkatkan volume penjualan ekspor ?

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan pemilihan strategi pemasaran bagi Koperasi Kosapa PMG yang tepat sebagai upaya untuk meningkat penjualan serat kelapa untuk pasar ekspor.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi ilmiah bagi pelaku usaha dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pemasaran serat kelapa di Kabupaten Padang Pariaman.