

**STRATEGI PEMASARAN PETANI KOPRA DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi: Desa Tahibua, Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara)**

HERLIS SAFITRI

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari

ABSTRAK

Kopra merupakan salah satu hasil produk olahan kelapa yang banyak di usahakan oleh masyarakat Sulawesi Tenggara terkhusus di Kabupaten Kolaka Utara Kec. Tiwu Desa Tahibua. Potensi olahan kelapa yang sangat begitu baik dapat di kembangkan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat yang diaman sebagian masyarakat di kolaka utara menggeluti dunia perkebunan kelapa yang dimana hasil dari olahan kelapa dapat menjadi kopra. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui. Untuk mengetahui bagaimana strategi petani kopra dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus: Desa Tahibua Kec. Tiwu Kab. Kolaka Utara). Bagaimana Strategi petani kopra dalam meningkatkan pendapatan perspektif islam (studi kasus: Desa Tahibua Kec. Tiwu Kab. Kolaka Utara). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode penelitian lapangan (field research). jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah petani kopra yang berada di Desa tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa strategi petani kopra dalam meningkatkan pendapatan ekonomi islam yaitu dengan cara melakukan 1) Strategi yang dilakukan oleh petani kopra yaitu yang pertama petani kopra menyesuaikan harga pembelian di pasaran. Petani kopra melakukan hal itu agar pendapatan mereka meningkat dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Petani kopra yang berada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara, telah menerapkan prinsip-prinsip berbisnis dalam islam yaitu, jujur, amanah, bertanggung jawab, dan menjauhi adanya praktik riba dalam menjalankan bisnisnya. jadi dapat dikatakan petani kopra telah sesuai dengan syariat islam dalam berbisnis.

Kata Kunci: Strategi Petani Kopra, Ekonomi Islam

1. Pendahuluan

Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara eksportir kopra terbesar di dunia. Posisi pertama negara terbesar pengeksportir kopra diduduki oleh Papua Nugini dan disusul oleh Thailand. Produk agroindustri kelapa yang di ekspor Indonesia merupakan produk yang masih tergolong primer dengan nilai tambah yang rendah. Permintaan untuk produk-produk olahan kelapa diduga akan semakin meningkat dimasa yang akan datang. Indonesia lebih dominan memproduksi produk olahan kelapa setengah jadi seperti kopra. Kopra dikelompokkan dalam sektor industri (bahan baku), oleh karena itu kopra yang di perdagangkan dipasar internasional tidak dapat di konsumsi langsung oleh konsumen, terlebih dahulu biasa kopra diolah menjadi Grude Coconut Oil dan kemudian diolah lagi menjadi minyak goreng, bahan baku pembuatan sabun, bahan baku pembuatan alokimia, kosmetik serta produk-produk lainnya (Resminisari dkk dalam Dwiyani dkk, 2021)

Perekonomian di Indonesia tergantung dari daerah tempat tinggal mereka, salah satu dari pekerjaan tersebut adalah petani kopra, yang dimana petani kopra adalah seseorang yang mengolah kelapa yang telah di keluarkan dari isinya dan di keringkan. Untuk mendukung kelangsungan hidup dan kesejahteraan petani berusaha untuk meningkatkan pendapatan dan hasil produksi dari hasil pertanian. Untuk meningkatkan hasil pendapatan petani tersebut di perlukan adanya strategi agar dapat meningkatkan hasil produksi.

Menurut Anthony, Parrewe, dan Kacmar (2013) Strategi adalah sebagai formulasi misi dan tujuan organisasi, termasuk didalamnya adalah rencana aksi untuk mencapai tujuan dengan secara eksplisit mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh kekuatan dari luar organisasi yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi.

Pendapatan merupakan hasil dari kegiatan penjualan barang yang di lakukan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya demi kelangsungan hidup. Penghasilan yang diperoleh masyarakat dihasilkan dari adanya jumlah produksi dan perubahan kemampuan dari setiap tempat produksi tersebut sehingga menghasilkan pendapatan.

Kondisi dan permasalahan pada industri kecil dan menengah kopra, tidak terlepas dari kondisi dari permasalahan yang terdapat pada perkebunan kelapa rakyat sebagai pemasok bahan baku. Ciri-ciri perkebunan rakyat membuat pendapatan petani menjadi sangat rendah. Salah satu cara untuk meningkatkanya pendapatan petani kelapa adalah dengan meningkatkan nilai tambah dari produk yang selama ini dijual oleh petani dalam bentuk kelapa butiran ataupun kopra dan minyak kelapa yang di kelolah oleh petani.

Tanaman kelapa merupakan salah satu tanaman yang bernilai ekonomis tinggi, maka tidak heran terdapat banyak tanaman asli daerah yang beriklim tropis dan dapat ditemukan diseluruh wilayah Indonesia, mulai dari pesisir pantai hingga daerah pegunungan yang agak tinggi. Tanaman kelapa memiliki peran strategis bagi masyarakat Indonesia, bahkan termasuk komoditi sosial, mengingat produknya merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok dari masyarakat (Wulandari. 2018).

Kelapa (*cocos nucifera*) adalah salah-satu dari hasil pertanian di Indonesia yang cukup potensial. Hampir seluruh bagian dari tanaman kelapa tersebut bisa dimanfaatkan. Dari banyaknya kegunaan yang bisa di peroleh dari tanaman kelapa salah-satunya adalah buah kelapa yang dapat diolah menjadi kopra, minyak makan dan minyak goreng.

Kopra adalah daging buah kelapa (endosperm) yang telah di keringkan. Pengelohaan kopra juga meliputi proses penguapan air dari daging buah kelapa segar yang mencapai 50% yang diturunkan hingga kadar air 5-7% melalui proses

pengeringan (Hidayat dalam Trisutrisno dan Limi 2018). Buah kelapa yang sudah di belah mesti secepatnya dikeringkan agar menjadi kopra. Sedangkan Kopra merupakan salah satu komoditas yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi apabila di Kelola dengan baik.

Selama ini petani kopra mengandalkan produksi kelapa hanya dibuat kopra saja dan dijual kepada pengumpul. Jadi penghasilan petani hanya terfokus pada pemasukan dari penjualan kopra saja padahal petani bisa memproduksi sendiri kopra dengan hasil dari kelapanya sendiri maupun dari membeli kelapa dari sesama petani. Bila petani memproduksi banyak kopra, petani bisa mendapatkan keuntungan lebih besar dari sekedar menjual butiran saja dan bisa membuka lowongan kerja.

Sulawesi tenggara merupakan daerah dengan lahan pertanian kelapa yang sangat banyak sehingga berpotensi menghasilkan bahan baku untuk pembuatan produk-produk turunan kelapa, kopra sebagai salah satu produk turunan kelapa sangat memiliki potensi yang besar untuk menjadi industri usaha kecil menengah.

Potensi olahan kelapa yang sangat begitu baik dapat dikembangkan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Masyarakat kolaka utara sebagian besar menggeluti dunia perkebunan kelapa yang dimana hasil dari olahan kelapa dapat di olah menjadi kopra.

Kopra merupakan salah satu hasil produk olahan kelapa yang banyak di usahakan oleh masyarakat Sulawesi Tenggara terkhusus di Kabupaten Kolaka Utara Kecamatan Tiwu, Desa Tahibua. Wilayah tersebut sangat terkenal akan hasil alamnya seperti perkebunan, perikanan, serta perdagangannya. Tanaman kelapa yang di olah menjadi kopra adalah salah satu penghasilan masyarakat di Desa Tahibua untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pada Kecamatan Tiwu terdapat 6 Desa diantaranya Desa Tiwu, Desa Tanggeao,

Desa Lapolu, Desa Lawadia, Desa Mattirobulu Dan Desa Tahibua. Yang dimana Mayoritas masyarakat di desa ini memiliki sumber pendapatan yang berbeda-beda seperti hasil bertani, tambak ikan, pedangan campuran dan pedanggang kopra. Sumber pendapatan yang berbeda serta tingkat kekayaan masing-masing rumah tangga tersebut akan membentuk pola konsumsi yang berbeda pada masyarakat yang berada di kecamatan Tiwu.

Desa Tahibua adalah salah satu desa yang ada di kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara yang memiliki Jumlah penduduk 834 jiwa, dimana di desa ini memiliki 5 petani kopra lebih banyak dari desa-desa yang ada di kecamatan tiwu.

Petani kopra tidak dapat menunggu harga kopra tinggi untuk menjual kopranya dikarenakan akan berdampak pada kualitas kopra yang akan turun dan juga petani membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga berapapun harga kopranya petani tetap menjualnya.

Adapun rata-rata harga kopra di tingkat pedagang pengumpul sejak bulan januari sampai dengan November 2022 sebesar Rp 5.000. Pada bulan januari hingga bulan juni 2022 terjadi fluktuasi harga kopra, tetapi sejak bulan Juli hingga November 2022 harga rata-rata pada tingkat pedagang pengumpul cenderung meningkat, adapun harga tertinggi terjadi pada bulan September sebesar Rp. 8.000. Walaupun harga rata-rata kopra di tingkat pedagang cenderung meningkat setiap bulannya dan juga cenderung tinggi jika dibandingkan dengan harga awal tahun, tetapi harga tersebut bukanlah harga yang di terima oleh petani. Kenyataannya terjadi di Desa Tahibua, walaupun harga kopra rata-rata di tingkat pedagang sudah meningkat tetapi petani belum meningkat.

Berdasarkan masalah atau fenomena yang telah di paparkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah terkait dengan strategi pendapatan masyarakat Desa Tahibua, dengan judul

“Strategi Pemasaran Petani Kopra dalam Meningkatkan Pendapatan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Desa Tahibua Kecamatan Tiwu, Kabupaten Kolaka Utara) Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan mengenai aspek-aspek yang mempengaruhi strategi pendapatan masyarakat di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara”.

2. Landasan Teori

Konsep Strategi

Menurut Hamel dan Prahalad (1995) yang menyatakan bahwa “strategi merupakan tindakan yang bersifat incrementa (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies).

Teori Pemasaran

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis

Keberhasilan usaha dapat kita lihat dari penerapan strategi pemasaran, dimana strategi pemasaran mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Disisi lain agar strategi pemasaran mencapai tujuan maka perlu adanya marketing Mix 7P (Product, Price, Place, Promotion, people, process, Physical Evidence).

Strategi Pemasaran Petani Kopra Dalam Meningkatkan Pendapatan

- a. Product (Produk)
- b. Price (Harga)
- c. Place (Tempat)
- d. Promotion (Promosi)

- e. People (Orang)
- f. Process (Proses)
- g. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Teori Tingkat Pendapatan

Menurut Soekartawi (2006) pendapatan petani adalah perkalian antara produksi dengan harga jual, biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam suatu usahatani, sedangkan pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran.

Dalam meningkatkan pendapatan untuk kemajuan ekonomi antara lain:

- a. Modal
- b. Lapangan pekerjaan
- c. Pasar

Strategi Pemasaran Dalam Ekonomi Islam

Strategi Pemasaran prespektif Ekonomi Islam Yaitu: Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis yaitu:

- a. Shiddiq (jujur atau benar) dalam berdagang Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya.
- b. Amanah (dapat dipercaya) saat menjadi pedagang Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang.
- c. Fathanah (cerdas) dalam hal ini pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik.
- d. Tabligh (komunikatif) seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tetap sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Adapun pendekatan yang digunakan berupa deskriptif kualitatif. Penelitian ini di lakukan

di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara. Dengan mengambil penelitian petani kopra.

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah berupa kata – kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumentasi dan lain - lain (Moleong, 2019). Data hasil penelitian didapatkan melalui dua sumber data, yaitu :

1. Data primer

Data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan petani kopra Desa Tahibua Kec Tiwu Kabupaten Kolaka Utara.

2. Data sekunder

Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah data mengenai profil lokasi penelitian, informan penelitian serta data lainnya yang telah tersedia dan terkait dengan objek penelitian.

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan

3. Observasi (Pengamatan)

4. Wawancara (Interview)

5. Dokumentasi

Analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Reduksi Data

2. Penyajian Data

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Adapun metode yang digunakan dalam pemeriksaan keabsahan data adalah dengan menggunakan:

1. Triangulasi Sumber

2. Triangulasi Waktu

3. Triangulasi Teknik

4. Hasil Dan Pembahasan

Strategi Pemasaran Petani Kopra Dalam Meningkatkan Pendapatan di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara

Sebagaimana yang telah diperoleh peneliti dalam wawancara bersama petani kopra yang ada di Desa Tahibua yaitu Bapak Luli, Bapak amink, Bapak yunus, dan Bapak dedi bahwa strategi pemasaran yang di

lakukan oleh petani kopra menggunakan (Marketing Mix) 7p.

- a. Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai produk kopra yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara dapat diperoleh sebuah data dan fakta di lapangan tentang proses pengolahan kopra.

Memperhatikan kualitas produk pada saat melakukan proses pengolahannya, karena kualitas pada saat produksi kelapa sangat mempengaruhi produk yang akan dihasilkan sehingga kita harus memperhatikan kualitas produknya, agar customer merasa puas dengan produk yang dibelinya.

Hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan informan Bapak Luli, Bapak Dedi, Bapak Ullah selaku petani kopra yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara. Karena pemasok ingin mengetahui kualitas produk dari petani kopra.

Kesimpulan ini sejalan dengan jurnal yang di tulis oleh Umi Sa'Adah 2019, Strategi yang digunakan oleh petani kopra untuk mempertahankan kualitas produknya yaitu dengan cara merawat tanaman buah naga dengan rutin setiap harinya agar menghasilkan kopra yang layak untuk di jual ke pemasok.

- b. Harga

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai harga kopra yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara dapat diperoleh sebuah data dan fakta di lapangan tentang berapa harga pasar.

Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang telah dibelinya. Dengan kata lain harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. Tetapi yang terjadi pada pada 3 tahun terakhir ini kelapa kopra mengalami kenaikan dan penurunan harga ditandai dengan yang terjadi pada tahun 2020 kopra mengalami

kenaikan harga dari Rp 6.000/kg menjadi Rp7.000/kg, tetapi pada tahun 2021 harganya turun menjadi Rp 6.500/kg. ditahun 2022 mengalami kenaikan Rp 7.000 – Rp7.200/kg. ditahun 2022 mengalami kenaikan lagi menjadi Rp7.800/kg, dan ditahun 2013 mengalami penurunan menjadi Rp 7.000 - 6.800/kg.

Perubahan harga pembelian dari bahan baku kelapa akan mengalami penurunan apabila terjadi penurunan harga pasaran.

Hasil wawancara peneliti dengan informan, dapat disimpulkan bahwa harga pembelian kopra yang selalu naik turun dalam setiap tahunnya. Dan juga tinggi rendahnya harga sesuai dengan kualitas produknya.

Kesimpulan ini sejalan dengan jurnal yang di tulis oleh Umi Sa'Adah 2019, Strategi yang digunakan oleh petani kopra untuk mempertahankan pendapatan yaitu dengan cara mengikuti harga pembelian di pasar.

c. Tempat atau Distribusi (Lokasi)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai tempat pengolahan kopra yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara dapat diperoleh sebuah data dan fakta.

Untuk lokasi pengolahan kelapa sudah strategis karena terjangkau sehingga memudahkan kita untuk melakukan pekerjaan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan, peneliti menyimpulkan bahwa Pemilihan lokasi merupakan nilai investasi, lokas usaha yang berada di pinggir jalan atau tempat yang strategis cukup menarik pengunjung untuk sekedar mampir atau melepaskan rasa penasaran. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa lokasi tempat usaha kopra cukup strategis untuk usaha.

d. Promosi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai Promosi dalam pengolahan kopra yang ada di Desa Tahibua

Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara dapat diperoleh sebuah data dan fakta.

Promosi produk kopra dilakukan dari mulut ke mulut hingga masyarakat tertarik untuk menjual dan pemasok membeli.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan, peneliti menyimpulkan bahwa promosi yang dilakukan petani kopra itu hanya dengan cara mulut ke mulut saja.

e. partisipan (People)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai partisipan dalam pengolahan kopra yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara dapat diperoleh sebuah data dan fakta.

Masyarakat yang membntu dalam proses pembelahan kelapa di beri upah seperti rokok, dan untuk proses pencungkulan daging kelapa dari tempurung tidak di beri upah karena mereka mengambil tempurung yang sudah di kumpulkan dan menjualnya kembali

Hasil wawancara peneliti dengan informan, peneliti menyatakan bahwa Masyarakat yang membntu dalam proses pembelahan kelapa di beri upah seperti rokok, dan untuk proses pencungkulan daging kelapa dari tempurung tidak di beri upah karena mereka mengambil tempurung

f. Proses (Process)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai proses dalam pengolahan kopra yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara dapat diperoleh sebuah data dan fakta.

Proses terjadi di luar pandangan konsumen. Konsumen tidak mengetahui bagaimana proses yang terjadi, yang penting jasa yang dia terima harus memuaskan. Proses terjadi berkat dukungan karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan dengan lancar.

Hasil wawancara peneliti dengan informan, peneliti menyimpulkan bahwa Proses pembelian, yaitu menyediakan fasilitas tempat duduk untuk pengunjung yang menunggu pesanan. Proses

pengemasan, yaitu proses pengemasan yang rapi. Prosedur pembayaran, yaitu prosedur pembayaran yang mudah dan gampang dipahami oleh pembeli.

g. Bukti fisik (Physical evidence)

Bukti fisik (Physical evidence) merupakan lingkungan, warna, tata letak, dan fasilitas tambahan. Ini terkait dengan tampilan sebuah produk atau jasa yang ditawarkan. Proses ini adalah salah satu elemen inti yang ada di 9 core elements of marketing, namun melihat korelasi yang penting maka elemen ini di tarik masuk menjadi salah satu bagian dalam marketing mix.

Adapun bukti fisik yang di ambil dari hasil penelitian yaitu:

1. Desain tata ruang, yaitu tampilan depan toko terlihat klasik sehingga sesuai untuk menarik perhatian konsumen mancanegara, kebersihan diutamakan.
2. Fasilitas pendukung terhadap pelayanan, yaitu ada ruang parkir khusus kendaraan pembeli, toilet, ruang tamu dengan fasilitas yang mudah, dan tempat ibadah.
3. Bangunan luas dan lapang, yaitu memudahkan pembeli untuk jalan, tidak sempit berdesakan

Strategi Pemasaran Petani Kopra Dalam Meningkatkan Pendapatan Prespektif Ekonomi Islam Di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara

Dalam islam tujuan dalam memasarkan produknya secara islami adalah dengan pengukuran yang bersandarkan pada prinsip-prinsip islam. Kejujuran dalam kegiatan bisnis merupakan hal yang terpenting yang harus diketahui sebagai landasan dalam ekonomi islam. Dalam ekonomi islam memasarkan produk juga harus berlandaskan pada konsep startegi pemasaran.

Pendapatan dalam ekonomi islam merupakan penghasilan yang diperoleh harus bersumber dari usaha yang halal.

Pendapatan yang halal akan membawa keberkahan yang di turunkan oleh Allah SWT. Allah mengingatkan agar senangtiasa menghindari perbuatan zalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, dan penawaran.

Pada dasarnya setiap bisnis dalam memasarkan produknya dianggap sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai tujuannya yaitu dengan meningkatkan pendapatan petani kopra. Salah satu usaha yang harus dilakukan oleh para petani kopra agar mampu meningkatkan pendapatan adalah dengan menjalankan strategi petani kopra.

Dalam islam ada beberapa prinsip-prinsip umum dalam ekonomi islam yaitu sebagai berikut:

1. Produk

Produk adalah objek vital yang mempengaruhi keberhasilan dalam mendatangkan tingkat keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga aktivitas operasional. Produk itu sendiri memiliki prinsip-prinsip ekonomi islam yang amat beragam sering di buru oleh para pemasok.

Produk yang dijual oleh para petani di Desa Tahibua Kecamatan tiwu kabupaten Kolaka Utara yaitu berupah kopra. kopra yang dijual beragam produknya ada yang kopra putih dan ada juga kopra biasa. Produk yang dijual oleh petani kopra adalah keduanya.

Produk yang dijual termasuk kedalam jenis produk yang halal, yang tidak memiliki karaguan pada umumnya. Sebagaimana yang terdapat dalam Al-Quran surat Al-Maidah ayat 3 yaitu menyatakan bahwa tidak boleh menjual produk yang tidak halal.

Sebagian besar petani kopra di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara menjalankan proses produksinya tidak semata-mata mencari keuntungan maksimum untuk menimbun kekayaan. Bukan karena profit ekonomi yang diperolehnya, yang terpenting adalah

manfaat kauntungan tersebut untuk kemaslahatan masyarakat.

Sebagian besar petani kopra sudah melakukan strategi pemasaran dalam aspek produk yang seharusnya, yaitu seperti menghindari praktek produksi yang mengandung unsur haram atau riba, seperti tidak berperilaku jujur atau curang, mengurangi timbangan memaksa pemasok agar membeli produknya, menjelekan bisnis orang lain dalam memasarkan produknya, tidak ikhlas dalam melayani pemasok dan konsumen dengan lemah lembut serta membedakan pemasok satu dengan pemasok lainnya.

Hal tersebut tidak sesuai dengan pendapat Nejjatullah Shiqqid yaitu menurutnya bahwa dalam islam tujuan dalam memasarkan produknya secara islamia adalah dengan pengukuran yang berlandaskan pada kebenaran, kejujuran, keikhlasan, dan saling memberi manfaat antara satu dengan yang lain.

2. Harga

Harga merupakan suatu ukuran mengenai mutu suatu produk, harga atau jumlah uang yang dibutuhkan agar memperoleh kombinasi dan pelayanan yang sesuai. harga kopra yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara memiliki kisaran harga yang lebih tinggi di bandingkan dengan harga di Desa-Desa lain. Apabila petani kopra menjual kopranya Rp.1.200/biji, maka di desa lain Rp 1.000/biji hingga Rp.800/biji.

Harga produk yang ditawarkan sangatlah terjangkau, sesuai dengan daya beli Pengumpul. Kemampuan pengumpul menjadi prioritas utama dalam mempertimbangkan harga. Dasar penetapan harga yang dilakukan oleh para petani kopra cenderung pada kondisi pasar pada saat itu, biaya produksi (biaya operasional, upah, dan lain-lain), serta beberapa faktor lain yang bisa membuat harga produk secara signifikan dapat melonjak seperti laba yang diinginkan, yang merupakan sumber penghasilan.

Petani kopra di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara menerapkan harga sesuai dengan standar dan hampir sama dengan pengumpul-pengumpul lainnya, walaupun ada beberapa pengumpul yang mengambil kisaran harga yang lebih tinggi.

Sebagaimana di contohkan oleh Rasulullah SAW sebagai pelopor bisnis syariah harga yang ditawarkan dan pengambilan laba tidak boleh melebihi batas wajar. Karena dalam ketentuan ekonomi islam tidak ada batasan keuntungan yang ingin diperoleh. Boleh saja mengambil keuntungan 10% atau 20% asalkan tidak ada unsur penipuan dalam jual belinya.

Adapun jika harus dinaikkan harga, para petani kopra mengaku bahwa kenaikan harga yang sangat signifikan biasanya dikarenakan minimnya barang dan produk. Keadaan ini memungkinkan para pedagang (petani kopra) harus menaikkan harga tetap bisa melanjutkan aktifitas jual beli, meskipun keadaan ini berimbas kepada daya pemasok yang terkadang menuru.

Strategi yang digunakan petani kopra, melihat kondisi pasar yaitu apabila produk yang diharapkan mudah dihasilkan, biasanya harga bisa menyesuaikan dengan indikasi harga lebih murah. Sebaliknya, apabila produk dengan kualitas bagus, maka harga bisa di indikasikan akan naik dari harga dari harga semula.

Para petani kopra di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara dalam menetapkan harga jual beli kelapa dan kopra sudah sesuai dan tidak memberatkan pemasok untuk membelinya. Seperti yang telah penulis jelaskan dalam BAB II, bahwa dalam konsep ekonomi islam yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dan dalam mempertahankan kepentingan atas barang tersebut. Jadi harga yang ditentukan

oleh kemampuan pengumpul untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pemasok, dan kemampuan pengumpul untuk mendapatkan harga tersebut dari pemasok.

3. Promosi

Strategi pemasaran lainnya dapat diamati pada cara menawarkan produk kepada konsumen dan hanya melakukan promosi dengan mulut ke mulut (door to door). sebagaimana petani kopra yang menajadi objek kajian penelitian ini tidak terlalu melakukan kativitas promosi sebagaimana yang terjadi dalam jual beli. Promosi dalam hal ini berkaitan dengan pemberian informasi yang sesuai dengana keadaan produknya.

Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh petani kopra di Desa Tahibu Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara dengann cara mendekatkan diri kepada konsumen atau pelanggan dan lebih akrab kepada pembeli, dan menganggap pembeli sebagai anggota keluarganya sendiri. Selain itu secara prespektif ekonomi islam para petani kopra menerapkan prinsip promosinya sudah sesuai dengan cara promosi yang diajarkan oleh Rasulullah SAW yaitu telah berperilaku baik kepada konsumennya. Komunikatif dan transparan dalam bermuamalah, bersikap rendah hati dan melayani konsumennya dengan penuh keikhlasan, jujur dan terpercaya dalam melakukan perhitungan, bertanggung jawab dan berburuk sangka dan tidak menjelekan-jellekan antar petani satu dengan petanu yang lainnya.

4. Tempat

Dalam prespektif ekonosmi islam, penentuan harga dan pengambilan besaran laba tidak ada batasan. Hanya saja dalam penentuan pengambilan laba tidak boleh melebihi dari batas wajar. Dari hasil wawancara dengan 4 informan petani kopra yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka utara, hampir semua petani mengambil keuntungan hanyaa

beberapa persen saja, tidak melebihi batas wajar.

Dengan adanya keuntungan secara ekonomi islam para petani kopra diharapkan mampu menerapkan prinsip-prinsip ekonomi islam yang sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW.

5. Partisipan

Strategi pemasaran lainnya dapat kita amati dari cara Hasil wawancara peneliti dengan informan, peneliti menyatakan bahwa Masyarakat yang membntu dalam proses pembelahan kelapa di beri upah seperti rokok, dan untuk proses pencungkilan daging kelapa dari tempurung tidak di beri upah karena mereka mengambil tempurung.

6. Proses (process)

proses terjadi di luar pandangan konsumen. Konsumen tidak mengetahui bagaimana proses yang terjadi, yang penting jasa yang dia terima harus memuaskan. Proses terjadi berkat dukungan karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan dengan lancar.

Hasil wawancara peneliti dengan informan, peneliti menyimpulkan bahwa Proses pembelian, yaitu menyediakan fasilitas tempat duduk untuk pengunjung yang menunggu pesanan. Proses pengemasan, yaitu proses pengemasan yang rapi. Prosedur pembayaran, yaitu prosedur pembayaran yang mudah dan gampang dipahami oleh pembeli.

7. Physical evidence (Lingkungan fisik)

Bukti fisik (Physical evidence) merupakan lingkungan, warna, tata letak, dan fasilitas tambahan. Ini terkait dengan tampilan sebuah produk atau jasa yang ditawarkan. Proses ini adalah salah satu elemen inti yang ada di 9 core elements of marketing, namun melihat korelasi yang penting maka elemen ini di tarik masuk menjadi salah satu bagian dalam marketing mix.

Adapun bukti fisik yang di ambil dari hasil penelitian yaitu:

1. Desain tata ruang, yaitu tampilan depan toko terlihat klasik sehingga sesuai untuk menarik perhatian konsumen mancanegara, kebersihan diutamakan.
2. Fasilitas pendukung terhadap pelayanan, yaitu ada ruang parkir khusus kendaraan pembeli, toilet, ruang tamu dengan fasilitas yang mudah, dan tempat ibadah.
3. Bangunan luas dan lapang, yaitu memudahkan pembeli untuk jalan, tidak sempit berdesakan

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara yang penulis lakukan secara garis besar ditemukan bahwa strategi yang digunakan oleh petani kopra di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara dalam strategi pemasaran sudah sesuai dengan prinsip ekonomi islam.

a. Ketuhanan (Rabbaniyyah)

Ketuhana dalam pemasaran maksudnya adalah dalam setiap langkah, aktivitas dan kegiatan pemasaran harus sesuai dengan prinsip ekonomi islam dengan mengedepankan kejujuran dan kebenaran.

Menurut hasil wawancara yang telah penulis paparkan dalam bab sebelumnya bahwa sebagian besar petani kopra di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara dalam menjalankan tugasnya sudah sesuai dengan etika bisnis secara islam. Yaitu tidak hanya melihat segi keduniannya saja, tetapi juga selalu mengingat pada Allah bahwa setiap orang menjalankan usahanya sah-sah saja menggunakan berbagai strategi pemasaran tetapi harus ingata peraturan Allah tidak boleh di abaikan.

Keterangan hasil wawancara ketuhanan atau rabbaniyyah adalah salah satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah SWT. oleh sebab itu semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain. Kondisi

tersebut sangat diyakini oleh umat Muslim sehingga menjadi pegangan hidup, tidak tergoyahkan. Nilai rabbaniyah tersebut melekat atau menjadi darah daging dalam pribadi setiap muslim sehingga dapat menghindari perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.

Dalam hal ini para petani kopra telah bertindak jujur dan benar dalam melakukan kegiatan pemasaran, seperti dengan tidak menutupi kelemahan produk yang di julan. Seorang businessman harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan semua aktifitas bisnisnya dan tidak menipu konsumen dan pemasok, tidak berlaku curang, berkata bohong, mengumbar sumpah dalam kerangka Islam terhadap bisnis.

b. Etis (akhlaqiyah)

Seorang marketer sangat mengedepankan masalah akhlak (moral dan etika) dalam seluruh aspek kehidupannya. Prinsip bersuci dalam Islam tidak hanya dalam beribadah. Seperti dapat ditemukan juga dalam kehidupan sosial sehari-hari dalam berbisnis, berumah tangga. Bergaul, bekerja, belajar dan lain-lain.

Dalam memasarkan produknya para petani kopra di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara mengedepankan etika bisnis secara Islam, seperti tidak berlaku curang, tidak menjual produk yang di haramkan oleh agama, dan tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya. Dalam Al-Qur'an, keharusan bersikap jujur dalam dunia bisnis seperti berdagang, berniaga atau jual beli, sudah diterangkan dengan sangat jelas yaitu bahwa sesungguhnya Allah SWT menhanjurkan kepada umat manusia pada umumnya dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berperilaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun.

Selain itu petan kopra juga tidak saling menjelek-jelekan bisnis antara petani satu dengan petani yang lain dalam memasarkan produknya, para petani juga penuh

keikhlasan dalam melayani konsumen dan pemasok dengan lemah lembut. Seperti yang di anjurkan oleh Rasulullah SAW dalam sabdanya.

Abdullah bin Umar R.A Berkata: "Tidak boleh menjual untuk merusak penjual kawannya". (H.R. Bukhari)

Berdasarkan hasil wawancara dengan petani kopra yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara bahwa mereka dalam menerapkan etika bisnisnya sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam atau ajaran Rasulullah SAW yaitu seperti tidak berbohong, tidak curang, dan tidak menjual produk yang diharamkan oleh agama.

c. Humanitis (Insaniyyah)

Humanitis dalam pemasaran maksudnya adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemausiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehumanannya dapat terkembang dengan panduan syariah. Syariah Islam adalah syariah humanitis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitas tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Sehingga pemasaran syariah bersifat secara universal.

Dalam penjelasan tersebut mengandung arti bahwa humanitis atau al-insaniyyah yang artinya berperilaku kemanusiaan, hormat menghormati sesama. Para petani kopra berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik, jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak tatanan, hidup masyarakat, menjadikan kehidupan masyarakat terganggu, juga dari segi petani sendiri sampai menjadi serakah, mau menguasai segalanya, menindas dan merugikan orang lain.

Hasil observasi yang telah dilakukan di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara, bahwa strategi yang digunakan oleh para petani kopra tersebut tentang memang sudah sesuai dengan ketentuan ekonomi Islam, dan sebagian petani kopra tidak terlalu tinggi

dalam hal mengambil keuntungan ini berarti sesuai dengan apa yang Islam ajarkan selama ini.

Hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara dengan Bapak Luli petani kopra berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik, jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak tatanan hidup di masyarakat.

5. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang strategi petani kopra dalam meningkatkan pendapatan prospektif ekonomi Islam, dalam hal ini maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh petani kopra yaitu yang pertama petani kopra menggunakan marketing mix 7p yaitu: product dengan tetap mempertahankan kualitasnya. Harga yang mereka tetapkan dapat berubah sesuai dengan pembelian di pasaran. Lokasi dimana lokasi yang digunakan oleh para petani sudah sangat strategis. Promosi yang dilakukan oleh para petani hanya menggunakan mulut ke mulut saja (door to door). Petani dimana petani kopra ada yang mempunyai karyawan tetap ada yang tidak. Proses pengolahan kopra ada 2 cara yaitu pengeringan menggunakan matahari saja, dan pengeringan yang dibantu oleh belerang. Physical Evidence dimana fasilitas yang ada di tempat pengolahan kopra sudah cukup mendukung. Untuk strategi petani kopra memiliki dua strategi. Pertama melalui agen atau secara langsung. Namun untuk petani kopra yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara memilih Strategi yang menjual lewat pemasok kelapa.
2. Menurut Prospektif ekonomi Islam dalam meningkatkan pendapatan Petani Kopra Di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara telah menerapkan prinsip-prinsip berbisnis

dalam islam yaitu ketuhanan (Rabbaniyah), etis (Akhlakiyyah), humanitis (Insania). Dimana dalam prinsip ketuhanan dapat dilihat dari kejujuran dan kebenaran dalam berbisnis yaitu petani kopra yang ada di Desa Tahibua Kec. Tiwu Kab. Kolaka Utara selalu jujur dalam membeli hasil kopra yang dibuat oleh masyarakat kepada pemasok. Kemudian dalam prinsip etis dapat dilihat dari pembeli kopra yang ada di Desa Tahibua Kec. Tiwu Kabupaten Kolaka tidak membedakan setiap pembelian kopra kepada masyarakat misalnya tidak adanya perbedaan harga jual ketika menjual kopra. sedangkan untuk prinsip humanitis yaitu berperilaku kemanusiaan dan saling menghormati dimana petani kopra selalu berperilaku saling menghargai antara petani kopra dengan pemasok, dan antara petani kopra dengan masyarakat atau konsumen yang ada di Desa Tahibua Kecamatan Tiwu Kabupaten Kolaka Utara.

6. Saran

Dari hasil penelitian yang peneliti peroleh dari strategi petani kopra dalam meningkatkan pendapatan prespektif ekonomi islam, maka dikemukakan saran sebagai berikut

1. Kepada para petani
Disarankan agar bisa meningkatkan penggunaan tenaga kerja untuk proses usaha kopra, dan meningkatkan pendapatan petani kopra sebaiknya jumlah luas lahan yang diusahakan ditambah dan meminimkan jumlah mode kerja yang digunakan.
2. Kepada pemerintah
Disarankan dari pemerintah untuk mengadakan kebijakan harga atau menetapkan harga dimana kebijaksanaan ini diperlukan untuk menjaga agar harga pada saat panen tidak terjadi fluktuasi, sehingga petani-petani kopra bersemangat dalam

mengolah lahan pertanian yang mengakibatkan meningkatnya taraf hidup petani. Jika tingkat kesejahteraan petani meningkat tidak menuntut kemungkinan akan di ikuti oleh pembangunan ekonomi yang lebih baik dan tingkat kemiskinan berkurang.

3. Kepada peneliti

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya perlu dilakukan penelitian tentang harga kopra produksi dan juga dapat menggunakan teori selain marketing mix 7P.

Daftar Pustaka

- Al Fajar, M. R., & Ifantri, I. (2021). Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah. *J-ESA*
- Almizan, A. (2016). Distribusi Pendapatan: Kesejahteraan Menurut Konsep Ekonomi Islam. *Maqdis*, 1(1), 63-82.
- Chapra, M. U. (2000). Sistem moneter islam. *Gema Insani*
- Fatmawati. (2014). Analisis yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Raya Padang. *Jurnal Ekonomi*, 1 (1)
- Gafur, A., & Lamusa, A. (2017). Analisis Pendapatan Usaha Kopra Di Desa Meli Kecamatan Balaesang Kabupaten Donggala. *AGROTEKBIS: E-JURNAL ILMU PERTANIAN*, 5(2), 249-25.
- Kalsum, U. (2018) Distribusi Pendapatan Dan Kekayaan Dalam Ekonomi Islam. *Li falah studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol 3, Nomor 1
- Kurniawan, Gogi. Pengaruh Celebgram Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Media Sosial Instagram Produk Erha Clinic Di surabaya. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)* Vol.5 No.1 Juli 2020.
- Kurniawan, R., & Pangestu, A. W. (2018). Analisis Pendapatan Petani Kelapa (*Cocos nucifera L*) di Desa Teluk

- Payo Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 7(1), 25-30.
- Maro, Z., & Asih, D. N. (2020). Analisis Pendapatan Usaha Kopra Di Desa Lompio Kecamatan Sirenja Kabupaten Donggala. *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 8(1),95-105.
- Muhalling. R. (2017). Kontestasi Sistem Ekonomi Islam dan Konvensional. *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam Vol 2, Nomor 1, Juni 2017*
- Mulu. Beti. (2017). Peran Wanita Tani Pembuat Atap Rumbia dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kabupaten Konawe). *Li Falah studi Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol 2, Nomor 1, Juni 2017*.
- Mahyu Danil, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh, Vol. IV No. 7: 9*.
- Nurnasihin, J. (2019). Alokasi Pendapatan dalam Perspektif Ahli Ekonomi Islam (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).
- Rita, J., & Eddy, P. (2014) analisis startegi bisnis usaha mikro kecil menengah Toko Bunga “cindy” Di Jl. Kayoon Utara No.12 Gentengkali-Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, (5)2, 155.
- Rita, J., & Eddy, P. (2014). Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Bunga “Cindy” Di Jl. Kayoon Utara No. 12 Gentengkali–Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 5(2), 155.
- Sabana, A. A., Kalsum, U., Imran, M., & Sari, K. N (2019) Analisis Implementasi Prinsip Bisnis Ala Rasulullah Oleh Groceries Stall Di Pasar Sentral Kota Kendari. 4(2), 129-149.