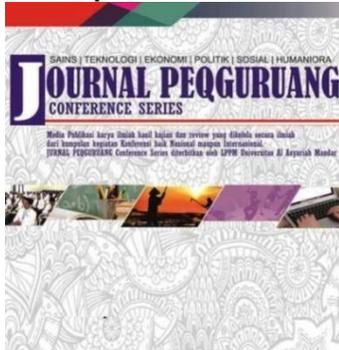


### Graphical abstract



### MANAJEMEN PEMASARAN USAHA PENGOLAHAN KOPRA PADA USAHA UD.CITRA DI DESA BARUMBUNG KECAMATAN MATAKALI KABUPATEN POLEWALI MANDAR

<sup>1</sup>Warniawati Umar, <sup>2</sup>Hasanuddin Kandatong, <sup>3</sup>Haeruddin.  
<sup>1</sup>Agribisnis, <sup>2</sup>Fakultas Ilmu Pertanian,  
<sup>3</sup>Universitas Al Asyariah Mandar.

[sherlymaulina861@gmail.com](mailto:sherlymaulina861@gmail.com)  
[kandatonghasanuddin@gmail.com](mailto:kandatonghasanuddin@gmail.com)  
[haeruddinabidin1012@gmail.com](mailto:haeruddinabidin1012@gmail.com)

### Abstract

This research was conducted at UD. Citra Barumbung Village, Matakali District, Polewali Mandar Regency which lasted for three months, from March to May 2021. This study aims to determine the Marketing Management of Copra Processing Business at UD. CITRA in Barumbung Village, Matakali District, Polewali Mandar Regency and know what obstacles are faced by UD. CITRA in Barumbung Village, Matakali District, Polewali Mandar Regency in copra marketing. Determination of the research location using the purposive method, namely the direct sampling technique. Data collection techniques used in this study are questionnaires, observation, and documentation. Followed by data processing using descriptive analysis method. The results showed that the implementation of management functions such as planning, organizing, directing, controlling, and evaluating the marketing management of the copra processing business at UD. The image in Barumbung Village, Matakali District, Polewali Mandar Regency is good from the research results, the business has increased production. As well as the obstacles faced by UD. The image is that there is competition with wholesalers, the existence of the same product is very influential and the market share is uncertain.

**Keywords:** *Copra, Management, Marketing, Copra Processing*

### Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan di UD. Citra Desa Barumbung Kecamatan Matakali Kabupaten Polewali Mandar yang berlangsung selama tiga bulan yaitu bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Manajemen Pemasaran Usaha Pengolahan Kopra pada UD. CITRA di Desa Barumbung, Kecamatan Matakali, Kabupaten Polewali Mandar serta mengetahui Kendala-kendala apa saja yang dihadapi oleh UD. CITRA di Desa Barumbung, Kecamatan Matakali, Kabupaten Polewali Mandar dalam pemasaran kopra. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive* yaitu tehnik penentuan sampel secara langsung. Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Dilanjutkan dengan pengolahan data dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan fungsi-fungsi manajemen seperti fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan evaluasi pada manajemen pemasaran usaha pengolahan kopra pada UD. Citra di Desa Barumbung, Kecamatan Matakali, Kabupaten Polewali Mandar dengan baik dai hasil penelitian, usaha mengalami peningkatan produksi. Serta kendala-kendala yang dihadapi oleh UD. Citra yaitu adanya persaingan dengan pedagang besar, adanya produk yang sama sangat berpengaruh dan pangsa pasar yang tidak menentu.

**Kata Kunci :** *Kopra, Manajemen, Pemasaran, Pengolahan Kopra*

### Article history

DOI: <https://dx.doi.org/10.35329/jp.v3i2.2386>

Received : 01 Agustus 2021 | Received in revised form : 09 September 2021 | Accepted : 30 Oktober 2021

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia Negara agraris yang memberi konsekuensi pada perlunya perhatian pemerintah pada sektor pertanian yang kuat dan tangguh, oleh karena itu salah satu sektor yang mendukung pertumbuhan ekonomi adalah sektor pertanian. Sub sektor pertanian yang memegang peranan penting bagi perekonomian nasional salah satunya adalah Perkebunan (Thantiyo, 2010). Kelapa merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi penting bagi masyarakat tani di Indonesia.

Agroindustri sebagai salah satu subsistem penting dalam sistem agribisnis sangat berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi karena pangsa pasar dan nilai tambah yang relatif besar. (Wulandari, S., Kandatong, H., & Manggabarani, I, 2020)

Sebagai negara tropis Indonesia memiliki potensi yang tinggi untuk produksi kelapa. Luas areal tanaman kelapa di Indonesia pada tahun 2017 adalah 6.910,70 ribu hektar dengan produksi sebesar 5.675 ribu ton. (BPS Indonesia, Direktorat Jenderal Perkebunan, 2017). Tahun 2018 luas areal perkebunan kelapa Indonesia adalah 6.802,90 ribu hektar dengan produksi sebesar 5.648,10 ribu ton (BPS Indonesia, Direktorat Jenderal Perkebunan 2018). Sedangkan pada tahun 2019 luas areal perkebunan kelapa Indonesia diperkirakan 6.793,70 ribu hektar dengan produksi sebesar 5.624,20 ribu ton (BPS Indonesia, Direktorat Jenderal Perkebunan, 2019).

Berdasarkan data statistik perkebunan kelapa Indonesia, luas areal perkebunan kelapa di Sulawesi Barat 42,90 ribu hektar dengan produksi 36,50 ribu ton pada tahun 2017, dan Kabupaten Polewali Mandar pada tahun 2017 memiliki luas areal sebesar 20.484 Ha dengan Produksi 16.810 ton (BPS Polewali Mandar, 2017). Komoditas kelapa di samping dimanfaatkan untuk konsumsi dalam negeri juga sebagian diekspor yang akan menghasilkan devisa Negara, sehingga komoditas ini dapat dijadikan salah satu sumber perekonomian nasional.

Kotler & Amstrong (dalam Priansa, 2017:3) menjelaskan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan pemilik usaha dimana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan pihak lain.

Shimp (2010) menyatakan pemasaran merupakan sekumpulan aktivitas dimana bisnis dan organisasi menciptakan pertukaran nilai diantara bisnis dan perusahaan itu sendiri. "Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen (American Marketing Association dalam Assauri, 2017:3)."

Dengan latar belakang di atas, menjadi dasar pertimbangan untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen pemasaran usaha pengolahan kopra yang dilakukan oleh UD.CITRA di Desa Barumbung, Kecamatan Matakali, Kabupaten Polewali Mandar. Sehubungan dengan hal tersebut kami tertarik memilih judul "Manajemen Pemasaran Usaha Pengolahan Kopra Pada UD.CITRA di Desa Barumbung, Kecamatan Matakali, Kabupaten Polewali Mandar".

## 2. METODE PENELITIAN

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, adapun pengertian dari metode analisis deskriptif menurut (Sugiono: 2009; 29) adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Penelitian ini dilaksanakan di UD. CITRA, Desa Barumbung, Kecamatan Matakali, Kabupaten Polewali Mandar yang berlangsung pada bulan Maret sampai Mei 2021.

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. (Putri, B. R. T., 2017)

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2007: 62). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi  
Observasi yaitu pengamatan secara langsung di lokasi penelitian guna memperoleh keterangan data yang lebih akurat mengenai hal-hal yang diteliti.
2. Wawancara  
Wawancara yaitu suatu cara untuk mendapatkan dan mengumpulkan data melalui tanya jawab dan dialog atau diskusi dengan informan yang dianggap mengetahui banyak tentang obyek dan masalah penelitian.
3. Kuesioner  
Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Manajemen Pemasaran Usaha Pengolahan Kopra pada UD. CITRA di Desa Barumbung, Kecamatan Matakali, Kabupaten Polewali Mandar

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian terhadap manajemen pemasaran usaha pengolahan kopra UD.Citra berupa fungsi manajemen yaitu:

perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan evaluasi. Dalam pemasarannya dilihat menggunakan bauran pemasaran yaitu: produk, harga, dan tempat.

### 1.1.1. Manajemen

Fungsi manajemen

#### Perencanaan

Perencanaan merupakan proses penentuan tujuan dan pedoman pelaksanaan, dengan memilih yang terbaik dari alternatif-alternatif yang ada. Berdasarkan penelitian penulis, pengolahan kopra UD. Citra mempunyai perencanaan jangka pendek dan perencanaan jangka panjang sebagai alternatif untuk mengembangkan usaha.

Dalam perencanaan jangka pendek, pengolahan kopra UD. Citra akan melakukan inovasi produk. Inovasi produk yang dimaksud adalah dari pengolahan kopra biasa ke pengolahan kopra putih yang harganya diatas kopra biasanya. Sedangkan untuk perencanaan jangka panjangnya, pengolahan kopra UD. Citra menargetkan adanya peningkatan jumlah penjualan produk yang banyak, dan bisa menambah karyawan lebih banyak lagi.

Dalam hal pelaksanaan, penulis meneliti bahwa pengolahan kopra UD. Citra telah melakukan inovasi produk yaitu pengolahan kopra biasa ke pengolahan kopra putih yang harganya diatas kopra biasanya. Dengan cara itu bisa dikatakan sebagai penambahan jenis produk. Untuk peningkatan penjualan produk belum terlihat adanya peningkatan, rata-rata penjualan masih sama setiap bulannya. Seharusnya untuk meningkatkan jumlah penjualan produk perlu dilakukan perencanaan yang lebih spesifik lagi sehingga diharapkan nantinya bisa menambah penjualan produk. Dari segi penambahan karyawan, pengolahan kopra UD. Citra sudah mendapat tambahan dua orang karyawan sebagai tenaga kerja produksi.

H.B. Siswato, Henry Fayol (2005), dalam buku pengantar manajemen menjelaskan bahwa Perencanaan adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu. Setiap manajer dituntut terlebih dahulu agar mereka membuat rencana tentang aktivitas yang harus dilakukan. Perencanaan tersebut merupakan aktivitas untuk memilih dan menghubungkan fakta serta aktivitas untuk memilih yang direncanakan. Pengorganisasian

Suatu proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada aktivitas ini, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang secara relatif dan didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut.

Penulis meneliti bahwa pada pengolahan kopra UD. Citra sudah mempunyai struktur organisasi dan pembagian kerja. Berdasarkan pengamatan penulis, usaha ini memakai organisasi lini, dimana pendelegasian wewenang dilakukan langsung oleh seorang atasan kepada bawahan tanpa melalui kepala bagian. Organisasi lini dipakai oleh perusahaan atau usaha kecil saja yang karyawannya relatif sedikit.

Selain itu, pengorganisasian pada pengolahan kopra UD. Citra belum berjalan dengan baik. Dimana pada tugas masing-masing karyawan belum berjalan sesuai bagiannya. Pada bagian sekretaris dan bendahara belum melakukan pencatatan dan pembukuan keuangan. Bagian produksi belum sepenuhnya menguasai pengendalian proses produksi. Dengan kondisi seperti itu penulis menilai belum adanya koordinasi yang baik antara karyawan dan pemilik usaha dalam merealisasikan tujuan bersama.

Dalam hal ini pemilik usaha sangat berperan banyak menetapkan wewenang langsung kesetiap individu dalam melakukan aktivitas-aktivitas usaha di pengolahan kopra UD. Citra, sedangkan karyawan belum bekerja dengan baik dalam melaksanakan tugas dan wewenang yang diberikan oleh pemilik usaha. Seharusnya yang harus dilakukan oleh pemilik usaha dalam hal ini adalah memilih karyawan yang mampu bertanggung jawab dan mampu menjalankan tugas dan bagiannya guna berjalannya sebuah organisasi yang baik.

H.B. Siswato, Henry Fayol (2005), dalam buku pengantar manajemen menjelaskan bahwa Pengorganisasian dirumuskan sebagai upaya pengelompokan dan pengaturan orang untuk dapat digerakkan sebagai satu kesatuan sesuai dengan rencana yang telah dirumuskan, menuju tercapainya tujuan yang ditetapkan.

#### Pengarahan

Suatu kegiatan perlu adanya pengarahan terutama yang berhubungan dengan pemberian perintah. Seorang pemimpin yang baik dan berkualitas tinggi dapat mengarahkan anak buahnya kepada kebaikan dan pencapaian yang akan dituju.

Pengarahan yang dilakukan oleh pemilik usaha pengolahan kopra UD. Citra sangat gencar dilakukan, terutama untuk bagian produksi dimana dalam proses produksi perlu dilakukan pengarahan rutin oleh pemilik usaha, karena pada bagian ini adalah faktor penggerak utama dari usaha ini. Namun pengarahan yang dilakukan pemilik usaha lebih hanya terfokus pada produksi saja.

Menurut penelitian penulis, pengarahan yang dilakukan oleh pemilik usaha sudah dilakukan baik dengan megedepankan komunikasi kekeluargaan pada karyawan, akan tetapi dari karyawan sendiri kurang tanggap dalam menjalankan arahan yang diberikan oleh pemilik usaha pengolahan kopra UD. Citra, terutama pada bagian pencatatan, pembukuan, dan marketing. Seharusnya pemilik usaha memberi arahan dengan memberikan contoh atau cara dalam melaksanakan tugasnya.

H.B. Siswato, Henry Fayol (2005), dalam buku pengantar manajemen menjelaskan bahwa Aktifitas pengarahan adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan pemberian perintah dan saran. Hal ini mengandung permasalahan dalam menunjukkan rencana yang penting kepada bawahan yang bertanggung jawab untuk melaksanakannya. Selain itu, penting juga hubungan individual setiap saat diantara manajer dan para bawahannya yang terkait dengan organisasi.

#### Pengendalian

Pengendalian sebagai alat ukur dan perbaikan pelaksanaan kerja bawahan, agar rencana rencana yang

telah dibuat untuk mencapai tujuan- tujuan dapat terselenggara.

Terdapat pengendalian dalam pelaksanaan produksi dimana tenaga kerja diminta untuk terus mencoba agar cepat bisa menguasai proses produksi yang mereka belum bisa, seperti pada proses pengupasan, pemotongan, pengeringan dan pelepasan daging buah kelapa dari batok. Pengendalian dalam proses produksi terus dilakukan oleh ibu Hj. Rasiona dengan mengambil alih pekerjaan yang belum bisa dikuasai olehkaryawannya.

H.B. Siswanto, Henry Fayol (2005), dalam buku pengantar manajemen menjelaskan bahwa Dengan aktifitas pengendalian, berarti manajer mengevaluasi dan menilai pekerjaan yang dilakukan para bawahan. Pengendalian pelaksanaan pekerjaan yang diberikan kepada bawahan tidaklah dimaksudkan untuk mencari kesalahan semata- mata. Akan tetapi, hal itu dilakukan untuk membimbing bawahan agar pekerjaan yang dikerjakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

#### Evaluasi

Sebagai alat untuk memperbaiki perencanaan kegiatan usaha yang akan datang dengan memperbaiki sumber daya yang dimiliki, memperbaiki pelaksanaan faktor yang mempengaruhi pelaksanaan suatu kegiatan usaha.

Evaluasi yang dilakukan oleh pemilik usaha kopra UD. Citra yaitu dengan memperbaiki organisasi, dalam hal ini ibu Hj. Rasiona selalu menekankan pada bagian sekretaris dan bendahara agar segera melakukan pencatatan dan pembukuan keuangan sebagai bahan evaluasi dan perencanaan keuangan untuk kegiatan usaha selanjutnya.

Panji Anoraga dan Ricky W.Griffin (2004), dalam buku manajemen bisnis mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan evaluasi untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien.

Fungsi manajemen merupakan elemen dasar yang melekat dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh pemilik usaha dalam melaksanakan kegiatan guna mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Penulis meyakini bahwa setiap pemilik usaha pasti melakukan fungsi manajemen sebagai acuan untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan perusahaan. Dalam penerapan fungsi manajemen oleh pemilik usaha tentunya ada yang menerapkan fungsi manajemen dengan baik dan ada yang kurang baik.

Dari penjelasan mengenai fungsi manajemen tersebut, penulis meneliti, bahwa dengan melihat cara yang dilakukan oleh pemilik usaha pengolahan kopra UD. Citra dalam menerapkan fungsi manajemen sebagai acuan untuk mencapai tujuan belum efektif. Seharusnya perlu direncanakan dengan baik dalam menentukan tujuan yang akan dicapai dimasa mendatang.

#### Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*):

##### Produk (*product*)

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan baik berupa barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau pemakainya. Kualitas dan ciri khas produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari

produsen, merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.

Salah satu keunggulan yang dimiliki pengolahan kopra pada usaha UD.Citra adalah kualitas produk, dalam hal ini UD.Citra sangat mengutamakan kualitas produknya. Dimana produk yang dihasilkan oleh UD.Citra memiliki keunggulan tersendiri di pasaran, ibu Hj. Rasiona mengutamakan kualitas produk, kadar air, dan tekstur dalam proses produknya, mulai dari proses pengupasan sampai pengiriman produk.

Dengan pengamatan secara langsung oleh penulis dalam melihat proses produksi UD.Citra, penulis menilai kualitas produk UD.Citra layak untuk di pasaran, karena produk tersebut terjamin kualitasnya, dan para konsumen tidak merasa dirugikan atas produk yang dihasilkan oleh UD.Citra.

##### Harga (*price*)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan pemilik usaha UD.Citra, harga jual kopra telah ditentukan berdasarkan harga pasar yang sudah ditetapkan oleh pembeli. Dalam menetapkan harga pembeli menyesuaikan kualitas kopra dari diproduksi.

Penentuan harga biasanya juga dipengaruhi oleh besar kecilnya permintaan dan penawaran sebagai unsur-unsur penentu, apakah produk akan dihentikan, dikurangi, ditambah, atau diubah ataupun ditingkatkan sedemikian rupa untuk menghasilkan kualitas produk yang lebih baik.

Untuk mengetahui tingkat harga per kilogram kopra dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

Tabel. 3.1 Tingkat harga per kilogram kopra bulan maret sampai dengan mei 2021

Periode	Kopra		
	Harga (Rp/Kg)	Volume (Kg)	Jumlah (Rp)
Maret	12,800	7,000	89.600.000
April	12,800	9,000	115.200.000
Mei	12,800	12,000	153.600.000
<b>Total</b>		<b>28,000</b>	<b>358.400.000</b>

Sumber : *Data Primer Setelah diolah, 2021*

Berdasarkan tabel diatas bahwa tingkat harga kopra per kilogramnya sebesar Rp. 12.800,- dimana produksi yang dihasilkan pada bulan Maret sebesar 7.000 kg dengan total penjualan sebesar Rp. 89.600.000,- sedangkan pada bulan April jumlah produksi sebesar 9.000 kg dengan total penjualan sebesar Rp. 115. 200.000,- dan pada bulan Mei jumlah produksi sebesar 12.000 kg dengan total penjualan sebesar Rp. 153.600.000,- hal ini menunjukkan bahwa tingkat produksi tertinggi yaitu pada bulan Mei sebesar 12.000 kg dengan total penjualan Rp. 153.600.000,-

##### Tempat (*place*)

Tempat adalah dimana kegiatan perusahaan dalam membuat atau memproduksi suatu produk untuk dipasarkan. Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung yang saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Menurut pengamatan penulis dengan kondisi seperti itu UD. Citra sudah efektif dalam menentukan lokasi usaha. UD. Citra memiliki tempat produksi yang strategis berada dalam satu tempat yang sama dan tempat yang luas agar proses produksi bisa dilakukan secara efektif dan efisien.

### Promosi (Promotion)

Promosi adalah cara mengomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Tujuan promosi adalah untuk memperkenalkan barang dan jasa agar diketahui, dibutuhkan dan dimintanoleh konsumen.

Menurut pengamatan penulis, UD. Citra melakukan promosi barang langsung ke konsumen akhir (pembeli) dengan ketentuan sesuai keinginan yang telah di sepakati kedua belah pihak.

Kotler dan Armstrong (2017), bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut “empat P”, yaitu: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat) dan *Promotion* (promosi).

### Kendala yang dihadapi oleh UD. CITRA

Masalah adalah suatu kesenjangan antara harapan dan kenyataan. Suatu perusahaan atau usaha dagang dalam pengelolaannya menemui banyak masalah, baik masalah dari luar maupun masalah dari dalam perusahaan itu sendiri. Untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan perlu mengetahui masalahnya dengan mencari alternatif pemecahaannya. Sehingga kita tidak menemui kesalahan dalam pengambilan keputusan atau kebijakan. Untuk mengenal masalah UD.Citra dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Masalah yang dihadapi dalam pemasaran kopra pada UD. Citra 2021

Masalah-Masalah	Penyebab	Akibat
1. Persaingan dengan perusahaan/pedagang besar lainnya	Harga lebih murah	Persaingan harga
2. Pedagang besar lainnya lebih pintar membuat produk yang sama.	Harga lebih murah	Persaingan harga
3. Harga Pasar tidak menentu.	Kenaikan harga bahan bakar minyak	Harga tidak stabil

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2021

Berdasarkan table diatas, Masalah yang sering muncul pada UD. Citra adalah persaingan dengan perusahaan/pedagang besar lainnya ini timbul karena adanya permainan harga dari pedagang liar dan tengkulak. Dalam pengadaan kopra kurang memenuhi standar mutu yang ditetapkan oleh UD. Citra seperti bebas dari tanda-tanda kerusakan pada daging buah kopra dan membusuk. Masalah tersebut dapat menurunkan harga atau harga lebih murah dari kopra lainnya.

## 4. SIMPULAN

Berdasarkan uraian pada hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan Manajemen Pemasaran Usaha Pengolahan Kopra pada UD. CITRA di Desa Barumbung, Kecamatan Matakali, Kabupaten Polewali Mandar mengalami peningkatan produksi, karena menerapkan fungsi-fungsi manajemen seperti fungsi perencanaan, pengoorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan evaluasi pada manajemen pemasaran usaha pengolahan kopra. Kendala- kendala yang dihadapi oleh UD. Citra yaitu adanya persaingan dengan pedagang besar yang produk sama, yang sangat berpengaruh pada usaha UD. Citra.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS Indonesia, *Direktorat Jenderal Perkebunan Tahun 2019*
- BPS Polewali Mandar, 2017
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2009, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,” Bandung :Alfabeta.
- Shimp, Terence A. 2010 “ *Intergrated Marketing Communication In Advertising and Promotion*” . South-Western, Cengage Learning.
- H.B. Siswanto. 2005. “*Pengantar Manajemen*”, Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Kotler, Amstrong. 2017. “ *Manajemen Pemasaran* “. American Marketing Assosiation.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemenpemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Thantiyo, Farray. 2010. “*Analisa Kontribusi Nilai Tambah Industri VCO (Virgin Coconut Oil)*“
- Wulandari, S., Kandatong, H., & Manggabarani, I. (2020, May). Strategi Pemasaran Gula Semut Kelompok Wanita Tani Sipakario Desa Sambaliwali Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar. In *Journal Pegguruang: Conference Series* (Vol. 2, No. 1, pp. 140-147).
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., ... & Manullang, S. O. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.