

Sistem Pemasaran Kopra di Negeri Lafa, Kecamatan Telutih, Kabupaten Maluku Tengah

Copra Marketing System In Lafa Village, Telutih District, Central Maluku Regency

Cindy Tehuayi¹, Martha Turukay², Weldemina B Parera³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura

*Correspondence author e-mail: cindytehuayo@gmail.com

Article history

Received:
18-02-2025

Last Revision:
19-02-2025

Accepted:
21-02-2025

Available online:
27-02-2025

Published:
28-02-2025

Keywords

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing channels and marketing margins of copra in Lafa Village, Telutih District, Central Maluku Regency. The research method used is descriptive qualitative. Data collection methods used are questionnaires, observation, interviews, and documentation. The data analysis method used is the marketing margin analysis method. The results of the study indicate that there is one marketing channel, namely sales from farmers to village collectors, village collectors sell to district collectors, district collectors to wholesalers and from wholesalers to factories. The results of the copra marketing margin analysis are Rp8,000/kg and the profit obtained is Rp2,636/kg.

Copra, Farmers, Marketing Channels, Marketing Margins

How to Cite:

Tehuayo, C., Turukay, M., & Parera, W.B. (2025). Sistem Pemasaran Kopra di Negeri Lafa Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah. *Agrilan: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, Vol. 13(1), 9-15. DOI: <https://doi.org/10.30598/agrilan.v13i1.17993>



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY)

Pendahuluan

Sektor pertanian saat ini masih menjadi salah satu sumber mata pencaharian masyarakat Indonesia. Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam yang dapat menjadi bagian dari sektor-sektor industri. Salah satu sumber daya alam yang memiliki peluang dalam menghasilkan profit yang besar yaitu industri kelapa. Kelapa merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi penting bagi masyarakat tani di Indonesia. Kelapa di kenal sebagai *the tree of life* atau pohon kehidupan, dari semua bagian dari pohon kelapa dapat dipakai dan digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (Melasari et al, 2022). Seluruh bagian pohon kelapa memiliki manfaat yang penting, termasuk serat serabut kelapa yang dapat diolah menjadi nilai ekonomis, begitupun dengan bagian yang lainnya dapat diambil nilai ekonomisnya yang dapat meningkatkan pendapatan petani (Ulfa, 2024). Manfaat yang diperoleh dari pohon kelapa yaitu daun kelapa dapat diambil lidinya sebagai sapu dan barang-barang anyaman. Buah kelapa yang terdiri dari sabut dapat dijadikan sebagai keset, sapu dan matras, tempurung kelapa dapat dijadikan bahan kerajinan tangan. Batang kelapa dapat dijadikan bangunan baik untuk kerangka maupun untuk dinding serta atap. Daging buah kelapa dapat dipakai sebagai bahan baku untuk minyak kelapa, coconut cream, santan dan juga kopra.

Indonesia merupakan produsen kelapa terbesar di dunia dengan luas tanaman kelapa sekitar 3,34 juta ha dan produksi sekitar 2,87 ton kopra (Alouw & Wulandari, 2020). Dalam konteks global produksi kelapa di Indonesia menonjol dan kontribusinya produksi pada sektor Kopra (Punzalan & Rosentrater, 2024). Kopra merupakan daging buah kelapa yang dikeringkan. Buah kelapa yang sudah dibelah mesti secepatnya dikeringkan menjadi kopra. Kopra juga merupakan salah satu hasil olahan kelapa yang banyak diusahakan oleh

masyarakat Indonesia. Kopra dihasilkan dari daging buah kelapa yang dikeringkan. Luas areal dan produksi kelapa Provinsi Maluku tahun 2020-2022 dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Luas areal dan produksi kelapa Provinsi Maluku tahun 2020-2022

Kecamatan/Kota	Luas Areal (Ha)			Produksi (Ton)		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Kep Tanimbar	17.250,60	17.313,17	17.316,77	19.767,40	19.393,00	19.399,70
Maluku Tenggara	22.688,20	23.010,18	23.110,18	20.885,10	21.315,00	21.364,00
Maluku Tengah	20.880,80	20.905,83	20.905,83	18.591,20	20.000,60	20.198,05
Buru	4.826,40	4.929,85	4.984,85	3.780,75	3.753,40	3.852,80
Kep Aru	2.967,00	3.066,98	3.066,98	1.656,85	1.760,00	1.802,15
Seram Bagian Barat	7.673,00	8.261,10	8.281,10	7.795,50	8.200,00	8.416,10
Seram Bagian Timur	18.594,00	18.470,39	18.470,39	16.452,60	16.755,70	16.979,30
Maluku Barat Daya	6.301,20	6.401,20	6.504,20	5.320,00	5.695,55	5.777,40
Buru Selatan	10.604,00	9.424,00	9.524,00	8.863,95	7.847,00	8.066,40
Ambon	2.311,70	2.311,70	2.311,70	1.172,50	1.594,00	1.615,10
Tual	662,80	949,74	949,74	283,10	320,00	305,79
Maluku	114.849,7	115.044,14	115.325,74	104.588,95	106.982,64	107.776,89

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku 2023

Pengolahan kelapa menjadi kopra merupakan usaha yang potensial untuk dikembangkan karena mengingat luas areal dan produksi kelapa yang cukup luas dan besar setiap tahunnya di Provinsi Maluku. Dengan adanya pengolahan kelapa diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Negeri Lafa merupakan salah satu negeri yang ada di Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah. Umumnya buah kelapa di Negeri Lafa, dipasarkan dalam bentuk kopra, pengolahan kelapa menjadi kopra memberikan nilai tambah sebesar sekitar 20,4% dengan tingkat keuntungan 16,57%, sehingga menjadi pilihan ekonomis dan praktis bagi petani dalam memenuhi kebutuhan hidup dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka (Andika & Iskandar, 2023). Untuk menghasilkan satu kilo gram kopra dibutuhkan lima buah kelapa. Pengolahan kelapa menjadi kopra merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh petani kopra untuk memenuhi kebutuhan hidup. Hal ini dikarenakan kopra adalah hasil utama dan terbesar di Negeri Lafa. Produksi kelapa (kg) di Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah tahun 2022, dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Produksi kelapa (Kg) di Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah tahun 2022

Kecamatan Telutih	Kelapa (Kg)
Wolu	36.000
Lafa	42.000
Tehua	54.000
Maneoratu	16.800
Laimu	20.000
Yamalatu	15.000
Laha	12.000
Laha Kaba	10.500
Hunisi	10.800
Ulahahan	9.000
Jumlah	226.100

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Maluku Tengah 2022

Kopra dianggap lebih menguntungkan karena harganya lebih tinggi dibandingkan kelapa mentah. Umumnya satu buah kelapa dijual Rp.1.000, sedangkan harga satu kilo gram kopra di Kecamatan Telutih yaitu Rp 7.000. Harga yang ditentukan tidak sama di setiap wilayah pemasaran. Jika dibandingkan, harga kopra di kota Ambon yaitu Rp 8.500, sedangkan di kota Masohi Rp 7.800. Hal itu membuat para petani lebih memilih menjadi pengrajin kopra dibandingkan menjual buah kelapa mentah. Saluran pemasaran kopra tidak langsung ke konsumen akhir, melainkan kopra dari petani kopra dijual ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul akan menyalurkan kopra ke pedagang besar yang berada di luar Negeri Lafa.

Biasanya kopra yang telah dibeli oleh pedagang pengumpul bisa disimpan dalam kurun waktu dua minggu sampai satu bulan, baru dijual ke pedagang besar.

Selama ini petani sangat bergantung pada pedagang pengumpul dalam memasarkan kopra. Hal ini dikarenakan jarak dari Desa ke pusat kecamatan jauh sekitar 130 kilometer (km) dan ditempuh dalam waktu 4 jam. Selain itu, sulitnya informasi pasar dengan pusat kecamatan dan kabupaten dan alat transportasi tidak lancar sehingga petani kopra lebih memilih untuk menjual hasil kopra kepada pedagang pengumpul saja. Meskipun demikian, belum ada informasi yang pasti tentang sistem pemasaran kopra yang menyangkut saluran pemasaran dan margin pemasaran kopra di Kabupaten Maluku Tengah, khususnya di Negeri Lafa. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian untuk mendapatkan informasi tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yaitu bagaimana saluran pemasaran kopra di Negeri Lafa Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah dan bagaimana margin pemasaran kopra di Negeri Lafa Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah dengan tujuan dari penelitian untuk mengetahui saluran pemasaran kopra di Negeri Lafa Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah serta mengetahui margin pemasaran kopra di Negeri Lafa Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah

Metode

Penelitian ini dilaksanakan di Negeri Lafa, Kecamatan Telutih, Kabupaten Maluku Tengah, yang merupakan salah satu desa penghasil kopra terbesar di kecamatan tersebut dengan jumlah penduduk 1.065 jiwa dan 150 petani kopra. Lokasi ini dipilih karena perannya yang strategis dalam produksi kopra, serta belum adanya penelitian sebelumnya mengenai sistem pemasaran kopra di wilayah ini. Populasi penelitian adalah petani kopra di Negeri Lafa, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sebanyak 30 orang (20% dari populasi). Untuk pedagang pengumpul, digunakan metode sensus dengan melibatkan seluruh pedagang pengumpul yang ada di Negeri Lafa yaitu sebanyak tiga pedagang penumpul.

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuisisioner, wawancara, dan observasi langsung. Sementara data sekunder diperoleh dari literatur, buku, internet, dan instansi terkait. Metode dokumentasi juga digunakan untuk melengkapi data melalui foto dan rekaman kegiatan di lapangan. Teknik analisis data dalam penelitian ini difokuskan pada analisis saluran pemasaran dan analisis margin pemasaran. Analisis saluran pemasaran dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan tujuan menggambarkan alur distribusi kopra dari petani hingga ke konsumen akhir. Data yang diperoleh kemudian ditabulasi secara sederhana sehingga lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Sementara itu, analisis margin pemasaran digunakan untuk melihat sejauh mana perbedaan harga antara tingkat produsen dan konsumen, serta untuk mengukur efisiensi dari sistem pemasaran kopra di Negeri Lafa. Rumus menghitung margin pemasaran yaitu $M = Pr - Pf$, dimana M adalah margin pemasaran, Pr adalah harga ditingkat pengecer, dan Pf adalah harga ditingkat petani. Rumus menghitung keuntungan lembaga pemasarannya yaitu $\pi = ML - TC$ dimana, π adalah keuntungan Lembaga pemasaran, ML Adalah margin Lembaga pemasaran, dan TC adalah biaya total pemasaran yang dikeluarkan di tiap-tiap lembaga pemasaran kopra.

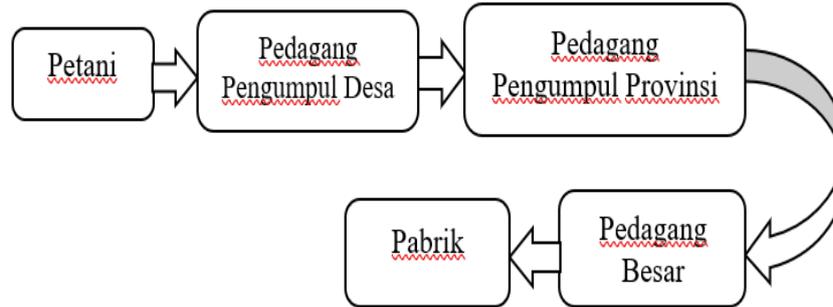
Hasil dan Pembahasan

Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat dan bentuk yang diinginkan konsumen.

Saluran pemasaran adalah saluran dari lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai kegiatan menyalurkan suatu barang dari produsen ke konsumen. Adanya saluran pemasaran ini akan berpengaruh terhadap besar kecilnya harga yang diterima oleh produsen dan yang dibayarkan oleh konsumen (Raimbekov *et al.*, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di Negeri Lafa Kecamatan Telutih terdapat satu saluran pemasaran kopra yang dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Pola Saluran Pemasaran Kopra di Negeri Lafa Kecamatan Telutih

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa saluran pemasaran ini cukup panjang dimana petani menjual kopra kepada pedagang pengumpul desa dengan harga Rp 8.000/ kg dan pedagang pengumpul desa akan menjual kopra ke pedagang pengumpul provinsi yang berada di Masohi dengan harga Rp 9.000/ kg, setelah itu pedagang pengumpul provinsi menjual kopra ke pedagang besar yang berada di kota Ambon dengan harga Rp 11.500 kemudian pedagang besar akan menjual kopranya ke pabrik yang berada di Surabaya dengan harga Rp 16.000/kg.

Biasanya petani kopra di Negeri Lafa mendatangi pedagang pengumpul untuk menjual kopra karena jarak antar rumah petani dan pedagang pengumpul tidaklah jauh dan juga sistem penjualan di Negeri Lafa petani harus mendatangi pedagang pengumpul. Alasan petani menjual kopra ke pedagang pengumpul dan tidak langsung menjual kopra ke pedagang pengumpul provinsi maupun ke pedagang besar karena petani tidak memiliki alat transportasi, selain itu jarak tempuh dari Lafa ke Masohi sekitar 130 km dan jarak tempuh dari Lafa ke Ambon sekitar 223,4 km. keterlibatan pedagang perantara adalah akibat kebutuhan mengatasi hambatan distribusi seperti jarak jauh dan transportasi, yang menyebabkan petani menjadi *price takers* dan menghasilkan jarak harga yang signifikan antara tingkat petani dan konsumen akhir, rantai panjang ini juga menambah biaya pemasaran dan mengurangi margin petani (Lee *et al.*, 2020; Rahayu *et al.*, 2021; Kairupan *et al.*, 2023; Mu'min *et al.*, 2024).

Umumnya pedagang pengumpul yang menentukan harga yang berlaku berdasarkan harga yang diterima dari pedagang besar yang merupakan tujuan pedagang pengumpul. Pihak pengumpul atau pedagang yang mengendalikan sistem harga dan informasi, sehingga petani tidak memiliki daya tawar (Ahmad & Winarno, 2023). Sistem pembayaran antara pedagang pengumpul dan pedagang besar dilakukan secara tunai, Alasan pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar yaitu karena pedagang yang memiliki modal kecil dapat menerima harga cash dalam penjualannya karena pedagang melakukan sistem pembayaran ke petani juga cash sehingga perputaran usahanya juga tetap terus berjalan.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran kopra merupakan selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang diterima oleh konsumen, serta selisih antara keuntungan di setiap lembaga pemasaran dengan seluruh total biaya pemasaran (Gunawan *et al.*, 2021). Margin pemasaran mencerminkan selisih harga antara harga konsumen dan harga petani, sedangkan biaya pemasaran mencakup biaya transportasi, pengemasan, dan operasional, dan keuntungan adalah kompensasi atas peran lembaga pemasaran dalam distribusi produk (Fadmawaty *et al.*, 2021). Analisa margin pemasaran menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga yang terlibat dalam sistem pemasaran kopra dalam proses penyampaian dari produsen ke konsumen dan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan pemasaran tersebut. Untuk mengetahui margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran pada saluran pemasaran yang digunakan petani kopra di Negeri Lafa Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Total biaya, margin pemasaran dan keuntungan

Lembaga Pemasaran	Nilai (Rp/kg)	Persentase (%)
Petani Kopra		
Harga Jual	8.000	50,00
Pedagang Pengumpul Desa		
Harga Beli	8.000	50,00
Harga Jual	9.500	59,00
Biaya Pemasaran		
Biaya Transportasi	285	5,31
Biaya Buruh	45	0,84
Biaya Karung	140	2,61
Biaya Gudang/Penyimpanan	500	9,32
Total Biaya	970	18,00
Margin	1.500	18,70
Keuntungan	530	20,10
Pedagang Pengumpul Kabupaten		
Harga Beli	9.500	59,00
Harga Jual	11.500	71,80
Biaya Pemasaran		
Biaya Transportasi	350	6,52
Biaya Buruh	114	2,12
Biaya Karung	140	2,61
Biaya Gudang/Penyimpanan	550	10,20
Total Biaya	1.154	21,50
Margin	2.000	25,00
Keuntungan	846	32,00
Pedagang Besar		
Harga Beli	11.500	71,80
Harga jual	16.000	
Biaya Pemasaran		
Biaya Transportasi	400	7,45
Biaya Buruh	350	6,52
Biaya Tenaga Kerja	100	1,86
Biaya Karung	140	2,61
Biaya Gudang/Penyimpanan	750	13,90
Kontener	1.500	28,00
Total Biaya	3.240	60,40
Margin	4.500	56,20
Keuntungan	1.260	47,70
Pabrik (Konsumen Akhir)		
Harga Beli	16.000	100,00
Total Margin	8.000	100,00
Total Biaya pemasaran	5.364	100,00
Total Keuntungan	2.636	100,00

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa margin pemasaran pemasaran yang diterima yaitu sebesar Rp 1.500 untuk pedagang pengumpul desa, Rp 2.000 untuk pedagang pengumpul kabupaten di kota Masohi dan Rp 4.500 untuk pedagang besar yang berada di kota Ambon. Untuk lembaga pemasaran kopra yang memiliki biaya pemasaran tertinggi

adalah pedagang besar yaitu Rp 3.240/kg, sedangkan lembaga pemasaran yang memiliki biaya pemasaran terkecil adalah pedagang pengumpul kabupaten yaitu sebesar RP 1.154/kg.

Keuntungan lembaga pemasaran merupakan balas jasa yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran yang turut memasarkan kopra dari petani hingga ke konsumen akhir (pabrik). Keuntungan lembaga pemasaran tertinggi adalah Pedagang Besar yakni sebesar Rp 1.260/kg, dan yang paling terendah adalah pedagang pengumpul desa yakni sebesar Rp 530/kg. Semakin panjang rantai, semakin rendah *farmer share* dan margin yang langsung mengalir ke produsen (Pakaya *et al.*, 2024); namun efisiensi rantai pasok tetap bergantung pada proporsi biaya dan *farmer share* (Rauf *et al.*, 2023).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan di lapangan mengenai Sistem Pemasaran Kopra di Negeri Lafa Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Terdapat satu saluran pemasaran di Negeri Lafa Kecamatan Telutih yaitu dimana saluran pemasaran : Petani ke Pedagang pengumpul desa ke Pedagang pengumpul provinsi ke Pedagang besar ke Pabrik (konsumen akhir). Berdasarkan hasil perhitungan margin pemasaran kopra, Rp 1.500 untuk pedagang pengumpul desa, Rp 2.000 untuk pedagang pengumpul provinsi di kota Masohi dan Rp 4.500 untuk pedagang besar yang di kota Ambon.

Daftar Pustaka

- Ahmad, S. R., & Winarno, K. (2023). Smallholder farmers market options within the emerging agri-food value chain. In *Proceedings of the International Symposium Southeast Asia Vegetable 2021 (SEAVEG 2021)* (23, p. 20-28). [10.2991/978-94-6463-028-2_4](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-028-2_4)
- Alouw, J. C., & Wulandari, S. (2020). Present status and outlook of coconut development in Indonesia. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 418, No. 1, p. 012035). IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/418/1/012035>
- Andika, I., & Iskandar, S. (2023). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Kelapa Menjadi Kopra Di Desa Penuguan Kecamatan Selat Penuguan Kabupaten Banyuasin Analysis Of Added Value From Processing Coconut Into Copra In Penuguan Village, Penuguan Strait District Banyuasin Regency. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 12(1), 35-41. <https://doi.org/10.32502/jsct.v12i1.6309>
- Fadmawaty, F., Minha, A., & Aryani, D. (2021). Robusta Coffee Marketing Efficiency Analysis in Pasemah Air Keruh District, Empat Lawang Regency. *Agrisociomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(2), 180-201. <https://doi.org/10.14710/agrisociomics.v5i2.9908>
- Gunawan, B., Noor, T. I., & Setia, B. (2021). Analisis Pemasaran Kopra Di Desa Cinyasag Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 8(2), 622-632. <http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v8i2.5364>
- Kairupan, A.N., Kindangen, J.G., Joseph, G.H., Hutapea, R.T.P., Malia, I.E., Paat, P.C., ... Barlina, R. (2023). *Value Chain Implementation in Rural-Scale Integrated Coconut Farming System in North Sulawesi Province, Indonesia*. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.110190>
- Lee, B., Liu, J. Y., & Chang, H. H. (2020). The choice of marketing channel and farm profitability: Empirical evidence from small farmers. *Agribusiness*, 36(3), 402-421. <https://doi.org/10.1002/agr.21640>
- Melasari et al. 2022. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pemasaran Kopra Putih. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*. Vol 8(1): 39-49. <https://doi.org/10.47521/selodangmayang.v8i1.242>
- Mu'min, H., Telaumbanua, E., Sya'rani, R., Basir, B., & Hasdiansa, I. W. (2024). Building Competitive Advantage: Copra Marketing Strategy with SWOT Analysis Approach. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 2(1), 16–28. <https://doi.org/10.61255/jeemba.v2i1.285>
- Pakaya, M. R., Saleh, Y., & Wibowo, L. S. (2024). Analisis Pemasaran Kopra di Kecamatan Bonepantai Kabupaten Bone Bolango. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 177-184. <https://doi.org/10.37046/agr.v0i0.18527>

- Punzalan, J. K. M., & Rosentrater, K. A. (2024). Copra Meal: A Review of Its Production, Properties, and Prospects. *Animals*, 14(11), 1689. <https://doi.org/10.3390/ani14111689>
- Rahayu, H. S. P., Dewi, M., & Abid, M. (2021). Analysis of marketing margins and farmers' shares on corn in Sigi Regency, Central Sulawesi, Indonesia. *CarakaTani: journal of sustainable agriculture* 36(2), 355-364. : <http://dx.doi.org/10.20961/carakatani.v36i2.49409>
- Raimbekov, Z., Syzdykbayeva, B., Rakhmetulina, A., Rakhmetulina, Z., Abylaikhanova, T., Ordabayeva, M., & Doltes, L. (2023). The Impact of Agri-Food Supply Channels on the Efficiency and Links in Supply Chains. *Economies*, 11(8), 206. <https://doi.org/10.3390/economies11080206>
- Rauf, R. A., Howara, D., Damayanti, L., & Malik, S. R. (2023). Marketing of coconut farming in Central Sulawesi Province. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 1253, No. 1, p. 012060). IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1253/1/012060>
- Ulfa, M. L. (2024). Analysis of Coconut Coir Waste Utilization on Green Productivity-Based Plant Pot Crafting Planning (Case Study in Ice Coconut Water Pak Mamat). *International Journal of Science, Engineering and Information Technology*, 9(1), 510-517. <https://doi.org/10.21107/ijseit.v9i1.12942>