SKRIPSI

ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PETANI KOPI ROBUSTA DALAM MEMILIH SALURAN PEMASARAN DI DESA TRIBUDI SUKUR KABUPATEN LAMPUNG BARAT

ANALYSIS OF MARKETING CHANNEL AND THE FACTORS AFFECTING THE DECISION OF ROBUSTA COFFEE FARMER TO CHOOSE THE MARKETING CHANNEL AT TRIBUDI SUKUR VILLAGE OF WEST LAMPUNG DISTRICT

Mia Audina
05011181419013

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2018

SUMMARY

MIA AUDINA. Analysis Of Marketing Channel and The Factors Affecting The Decision Of Robusta Coffee Farmer To Choose The Marketing Channel At Tribudi Sukur Village Of West Lampung District. (Guided By **ELISA WILDAYANA** and **MARYATI MUSTOFA HAKIM**).

The purpose of this research is to: 1) Describe the difference marketing channel of Robusta coffee production in Tribudi Sukur Village of West Lampung District, 2) analyze the factors that influence the decision of farmers in choosing robusta coffee marketing channel in Tribudi Sukur Village of West Lampung District, 3) Analyze the marketing margin and marketing efficiency level of each robusta coffee marketing agency in Tribudi Sukur Village of West Lampung District.

This research was conducted in Tribudi Sukur Village of West Lampung District. Determination of location done in a way with research method used is survey method. Field data was collected from October to November 2017. The sampling method used was a randomized, unbalanced method. The data used are primary data and secondary data. Primary data is data obtained through direct interviews with sample farmers and traders in the field, while secondary data is obtained in offices or institutions and related agencies.

The difference between marketing channel I and marketing channel II is quality, coffee drying, and capital. The marketing channel I sells with a water content level of 16-22%, with 5 to 8 days of drying time for marketing channel II with 10-15% moisture content with 7-15 days drying time. The quality of water content determines the shape, size and color of coffee, so as to determine and cause price differences. Factors that have real effect on robusta coffee farmer decision in choosing marketing channel are distance and price. Where distance has a significant negative effect and price have significant positive effect. Where age has a significant positive effect and distance have significant negative effect. The efficiency of marketing channel in first layer is 3.60 % meanwhile the second layer is 1%. Based on the value of marketing margins, marketing profits, farmer's share and trader's share then the most efficient layer is the second layer of marketing channel. It can be seen that the sales of second layer marketing channel of robusta coffee is not through marketing institutions, the robusta coffe is directly sold to PT Nestle Indonesia.

Keywords: Robusta Coffee Farmer, Marketing Channel, Marketing

RINGKASAN

MIA AUDINA. Analisis Saluran Pemasaran dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta Dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat. (Dibimbing oleh **ELISA WILDAYANA** dan **MARYATI MUSTOFA HAKIM**).

Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) Mendeskripsikan saluran pemasaran produksi kopi robusta di Desa Tribudi Sukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat, 2) Menganalisis faktof-faktor yang mempengaruhi keputusan keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran kopi robusta di Desa Tribudi Sukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat, 3) Menganalisis marjin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran kopi robusta di Desa Tribudi Sukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tribudi Sukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat. Penentuan lokasi dilakukan secara segaja dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Pengambilan data di lapangan dilakukan pada bukan Oktober sampai dengan November 2017. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah metode acak berlapis tak berimbang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan petani contoh dan pedagang di lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh di kantor atau lembaga dan instansi terkait.

Perbedaan antara saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II yaitu kualitas kopi robusta yang di pasarakan. Saluran pemasaran I menjual dengan tingkat kadar air 16-22 %, sedangkat untuk saluran pemasaran II dengan tingkat kadar air 10-15 %. Kualitas kadar air menentukan bentuk, ukuran dan warna kopi, sehingga dapat menentukan dan menyebabkan perbedaan harga. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap keputusan petani kopi robusta dalam memilih saluran pemasaran adalah umur, dan jarak. Dimana jarak berpengaruh nyata negatif dan pengalaman usahatani dan harga berpengaruh nyata positif. Efisiensi saluran pemasaran I adalah 3.60% dan lapisan II adalah 1%. Berdasarkan nilai marjin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan *trader's share* maka saluran pemasaran lapisan II yang paling efisien. Hal ini dapat dilihat bahwa penjualan kopi saluran pemasaran lapisan II tidak melalui lembaga pemasaran, kopi dari petani langsung dijual kepada PT Nestle Indonesia.

Kata Kunci : Petani Kopi Robusta, Saluran Pemasaran, Pemasaran

SKRIPSI

ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PETANI KOPI ROBUSTA DALAM MEMILIH SALURAN PEMASARAN DI DESA TRIBUDI SUKUR KABUPATEN LAMPUNG BARAT

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Mia Audina
05011181419013

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2018

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PETANI KOPI ROBUSTA DALAM MEMILIH SALURAN PEMASARAN DI DESA TRIBUDI SUKUR KABUPATEN LAMPUNG BARAT

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Mia Audina
05011181419013

Indralaya, Maret 2018

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.	**Dr. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si.**
NIP. 196104261987032007	**NIP. 195304201983032001**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian

Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP 196012021986031003

Skripsi dengan Judul "Analisis Saluran Pemasaran dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat" oleh Mia Audina telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 9 Maret 2018 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si. NIP 196104261987032007	Ketua	(.....)
2. Dr. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si. NIP 195304201983032001	Sekretaris	(.....)
3. Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. NIP 197412262001122001	Anggota	(.....)
4. Dr. Ir. Maryadi, M.Si. NIP 196501021992031001	Anggota	(.....)

Indralaya, Maret 2018
Ketua Program Studi
Agribisnis

Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP 196501021992031001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Mia Audina

NIM : 05011181419013

Judul :Analisis Saluran Pemasaran dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat

Menyatakan bahwa seluruh data dan informasi yang dimuat dalam skripsi merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam laporan ini, maka saya bersedia menerima sangsi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak sedang tertekan serta tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.

Indralaya, Maret 2018

METERAI TEMPEL 3EDD4AEF963152190 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Mia Audina

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 2 Oketober 1996 di Fajar Bulan Kabupaten Lampung Barat. Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan M. Sanip dan Sanah. Penulis pada saat ini menetap dan dibesarkan di Lingkungan Suka Mulya Keluraha Fajar Bulan RT 02 RW 02 Kecamatan Way Tenong Lampung Barat Lampung.

Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2002 di SD N 4 Fajar Bulan dan lulus pada tahun 2008. Kemudian melajutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMP N 1 Way Tenong pada 2008 dan lulus pada tahun 2011. Penulis melanjutkan sekolah menengan atas di SMA N 1 Way Tenong pada 2011 dan lulus pada tahun 2014.

Pada tahun 2014 penulis diterima masuk sebagai mahasiswa baru Agribisnis Strata 1 (S1) Fakultas Petanian Universitas Sriwijaya melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Selain aktif dalam kuliah reguler, penulis juga mengikuti organisasi internal kampus yaitu Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) sebagai Staf Sosial Masyarakat (SOSMAS).

PERNYATAAN INTEGRITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Mia Audina

NIM : 05011181419013

Judul : Analisis Saluran Pemasaran dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat

Menyatakan bahwa seluruh data dan informasi yang dimuat dalam skripsi merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam laporan ini, maka saya bersedia menerima sangsi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak sedang tertekan serta tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.

Indralaya, Maret 2018

Mia Audina

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 2 Oketober 1996 di Fajar Bulan Kabupaten Lampung Barat. Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan M. Sanip dan Sanah. Penulis pada saat ini menetap dan dibesarkan di Lingkungan Suka Mulya Keluraha Fajar Bulan RT 02 RW 02 Kecamatan Way Tenong Lampung Barat Lampung.

Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2002 di SD N 4 Fajar Bulan dan lulus pada tahun 2008. Kemudian melajutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMP N 1 Way Tenong pada 2008 dan lulus pada tahun 2011. Penulis melanjutkan sekolah menengan atas di SMA N 1 Way Tenong pada 2011 dan lulus pada tahun 2014.

Pada tahun 2014 penulis diterima masuk sebagai mahasiswa baru Agribisnis Strata 1 (S1) Fakultas Petanian Universitas Sriwijaya melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Selain aktif dalam kuliah reguler, penulis juga mengikuti organisasi internal kampus yaitu Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) sebagai Staf Sosial Masyarakat (SOSMAS).

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Saluran Pemasaran dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagi pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Allah SWT dan Rasulullah SAW atas karunia, rahmat dan berkah yang dilimpahkan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan;
2. Orang tua bapak M. Sanip dan ibu Sanah serta kakak-kakakku Taris Sugiarto, Hendra Setiawan yang sangat kukasihi, sayangi dan cintai, Terimakasih atas segala kasih syang, doa dan dukungan yang tiada henti;
3. Ibu Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si dan ibu Dr. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia memberi bimbingan dan mengarahkan penulis untuk lebih baik lagi;
4. Bapak Dr. Ir Maryadi, M.Si dan ibu Dr. Dessy Adriani, M.Si selaku dosen penguji yang telah menyempatkan waktunya untuk membantu menyelesaikan ujian akhir, terimakasih atas pengarahan dan saran yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat lebih baik lagi;
5. Seluruh Dosen dan Staff di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian terimakasih atas ilmu, pengalaman yang penulis dapatkan selama ini;
6. Kakak iparku Siti Masrusoh dan Otti serta keponakanku Yazid Maulana Firmansyah, Nabilla Lilis Alisya, Arya Pratama dan Saudara-saudariku yang selalu memberikan semangat dan dukungan;
7. Teman tersayangku Nofli Candra Saputra terimakasih atas bantuan, doa dan semangat yang telah diberikan selama ini;

8. Sahabat jola-jolaku Dewi Paramita, Ahmad Rizal, Tri Arrizki, Teman sekamarku Inda Fitria, teman mainku Tutik, Eka Stiawati, Mira Indriana, Khoirunisya, Tami, Mutiara, Romli, dan teman diluar Universitas Sriwijaya Mela Hariani, Yulista Aprilia, Sri Rahayu, Yopandra S, Rexi Sugistian, Sanjaya serta yang lain yang tidak bisa dsebutkan satu persatu terimakasih atas segala doa dan dukungannya;
9. Teman-teman seperjuangan, kakak-kakak, serta adik-adik yang ada di dalam dan diluar Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas bantuan dan dukungannya;
10. Kepada masyarakat desa Tribudi Sukur terimakasih telah bersedia membantu dan memberikan informasi terkait penelitian skripsi serta semua pihak tanpa terkecuali yang telah membantu, penulis ucapkan terimakasih.

Indralaya, Maret 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB 1. PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 5

1.3. Tujuan dan Kegunaan 6

BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN 7

2.1. Konsepsi Tanaman Kopi 7

2.1.2. Syarat Tumbuh 8

2.1.2.1. Ketinggian Tempat 8

2.1.2.2. Curah Hujan dan Lahan 8

2.1.2.3. Bahan Tanam dan Lingkungan Tumbuh 9

2.2. Konsepsi Pemasaran 10

2.3. Konsepsi Fungsi-Fungsi Pemasaran 12

2.4. Konsepsi Lembaga Pemasaran 14

2.4.1. Petani 17

2.4.2. Pedagang Pengumpul 17

2.4.3. Pedagang Besar 17

2.4.4. Agen Eksportir dan Eksportir 17

2.5. Kosepsi Saluran Pemasaran 17

2.6. Konsepsi Marjin Pemasaran 18

2.7. Konsepsi Efisiensi Pemasaran 21

2.8. Model Pendekatan 23

2.9. Hipotesis 24

2.10. Batasan-Batasan 25

Halaman

BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN 28
3.1. Tempat dan Waktu 28
3.2. Metode Penelitian 28
3.3. Metode Penarikan Contoh 28
3.4. Metode Pengumpulan Data 29
3.5. Metode Pengolahan Data 29
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN 33
4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian 33
4.1.1. Lokasi dan Batas Umum Administratif 33
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi 33
4.1.3. Keadaan Penduduk 34
4.1.4. Sarana dan Prasarana 37
4.1.4.1. Sarana dan Prasarana Transfortasi 38
4.1.4.2. Sarana dan Prasarana Peribadatan 38
4.1.4.3. Sarana dan Prasarana Pendidikan 38
4.1.4.4. Sarana dan Prasarana Kesehatan 39
4.1.4.5. Sarana dan Prasarana Pemerintahan 39
4.2. Karakteristik Petani Kopi Robusta dan Lembaga Pemasaran Kopi Robusta 40
4.2.1. Umur 40
4.2.2. Tingkat Pendidikan 42
4.2.3. Pengalaman Usahatani Kopi Robusta 44
4.2.4. Luas Lahan 45
4.3. Perbedaan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur 47
4.3.1. Saluran pemasaran I 48
4.3.1.1. Lembaga Pemasaran Pedagang Pengumpul 50
4.3.2. Saluran Pemasaran II 51
4.3.2.1. PT Nestle Indonesia 52
4.3.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran 54
4.3.3.1. Fungsi Pemasaran Saluran I 55
4.3.3.2. Fungsi Pemasaran Saluran II 56

Halaman

4.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani dalam Memilih Saluran Pemasaran 58

4.4.1. Pembinaan 61

4.4.2. Jarak 62

4.4.3. Harga 62

4.5. Analisis Marjin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran kopi Robusta 63

4.5.1. Biaya Pemasaran 63

4.5.2. Marjin Pemasaran 65

4.5.3. Keuntungan Pemasaran 66

4.5.4. *Farmer's Share* dan *Trader's Share* 67

4.5.5. Efisiensi Pemasaran 68

4.5.5.1. Efisiensi Lembaga Pemasaran 69

2.5.5.2. Efisiensi Saluran Pemasaran 70

BAB 5. PENUTUP 72

5.1. Kesimpulan 72

5.2. Saran 72

DAFTAR PUSTAKA 74

LAMPIRAN 77

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Luas Lahan dan Produksi Kopi Perkebunan Rakyat di Pulau Sumatera 2

Tabel 1.2. Jumlah produksi kopi robusta di Provinsi Lampung pada tahun 2014 3

Tabel 2.1. Komposisi Kopi Robusta Untuk Setiap Tipe Iklim dan Tinggi Tempat Agar Memberikan Potensi Produksi yang Tinggi 9

Tabel 3.1. Jumlah Populasi Petani dan Petani Contoh..... 28

Tabel 3.2. Jumlah Populasi Lembaga Pemasaran dan Lembaga Contoh.... 29

Tabel 4.1. Penggunaan Tanah di Desa Tribudi Sukur 34

Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Tribudi Sukur 34

Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur di Desa Tribudi Sukur tahun 2016 35

Tabel 4.4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Tribudi Sukur Pada Tahun 2016..... 35

Tabel 4.5. Mata Pencaharian Penduduk Desa Tribudi Sukur Pada Tahun 2016 36

Tabel 4.6. Sarana dan Prasarana di Desa Tribudi Sukur..... 37

Tabel 4.7. Umur Petani Kopi Robusta Saluran Pemasaran I di Desa Tribudi Sukur 40

Tabel 4.8. Umur Petani Kopi Robusta Saluran Pemasaran II di Desa Tribudi Sukur 41

Tabel 4.9.Umur Pedagang Pengumpul Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur..... 41

Tabel 4.10. Tingkat Pendidikan Petani Kopi Robusta Saluran Pemasaran I di Desa Tribudi Sukur 42

Tabel 4.11. Tingkat Pendidikan Petani Kopi Robusta Saluran Pemasaran II di Desa Tribudi Sukur 43

Tabel 4.12. Tingkat Pendidikan Pedagang Pengumpul di Desa Tribudi Sukur 43

Tabel 4.13. Pengalaman Usahatani Petani Saluran Pemasaran I di Desa Tribudi Sukur 44

Tabel 4.14. Pengalaman Usahatani Petani Saluran Pemasaran II di Desa

Halaman

Tribudi Sukur 45

Tabel 4.15. Luas Lahan Petani Kopi Robusta Saluran Pemasaran I di DesaTribudi Sukur 46

Tabel 4.16. Luas Lahan Petani Kopi Robusta Saluran Pemasaran II di Desa Tribudi Sukur 46

Tabel 4.17. Perbedaan Saluran Pemasaran I dan II Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur 48

Tabel 4.18. Fungsi -Fungsi Saluran Pemasaran Kopi Robusta Saluran Pemasaran I dan II di Desa Tribudi Sukur 54

Tabel 4.19. Hasil Regresi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran..... 59

Tabel 4.20. Hasil Regresi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran Setelah Diuji dengan Model *Stepwise*..... 60

Tabel 4.21. Rata-Rata biaya Pemasaran Petani dan lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur..... 64

Tabel 4.22. Marjin Pemasaran Pedagang Pengumpul Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur 66

Tabel 4.22. Keuntungan Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur 67

Tabel 4.23. Perhitungan *Farmer's Share* dan *Trader's Share* pada Saluran Pemasaran di Desa Tri Budi Sukur 68

Tabel 4.24. Efisiensi Lembaga Pemasaran Pedagang Pengumpul Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur 69

Tebel 4.25. Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur 70

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Model Pendekatan Secara Diagramatis 23

Gambar 4.1. Saluran Pemasaran I dan II Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat 47

Gambar 4.2. Kopi Robusta Pada Saluran Pemasaran I 50

Gambar 4.3. Kopi Robusta Pada Saluran Pemasaran II 53

Gambar 4.4. Bukti Kuitansi Transaksi Antara Kelompok Tani dengan PT Nestle Indonesia 58

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Denah Wilayah Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat 78

Lampiran 2. Identitas Petani Contoh Saluran Pemasaran I..... 79

Lampiran 3. Identitas Petani Contoh Saluran Pemasaran II 81

Lampiran 4. Identitas Pedagang Pengumpul di Desa Tribudi Sukur..... 83

Lampiran 5. Identitas Pengurus Kelompok Tani Triguna 45..... 83

Lampiran 6. Hasil Regresi Logit..... 84

Lampiran 7. Biaya Pemasaran Petani Kopi Robusta Saluran Pemasaran I di DesaTribudi Sukur Tahun 2017..... 88

Lampiran 8. Biaya Pemasaran Petani Kopi Robusta Saluran Pemasaran II di Desa Tribudi Sukur Tahun 2017..... 89

Lampiran 9. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul di Desa Tribudi Sukur Tahun 2017..... 90

Lampiran 10. Biaya Pemasaran PT Nestle Indonesia di Desa Tribudi Sukur Tahun 2017..... 90

Lampiran 11. Nilai Penyusutan Alat pada Lembaga Pemasaran di Desa Tribudi Sukur..... 91

Lampiran 12. Rata-Rata biaya Pemasaran Petani dan lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur Tahun 2017 92

Lampiran 13. Marjin Pemasaran Pedagang Pengumpul Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur Tahun 2017..... 93

Lampiran 14. Keuntungan Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur Tahun 2017..... 93

Lampiran 15. Perhitungan *Farmer's Share* dan *Trader's Share* pada Saluran Pemasaran di Desa Tri Budi Sukur Tahun 2017 94

Lampiran 16. Efisiensi Lembaga Pemasaran Pedagang Pengumpul Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur Tahun 2017 95

Lampiran 17. Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta di Desa Tribudi Sukur Tahun 2017 96

Lampiran 18. Hasil *Binery Logistic* Setelah Uji dengan Model *Stepwise* 97

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi merupakan produk perkebunan yang mempunyai peluang pasar, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Sejak tahun 1984 pangsa ekspor kopi Indonesia di pasar kopi internasional menduduki nomor tiga tertinggi setelah Brazilia dan Kolombia. Sebagian besar ekspor kopi Indonesia adalah jenis Kopi Robusta 94 persen, dan sisanya adalah kopi jenis arabika. Namun sejak tahun 1997 posisi Indonesia tergeser oleh Vietnam (Chandra *et al*, 2013). Komoditas Kopi mempunyai prospek yang cukup cerah di masa mendatang, hal ini terutama dilihat dari prospek pasar yang cenderung meningkat sehingga memberikan peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan pangsa pasar ekspor kopi baik jenis spesialti maupun produk olahan kopi (Harisudin, 2013 dalam Kusmiati *et al*, 2015).

Ada dua jenis kopi yang banyak ditanam di Indonesia, yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Kopi arabika masuk ke Indonesia pada abad ke-17 atau sekitar tahun 1646. Kopi arabika hanya bisa bertahan di daerah-daerah tinggi (1000 m ke atas), di mana serangan penyakit karat daun tidak begitu hebat. Kopi Robusta masuk ke Indonesia pada tahun 1900. Kopi ini lebih tahan terhadap penyakit karat daun, dan memerlukan syarat tumbuh dan pemeliharaan yang ringan, sedang produksinya jauh lebih tinggi. Oleh karena itu kopi ini cepat berkembang, dan mendesak kopi-kopi lainnya. Saat ini lebih dari 90 persen dari areal pertanaman kopi Indonesia terdiri atas kopi Robusta. (Prastowo *et al*, 2010).

Pembahasan mengenai kopi robusta di provinsi Lampung dapat dijelaskan dalam Hamni *et al*, 2013 sebagai berikut;

Kopi robusta adalah salah satu jenis kopi yang ditanam di Indonesia, yang mana sebagian besarnya ada di sepanjang pulau Sumatera. Data pada tahun 2007 menunjukkan bahwa luas areal tanaman kopi di seluruh Indonesia adalah sekitar 1.302 juta ha, dan sebagian besar 95.96 persen diusahakan oleh perkebunan rakyat, sisanya sebesar 4,04 persen diusahakan oleh perkebunan besar. Penyebarannya adalah sebagai berikut: pulau Sumatera sebesar 671,4

ribu hektar (60persen), pulau Jawa sebesar 14 persen, pulau Sulawesi sebesar 12 persen, pulau Nusa Tenggara sebesar 10persen, dan pulau Kalimantan sebesar 3 persen. Berikut adalah tabel luas lahan dan produksi kopi perkebunan rakyat di Pulau Sumatra.

Tabel 1.1. Luas Lahan dan Produksi Kopi Perkebunan Rakyat di Pulau Sumatra

No	Provinsi	Produksi (Ton)	Produktivitas (Kg/ Ha)	Jumlah Petani (KK)
1.	Aceh	6.203	473	33.321
2.	Sumatera Utara	8.552	642	32.065
3.	Sumatera Barat	16.697	1.107	23.954
4.	Riau	2.601	717	9.874
5.	Kepulauan Riau	3	111	116
6.	Jambi	13.209	814	25.573
7.	Sumatera Selatan	139.754	683	201.172
8.	Kep. Bangka Belitung	3	200	70
9.	Bengkulu	54.664	748	64.557
10.	Lampung	127.057	886	230.130

Sumber: Direktorat Jendral Perkebunan Tahun 2014

Propinsi Lampung merupakan salah satu daerah sentra produksi kopi jenis robusta di Indonesia. Hal ini juga dibuktikannya dengan banyak jumlah pengusaha kopi yang tersebar di Provinsi Lampung, baik untuk skala kecil ataupun menengah. Menurut data dari Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) Lampung, Provinsi Lampung adalah penghasil kopi robusta terbesar di Indonesia dengan rata-rata sekitar 163 ribu ton/tahun dengan luas areal sekitar 163.436 ha, bahkan kondisi ini akan meningkat pada tahun 2012 karena akan diadakan panen raya kopi Lampung di Kabupaten Lampung Barat. Hal ini tidak terlepas dari dukungan program pemerintah. Pada tahun 2012, Pemerintah daerah Lampung bersama dengan pembina petani kopi Lampung, menargetkan produksi kopi Lampung meningkat hingga 1,5 ton/hektar.

Hampir semua Kabupaten di Provinsi Lampung memiliki dan mengembangkan tanaman kopi sebagai komoditas lokal yang diunggulkan. Kabupaten Lampung Barat, Way Kanan, Tanggamus dan Lampung Utara adalah daerah penghasil kopi yang utama. Kabupaten Lampung Barat saja mempunyai kapasitas produksi mencapai 36,3 persen daripada total produksi kopi Lampung. Bahkan untuk Kabupaten Lampung Barat dan Tanggamus, produksi kopi robusta

Lampung mencapai 70 persen dari total produksi kopi, ini berarti Kabupaten Lampung Barat menjadi sentra produksi kopi Lampung secara nasional, untuk memenuhi kebutuhan kopi nasional dan ekspor. Berikut adalah tabel jumlah produksi kopi robusta di provinsi Lampung tahun 2014.

Tabel 1.2. Jumlah Produksi Kopi Robusta di Provinsi Lampung pada tahun 2014

No	Wilayah	Produksi Tanaman (Ton) Kopi Robusta 2014
1	Lampung Barat	52.543
2	Tanggamus	30.671
3	Lampung Selatan	923
4	Lampung Timur	492
5	Lampung Tengah	778
6	Lampung Utara	12.230
7	Way Kanan	17.410
8	Tulang Bawang	63
9	Pesawaran	3.521
10	Pringsewu	7.919
11	Mesuji	84
12	Tulang Bawang Barat	35
13	Pesisir Barat	4.711
14	Bandar Lampung	99
15	Metro	1
16	Provinsi Lampung	131.501

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung Tahun 2014

Kabupaten Lampung Barat merupakan daerah dengan jumlah produksi kopi robusta paling banyak yaitu 52.543 ton per tahun 2014 atau menyumbang 39,96 persen produksi kopi di provinsi Lampung. Kopi merupakan komoditi unggulan di Kabupaten Lampung Barat khususnya kopi robusta. Provinsi Lampung Barat memiliki jumlah penduduk sebanyak 290,388 dengan mayoritas adalah petani kopi. Hampir semua masyarakat di Lampung Barat bermatapencaharian sebagai petani kopi, baik itu lahan sendiri maupun lahan sewa. Meskipun berprofesi sebagai pedangan, pegawai negeri sipil (PNS), pegawai swasta dll namun mereka tetap memiliki perkebunan kopi sebagai mata pencaharian utama.

Kabupaten Lampung Barat terdiri dari 15 kecamatan yang di dalamnya terdiri dari desa- desa. Banyak jenis perkebunan yang diusahatanikan di daerah

Lampung Barat yaitu karet, kelapa, kelapa sawit, kopi, lada, kakao dan tanaman lainnya. Dari komoditi perkebunan rakyat ini kopi merupakan tanaman yang paling banyak di usahatanikan disusul dengan lada dan kakao.

Kecamatan Kebun Tebu merupakan salah satu daerah di Lampung Barat yang terdiri dari 10 Pekon/Desa Difinitif dengan Luas Wilayah 14.580 Ha, Dengan Jumlah Penduduk 20.588. Kecamatan Kebun Tebu mayoritas masyarakatnya bermata pencarian sebagai petani baik Sub Sektor Perkebunan, Pertanian Tanaman Pangan, Hortikultura, Perikanan air tawar, dan Peternakan. Kopi merupakan komoditi tanaman perkebunan utama yang menjadi sumber mata pencaharian masyarakat (Badan Pusat Statistik 2016).

Desa Tribudi Sukur adalah salah satu desa di Kecamatan Kebun Tebu dengan produksi kopi terbesar ketiga setiap tahunnya. Produksi kopi di desa Tribudi Sukur mencapai 234 kw/ 23,4 ton pertahun dengan luas area perkebunan 334 Ha untuk tanaman kopi. Desa Tribudi Sukur memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.922 jiwa dengan 555 kepala keluarga. Sistem pertanian di Desa Tribudi Sukur bisa dibilang lebih maju dari desa-desa lain yang ada di Kecamatan Kebun Tebu. Desa Tribudi Sukur memiliki kualitas sumber daya manusia (SDM) yang lebih baik dari desaa-desa lainnya. Hal ini bisa dilihat dari adanya saluran pemasaran yang ada di desa tersebut. Pemasaran di desa Tribudi Sukur dilakukan dengan beberapa cara, ada yang menjual pada pedagang pengumpul atau biasa disebut bos kopi, dan ada juga yang menjual kopinya ke poktan (kelompok tani) yang tergabung dengan PT Nestle Indonesia.

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi petani di Desa Tribudi Sukur dalam memilih saluran pemasaran, seperi umur, pengalaman usaha tani, luas lahan, dll. Poktan yang bekerjasama dengan PT Nestle Indonesia biasanya hanya mengambil kopi pada anggota kelompok tani dengan kualitas baik dengan harga yang lebih tinggi dan untuk kualitas biasa dijual kepada pedagang pengumpul biasa yang nantinya dijual kembali pada eksportir.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik ingin mengetahui lebih lanjut tentang kegiatan pemasaran dan saluran pemasaran kopi di Desa Tribudi Sukur serta pengaruhnya terhadap pendapatan petani dan pedagang di Desa Tribudi Sukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat

1.2. Rumusan Masalah

Desa Tribudi Sukur adalah salah satu daerah penghasil kopi di Kabupaten Lampung Barat. Pedapatan utama masyarakat di Desa Tribudi Sukur adalah di sektor perkebunan kopi dan hampir semua penduduk bertumpu pada perkebunan kopi. Kopi dipasarkan melalui saluran pemasaran, pemasaran kopi sangat mempengaruhi harga komoditi tersebut. Semakin pendek saluran pemasarannya maka harga jual kopi di tingkat petani semakin mahal demikian sebaliknya. Banyak faktor yang mempengruhi petani dalam memilih saluran pemasaran dengan memperhitungkan pendapatan yang akan diperoleh oleh petani. Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perbedaan saluran pemasaran produksi kopi robusta di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran kopi robusta di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat?
3. Bagaimana marjin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran kopi robusta di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat?

1.3. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Mendeskripsikan perbedaan saluran pemasaran produksi kopi robusta di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat.
2. Menganalisis faktof-faktor yang mempengaruhi keputusan keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran kopi robusta di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat.
3. Menganalisis marjin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran kopi robusta di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat.

Kegunaan dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut

1. Mamberi manfaat sebagai informasi bagi masyarakat mengenai saluran pemasaran kopi.
2. Memberi informasi bagi masyarakat dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan dan kebijakan sebagai bahan pertimbangan guna pengembangan usaha.
3. Menjadi bahan pertimbangan dan pustaka bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, I. P. 2015. Analisis Efisiensi dan Pemasaran Strategis Agribisnis Kopi di Desa Manikliyu Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli Provinsi Bali. *Jurnal Berkala Ilmiah Pertanian,* Xx (Xx), 1-10.

Anggraini, N., Ali, I. H., dan Suriaty, S. 2013. Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu di Provinsi Lampung. *JIIA*, 1 (1), 80-86.

Arqom, S. 2008. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Konsepsi Pemasaran Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Merk Toko (Studi Kasus Pada Carrefour Lebak Bulus)*. Skripsi. Jakarta. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Badan Pusat Statistik Lampung Barat. 2017. *Lampung Barat Dalam Angka*. Lampung Barat: BPS.

Bernanto. 2004. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Petani Mengambil Keputusan Mengadopsi dan Tidak Menadopsi Inivasi Perontok Padi (Pwer Thresher) Di Desa Triyoso Kecamatan Belitang Ogan Komering Ulu Timur*. Skripsi. Universitas Sriwijaya.

Badan Pusat Statistik. 2016. *Kebun Tebu Dalam Angka*. Lampung Barat: Koordinator Statistik Kecamatan Kebun Tebu.

Caesara, F., Akhmad, B., dan Mustofa, U. 2017. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Biji Kopi (*Green Bean*) Arabika di Kabupaten Bener Meriah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyah*, 2(1), 250-261.

Chandra, D., Dyah, A. H. L., dan Suriaty, S. 2013. Prospek Perdagangan Kopi Robusta Indonesia Di Pasar Internasional. *JIIA*, 1 (1), 10-15.

Dewi, E. 2015. Analisa Usahatani dan Efisiensi Pemasaran Bawang Prei (*Allium Porrum* Bl.) Di Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung (Studi Kasus Di Desa Pinggirsari Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Unita*, 11 (13), 29-44.

Direktorat Jendral Perkebunan. 2014. *Statistik Perkebunan Indonesia*. Jakarta: BJP.

Fatimah, S. N. Analisis Pemasaran Kentang (Solanum Tuberosum L.)di Kabupaten Wonosobo. Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Gujarati, Damodar. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.

Hamni, A., Gusri. A., Suryadiwansa., Yanuar, B., dan Tarkono. 2013. Potensi Pengembangan Teknologi Proses Produksi Kopi Lampung. *Jurnal Mechanical*, 4 (1), 45-51.

Jumiati, E,. Dwidjono, H. D., Slamet, H., dan Masyhuri. 2013. Analisis Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal Agrifor*, Xii (1), 1-10.

Kusmiati, A., dan Devi, Y. N. 2015. Kelayakan Finansial Usahatani Kopi Arabika dan Prospek Pengembangannya Di Ketinggian Sedang. *Agriekonomika*, 4, (2), 221-134.

Manggopa, 2013. Efisiensi Pemasaran Nanas Di Desa Lobong Kecamatan Passi Barat Kabupaten Bolang Mongondow. *Jurnal. Jurusan Agribisnis Fakultas Ilmu-Ilmu Pertanian Universitas Negeri Gorontalo*.

Mitra, N. C. 2015. *Analisis Peluang Pemilihan Saluran Pemasaran Kopi Rakyat di Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember*. Skripsi. Jember: Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Mi'raj, D. 2017. *Analisis Efisiensi Pemasaran Buah Segar Dan Dodol Pepaya California (Carica Papaya) Di Kelurahan Talang Jambe Kecamatan Sukarami Kota Palembang*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Nera, E. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Petani Karet Dalam Memilih Saluran Pemasaran Di Desa Talang Seleman Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir*. Skripsi. Universitas Sriwijaya.

Prastowo, B., Elna K., Rubijo., Siswanto., Chandra, I., dan S. Joni, M. 2010. *Budidaya Dan Pasca Panen Kopi*. Bandung: Pusat Penelitian Dan Pengembangan Perkebunan.

Prasetyo., S. B., 2008. Analisis Efisiensi Distribusi Pemasaran Produk Dengan Metode Data Envelopment Analysis (Dea) . *Jurnal Penelitian Ilmu Teknik*, 8 (2), 120-128.

Qurniawan, G. 2011. *Analisis Saluran Pemasaran Karet Di Desa Darat Kecamatan Pangkalan Lampam Kabupaten Ogan Komering Ilir*. Skripsi. Indralaya. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Rahardjo, P. 2012. *Kopi "Panduan Bidi Daya Dan Pengolahan Kopi Arabika Dan Robusta"*. Jakarta: Penebar Swadaya.

Rukka, R. M. 2011. *Buku Ajar Kewirausahaan 1*. Makasar. Lembaga Kajian Dan Pengembangan Pendidikan Universitas Hasanuddin.

Rura, Y., Syukur U., dan Andi S.A., 2014. Analisis Pemasaran Biji Kemiri (*Aleurites Mollucana* (L.) Willd) Di Desa Bakubakulu Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi. Jurnal Warta Rimba, 2 (2), 8-16.

Sari, P. A. 2006. *Analisis Prilaku Petani Dan Saluran Pemasaran Beras Dikecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir*. Skripsi. Indralaya. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Shinta .A. 2011. *Manajemen Pemasaran.* Malang. Universitas Brawijaya Press (Ub Press).

Sihombing, L. 2005. Analisis Tataniaga Kentang di Propinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Pertanian KULTURA*, 40 (2), 94-99.

Suarda, A. 2009. Saluran Pemasaran Sapi Potong Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Sains & Teknologi*, 9 (2), 115 – 118.

Sujiwo, J. T., Sri, W., dan Suprati, S. 2009. Efisiensi Pemasaran Kopi *(Coffea Sp)* Di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal. *Jurnal Ilmu – Ilmu Pertanian*, 5 (2), 72 – 85.

Supriatna, A., dan Bambang, D. 2010. Analisis Pemasaran Mang"Gedong Gincu" (Studi Kasus di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat). *Jurnal Agrin*, 14 (2), 97-113.

Widodo, A. S. Sutrisno dan Enggar, P. 2009. Analisis Pangsa Pasar Bawang Merah Tiron di Pasar Lokal Bantul dan Pasar Regional Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, XVIII (2), 65-79.

Widyaningtyas, D., Sugeng, R., dan Titin, A. 2014. Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika di Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. *Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember (Unej),* 1(1), xx-xx.

Winahyu, A. K. (2015). *Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi di Desa Sumbertangkil, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang*. Thesis. Universitas Brawijaya.