

SKRIPSI

**ANALISIS FUNGSI PEMASARAN DAN SALURAN
PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI DESA SUMBER KARYA
KECAMATAN GUMAY ULU KABUPATEN LAHAT**

***ANALYSIS OF MARKETING FUNCTIONS AND MARKETING
CHANNEL OF ROBUSTA COFFEE AT SUMBER KARYA
VILLAGE GUMAY ULU DISTRICT LAHAT REGENCY***



**Qemhal Sayid Firmansyah
05011381823144**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SUMMARY

QEMHAL SAYID FIRMANSYAH. Analysis of Marketing Functions and Marketing Channel of Robusta Coffee at Sumber Karya Village Gumay Ulu District Lahat Regency (Supervised by **LIFIANTHI**).

Lahat Regency is one of the largest coffee producers in Indonesia, located in the Province of South Sumatera. Coffee is one of the commodities that has been driving the economy in Indonesia by having an export value for a long time. Apart from being a source of income for the people, coffee is also a source of employment and a source of foreign exchange for the State. The characteristics of Robusta coffee have a chocolate-like taste but more bitter and sour joints, the resulting smell is distinctive and sweet. Robusta coffee plants can usually already produce at the age of 2.5 years, the economic life of robusta coffee can produce up to 15 years. The purposes of this study are 1) To describe the marketing function and marketing channel of robusta coffee in Sumber Karya Village, Gumay Ulu District, Lahat Regency, 2) To Analyze marketing margins and marketing benefits of robusta coffee marketing channels in Sumber Karya Village, Gumay Ulu District, Lahat Regency, and 3) To Analyze the efficiency of robusta coffee marketing channels in Sumber Karya Village, Gumay Ulu District, Lahat Regency. This research was conducted from June to July 2022 in Sumber Karya Village. Sample Determination in this study uses simple random sampling, namely by tracing robusta coffee channels in the study area. The total number of samples is as many as 39 sample farmers and 1 marketing institution. The data collected in this study include primary data and secondary data. The results showed that the robusta coffee marketing channel in Sumber Karya Village, Gumay Ulu District, Lahat Regency, used one marketing channel: Farmers – Wholesalers – Consumers. The amount of marketing margin in this marketing channel is IDR 2,500,- Marketing costs incurred are IDR 366.50/kg. The marketing efficiency in these marketing channels was 1.46 percent. Based on the value of marketing efficiency, it can be concluded that the robusta coffee marketing channel in Sumber Karya Village, Gumay Ulu District, Lahat Regency, is efficient.

keywords: efficiency, robusta coffee, marketing channel

RINGKASAN

QEMHAL SAYID FIRMANSYAH. Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat (dibimbing oleh **LIFIANTHI**).

Kabupaten Lahat merupakan salah satu penghasil kopi terbesar di Indonesia yang tepatnya terletak di Provinsi Sumatera Selatan. Kopi adalah salah satu komoditas perkebunan yang menjadi penggerak perekonomian di Indonesia dengan memiliki nilai ekspor sejak lama. Selain sebagai sumber penghasilan rakyat, kopi juga menjadi sumber lapangan kerja dan sumber devisa Negara. Ciri-ciri kopi robusta memiliki rasa seperti coklat, lebih pahit dan sedikit asam, bau yang dihasilkan khas dan manis. Tanaman kopi robusta biasanya sudah dapat berproduksi pada umur 2,5 tahun, umur ekonomis kopi robusta dapat berproduksi hingga 15 tahun. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mendeskripsikan fungsi pemasaran dan saluran pemasaran kopi robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat, 2) Menganalisis margin pemasaran dan keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran kopi robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat, 3) Menganalisis efisiensi saluran pemasaran kopi robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni sampai Juli 2022 di Desa Sumber Karya. Penentuan Sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *simple random sampling* yaitu dengan menelusuri saluran kopi robusta di daerah penelitian. Adapun jumlah keseluruhan sampel yaitu sebanyak 39 petani contoh dan 1 lembaga pemasaran. Data yang diambil dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran kopi robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat menggunakan satu saluran pemasaran yaitu, Petani – Pedagang Besar – Konsumen. Besar margin pemasaran pada saluran pemasaran ini yaitu sebesar Rp2.500,- Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp366,50/kg. Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran tersebut sebesar 1,46 persen. Berdasarkan nilai efisiensi pemasaran tersebut maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran kopi robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat sudah efisien.

kata kunci: efisiensi, kopi robusta, saluran pemasaran

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS FUNGSI PEMASARAN DAN SALURAN
PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI DESA SUMBER KARYA
KECAMATAN GUMAY ULU KABUPATEN LAHAT**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Qemhal Sayid Firmansyah
05011381823144

Indralaya, September 2022
Pembimbing

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

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan judul "Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu" oleh Qemhal Sayid Firmansyah telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 19 September 2022 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

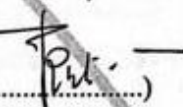
1. Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si.
NIP. 196806141994012001

Ketua Penguji

(..........)

2. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.
NIP. 197802102008122001

Sekretaris

(..........)

3. Dr.Ir. Lifianthi, M.Si.
NIP. 196501021992031001

Pembimbing

(..........)

4. Dr. Riswani, S.P., M.Si.
NIP. 197006171995122001

Anggota

(..........)

Indralaya, September 2022

Jurusan
Ekonomi Pertanian




Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si
NIP.197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Qemhal Sayid Firmansyah

NIM : 05011381823144

Judul : Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta
di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat.

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat dalam proposal ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah bimbingan pembimbing akademik, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi data pada proposal ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, September 2022



(Qemhal Sayid Firmansyah)

KATA PENGANTAR

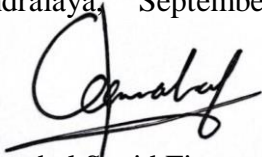
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Analisis Saluran Pemasaran dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta Dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat”. Penulis banyak mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, keselamatan, kelancaran, serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan, motivasi, dan materi selama perkuliahan hingga pada saat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan.
3. Keluarga besar penulis yang juga memberikan dukungan, doa, dan semangat.
4. Ibu Dr. Ir. Lifianthi, M.Si. selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, motivasi, masukan yang bersifat membangun, meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada penulis.
5. Terima kasih kepada Ibu Dr. Riswani, S.P., M.Si. selaku penguji dan Ibu Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si. selaku ketua penguji karena telah memberikan masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Tim penguji yang sudah memberikan saran, masukan, kritik yang membangun agar skripsi ini lebih baik.
7. Seluruh jajaran staff akademik di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya baik di Indralaya maupun Palembang yang telah bersedia membantu mengurus berkas selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
8. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
9. Terimakasih kepada saudari Ferdiza Ayu Amira karena telah meluangkan waktu dan pikiran dalam membantu saya dalam penulisan skripsi ini.
10. Sahabat satu bimbingan saya yang banyak membantu semasa penelitian dan memberikan masukan yang membangun untuk penulis menyelesaikan skripsi.

11. Teman-teman seperjuangan yang banyak membantu semasa perkuliahan dan memberikan masukan yang membangun untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Agar memperbaiki penulisan pada skripsi ini, karena penulis menyadari dalam penyusunan masih terdapat banyak kekurangan didalamnya. Besar harapan penulis kiranya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiinn.

Indralaya, September 2022



Qemhal Sayid Firmansyah

DAFTAR ISI

	Halaman
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
2.1. Konsepsi Tanaman Kopi	5
2.1.1. Kopi Robusta	6
2.2. Syarat Tumbuh.....	6
2.2.1. Tanah	6
2.2.2. Curah Hujan.....	7
2.2.3. Suhu.....	7
2.2.4. Angin	7
2.3. Konsepsi Pemasaran.....	8
2.4. Konsepsi Lembaga Pemasaran	11
2.4.1. Petani	11
2.4.2. Pedagang Pengumpul	11
2.4.3. Pedagang Besar	12
2.5. Konsepsi Saluran Pemasaran.....	12
2.6. Konsepsi Fungsi Pemasaran	13
2.7. Konsepsi Marjin Pemasaran	14
2.8. Konsepsi Efisiensi Pemasaran	15
2.9. Model Pendekatan.....	17
2.10. Hipotesis	17

	Halaman
2.11. Batasan Operasional.....	19
BAB 3. PELAKSANAAN KEGIATAN	20
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
3.2. Metode Penelitian	20
3.3. Metode Penarikan Contoh	20
3.4. Metode Pengumpulan Data	21
3.5. Metode Pengolahan Data.....	21
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1. Keadaan Umum Desa Sumber Karya	23
4.1.1. Letak Geografis dan Batas Wilayah Administrasi	23
4.1.2. Sebaran Penduduk	23
4.1.3. Sarana dan Prasarana.....	24
4.2. Karakteristik Responden Petani.....	25
4.2.1. Umur Petani	25
4.2.2. Tingkat Pendidikan Petani.....	27
4.2.3. Kepemilikan Lahan	27
4.3. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Pedagang Besar	28
4.4. Kegiatan Lembaga Pemasaran Pedagang Besar	28
4.5. Fungsi Pemasaran pada Kopi Robusta	29
4.5.1. Fungsi Pertukaran.....	29
4.5.2. Fungsi Fisik	30
4.5.3. Fungsi Fasilitas	30
4.6. Analisis Pemasaran Usahatani Kopi Robusta.....	31
4.6.1. Analisis Saluran Pemasaran.....	31
4.6.2. Analisis Margin Pemasaran	32
4.6.3. Analisis Biaya dan Keuntungan Pemasaran	33
4.6.4. Analisis Efisiensi Pemasaran	35
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	37
5.1. Kesimpulan	37
5.2. Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA	38

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Produksi Tanaman Kopi (Ribu Ton) 2018 – 2020 Sumatera Selatan.....	2
Tabel 4.1. Sarana dan Prasarana di Desa Sumber Karya	25
Tabel 4.2. Umur Responden Petani Kopi Robusta di Desa Sumber karya.....	26
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	27
Tabel 4.4. Jumlah Petani Berdasarkan Kepemilikan Lahan.....	28
Tabel 4.5. Fungsi Pertukaran pada Lembaga Pemasaran.....	29
Tabel 4.6. Fungsi Fisik pada Lembaga Pemasaran.....	30
Tabel 4.7. Fungsi Fasilitas pada Setiap Lembaga Pemasaran	31
Tabel 4.8. Margin Pemasaran pada Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Sumber Karya	32
Tabel 4.9. Biaya Pemasaran Kopi Robusta pada Pedagang Besar	33
Tabel 4.10. Total Biaya Pemasaran pada Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Sumber Karya	34
Tabel 4.11. Margin Keuntungan Pemasaran Kopi Robusta di Desa Sumber Karya	35
Tabel 4.12. Efisiensi Pemasaran pada Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Sumber Karya	35

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Saluran Pemasaran Tingkat Pertama – Tingkat Ketiga Sumber: Kotler dan Armstrong (2008).....	13
Gambar 2.2. Bagan Model Pendekatan	16
Gambar 4.1. Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Sumber Karya	32

BIODATA

Nama/NIM : Qemhal Sayid Firmansyah/05011381823144
Tempat/tanggal lahir : Jakarta/30 September 2000
Tanggal Lulus : 30 September 2022
Fakultas : Pertanian
Judul : Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat
Dosen Pembimbing Skripsi : Dr. Ir. Lifianthi, S.P, M.Si
Pembimbing Akademik : Dr. Ir. Lifianthi, S.P, M.Si

Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat

Analysis of Marketing Functions and Marketing Channel of Robusta Coffee at Sumber Karya Village Gumay Ulu District Lahat Regency

Qemhal Sayid¹, Lifianthi²

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas
Sriwijaya Jalan Palembang-Prabumulih Km.32 Indralaya
Ogan Ilir 30662

Abstract

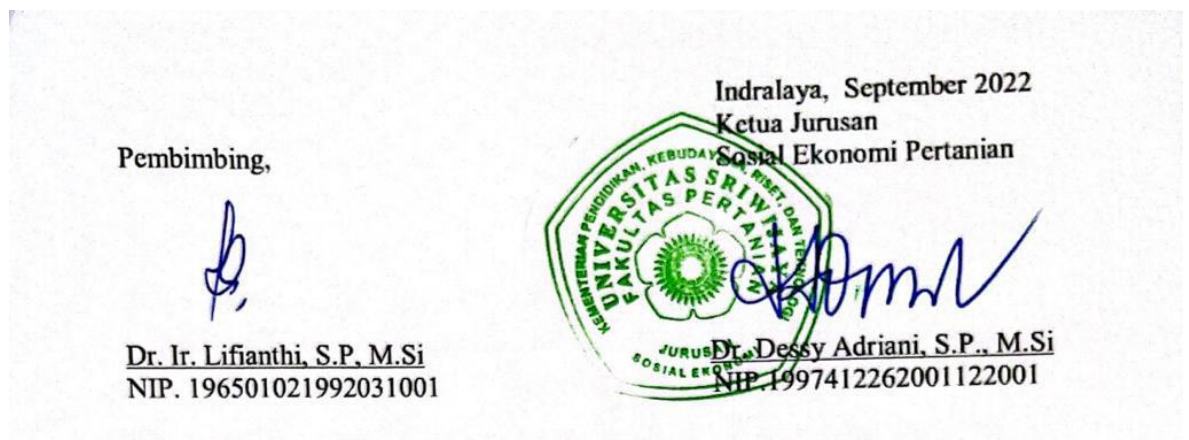
Lahat Regency is one of the largest coffee producers in Indonesia, located in the Province of South Sumatera. Apart from being a source of income for the people, coffee is also a source of employment and a source of foreign exchange for the State. The characteristics of Robusta coffee have a chocolate-like taste but more bitter and sour joints, the resulting smell is distinctive and sweet. Robusta coffee plants can usually already produce at the age of 2.5 years, the economic life of robusta coffee can produce up to 15 years. The purposes of this study are 1) To describe the marketing function and marketing channel of robusta coffee in Sumber Karya Village, Gumay Ulu District, Lahat Regency, 2) To Analyze marketing margins and marketing benefits of robusta coffee marketing channels in Sumber Karya Village, Gumay Ulu District, Lahat Regency, and 3) To Analyze the efficiency of robusta coffee marketing channels in Sumber Karya Village, Gumay Ulu District, Lahat Regency. This research was conducted from June to July 2022 in Sumber Karya Village. Sample Determination in this study uses simple random

¹ Mahasiswa

² Dosen Pembimbing

sampling, namely by tracing robusta coffee channels in the study area. The total number of samples is as many as 39 sample farmers and 1 marketing institution. The data collected in this study include primary data and secondary data. The results showed that the robusta coffee marketing channel in Sumber Karya Village, Gumay Ulu District, Lahat Regency, used one marketing channel: Farmers – Wholesalers – Consumers. The amount of marketing margin in this marketing channel is IDR 2,500,- Marketing costs incurred are IDR 366.50/kg. The marketing efficiency in these marketing channels was 1.46 percent. Based on the value of marketing efficiency, it can be concluded that the robusta coffee marketing channel in Sumber Karya Village, Gumay Ulu District, Lahat Regency, is efficient.

Keywords: efficiency, robusta coffee, marketing channel



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi (*Coffea sp.*) merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang banyak dikonsumsi sebagai minuman penyegar. Pada tahun 2016, produksi kopi di seluruh dunia mencapai 9,2 juta ton, sedangkan Indonesia mampu menghasilkan sekitar 689 ribu ton biji kopi. Berdasarkan data *International Coffee Organization* (ICO), tingkat konsumsi kopi di dunia pada tahun 2015 mencapai 152,2 juta bungkus yang terdiri dari 60kg per bungkus dan mengalami peningkatan rata-rata tahunan 2% sejak tahun 2011.

Kopi adalah salah satu komoditas perkebunan yang menjadi penggerak perekonomian di Indonesia dengan memiliki nilai ekspor sejak lama. Selain sebagai sumber penghasilan rakyat, kopi juga menjadi sumber lapangan kerja dan sumber devisa Negara (Ariyanti, *et al.*, 2019).

Jenis kopi yang banyak dibudidayakan yaitu kopi robusta (*coffea canephora*) dan arabika (*Coffea arabica*). Kopi robusta adalah jenis kopi yang paling banyak diproduksi di Indonesia yaitu mencapai 87,1% dari total produksi kopi di Indonesia (Hartatie & Kholilullah, 2018). Walaupun kopi robusta merupakan varietas yang paling banyak dibudidayakan tetapi tidak mampu menguasai pasar global, hal ini disebabkan karena kopi robusta memiliki kandungan asam organik yang tinggi dan rasa yang lebih pahit dari pada kopi arabika sehingga kurang disukai oleh konsumen lokal maupun internasional.

Sumatera Selatan pada tahun 2017 menjadi Provinsi sebagai produsen kopi yang terbesar dalam skala nasional. Hal ini juga disebutkan dalam data Badan Pusat Statistik Nasional tentang statistik kopi Indonesia 2017 bahwa empat Provinsi sebagai produsen dengan presentase terbesar di Indonesia yakni diduduki oleh Sumatera Selatan sebesar 18,11%, berikutnya Provinsi Lampung sebesar 17,44%, Provinsi Aceh sebesar 10,27% dan Sumatera Utara 9,90%. Pencapaian ini tentunya tidak luput dari kontribusi masing-masing Kabupaten dalam memasok hasil produksi kopi setiap tahunnya.

Tabel 1.1. Produksi Tanaman Kopi (Ribu Ton) tahun 2018 – 2020 Sumatera Selatan

No.	Kabupaten / Kota	Produksi Tanaman Kopi (Ribu Ton)		
		2018	2019	2020
1.	Banyuasin	724	724	724
2.	Empat Lawang	44.841	53.592	53.592
3.	Lahat	21.601	18.625	21.600
4.	Lubuk Linggau	368	721	721
5.	Muara Enim	25.623	26.038	26.309
6.	Musi Banyuasin	5	2	-
7.	Musi Rawas	2.585	2.539	2.629
8.	Musi Rawas Utara	180	184	184
9.	Ogan Ilir	-	-	-
10.	Ogan Komering Ilir	347	335	331
11.	Ogan Komering Ulu	15.812	15.812	20.709
12.	Ogan Komering Ulu Selatan	48.523	49.180	49.458
13.	Ogan komering Ulu Timur	2.098	2.042	2.042
14.	Pagar Alam	21.459	11.500	12.782
15.	Palembang	-	-	-
16.	Pali	-	-	-
17.	Prabumulih	-	-	-
Sumatera Selatan		184.166	181.294	191.081

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan, 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 pada tahun 2020 Kabupaten Lahat menempati urutan ke empat sebagai produksi tanaman kopi terbesar di Provinsi Sumatera Selatan dengan produksi tanaman kopi sebesar 21.600 ribu ton. Sementara itu Kabupaten Empat Lawang, OKU Selatan, dan Musi Banyuasin menempati urutan pertama sampai ketiga.

Sebagai provinsi dengan kontribusi produksi kopi robusta perkebunan rakyat tertinggi di Indonesia, produksi kopi robusta Provinsi Sumatera Selatan selama 5 tahun terakhir mencapai 923.173 ton yang tersebar sangat dominan di 5 kabupaten dengan total produksi sebesar 815.834 ton atau share sebesar 87,4% dari total produksi kopi robusta di Provinsi Sumatera Selatan. Kelima kabupaten tersebut adalah Kabupaten Empat Lawang dengan kontribusi sebesar 21,89% atau produksi sebesar 202.117 ton, selanjutnya Kabupaten Ogan Komering Selatan (OKU Selatan) dengan kontribusi sebesar 25,27% atau produksi sebesar 235.637 ton, kemudian Kabupaten Muara Enim, Lahat, dan Kabupaten Pagar Alam. Masing-masing dengan share sebesar 13,82%; 11,26%; dan 15,58% atau produksi kopi robusta sebesar 128.831 103.978 ton, dan 145.271 ton. (BPS Sumatera Selatan, 2020).

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Shinta, 2011).

Sistem pemasaran biji kopi robusta yang baik akan mengalirkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan memberi indikasi tentang perubahan penawaran dan permintaan biji kopi robusta kepada produsen. Bagian yang diterima oleh produsen biji kopi robusta akan meningkat dengan sistem pemasaran biji kopi robusta yang baik. Hal ini dapat dikaji melalui besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan margin pemasaran biji kopi robusta. Margin pemasaran sering digunakan sebagai indikator pemasaran. Besarnya margin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, karena tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran (Jumiati, 2013).

Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu adalah salah satu desa penghasil kopi di Kabupaten Lahat. Pemasaran kopi robusta di Desa Sumber Karya melibatkan beberapa lembaga pemasaran, lembaga pemasaran ini dalam melakukan kegiatannya masing-masing akan menciptakan nilai guna yang secara langsung akan berpengaruh terhadap efisiensi saluran pemasaran. Pengolahan kopi di Desa Sumber Karya belum optimal karena rendahnya pengetahuan para petani kopi di Desa Sumber Karya mengenai proses saluran pemasaran yang efisien membuat harga jual ke lembaga pemasaran tidak rendah. Hal lain juga dipengaruhi oleh terbatasnya pengetahuan tentang pemanfaatan lahan usahatani kopi dan juga industri pengolahan kopi di daerah tersebut.

Maka dari itu, penulis tertarik ingin mengetahui lebih lanjut tentang fungsi pemasaran dan saluran kopi robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat.

1.2. Rumusan Masalah

Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu salah satu daerah penghasil kopi di Kabupaten Lahat. Pendapatan utama masyarakat di Desa Sumber Karya adalah di sektor perkebunan kopi. Semakin pendek saluran pemasarannya maka harga jual kopi di tingkat petani semakin mahal demikian sebaliknya. Banyak faktor yang mempengaruhi 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 fungsi pemasaran dan saluran pemasaran kopi robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat?
2. Berapa besar margin pemasaran dan keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran kopi robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat?
3. Bagaimana efisiensi saluran pemasaran kopi robusta di Desa Sumber Karya Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan fungsi pemasaran dan saluran pemasaran kopi robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat?
2. Untuk menganalisis margin pemasaran dan keuntungan pada saluran pemasaran kopi robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat?
3. Untuk menganalisis efisiensi saluran pemasaran kopi robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat?

1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan diatas, maka kegunaan penelitian ini adalah untuk:

1. Diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi dan pengetahuan bagi peneliti, instansi pemerintah, dan pedagang.
2. Merupakan pengalaman berharga untuk penulis dalam menyelesaikan studi, sebagai kajian kepustakaan bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni N, Hasyim AI, dan Situmorang S. 2013. *Analisis Pemasaran Ubi Kayu di Provinsi Lampung*. JIA, 1 (1): 84
- Ariyanti W, Any Suryantini, dan Jamhari. 2019. Usahatani Kopi Robusta di Kabupaten Tanggamus: *Kajian Strategi Pengembangan Agrobisnis*. Kawistara. 9(2):179- 191.
- Asmarantaka, R.W., 2012, *Pemasaran agribisnis (agrimarketing)*, Bogor (ID): Departemen Agribisnis FEM-IPB.
- Chandra, D., Dyah, A. H. L., dan Suriaty, S. 2013. *Prospek Perdagangan Kopi Robusta Indonesia Di Pasar Internasional*. JIA, 1 (1), 10-15.
- Da Matta F. M. 2011. *Exploring drought tolerance in coffee: a physiological approach with some insights for plant breeding*. *Plant Physiol*. 16(1):1-6.
- Desiana, Candra., Rochdiana Dini, dan Pardani Cecep. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta. *Jurnal Ilmiah Agroinfo Galuh*. 2(4).
- Gujarati, Damodar. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 2 edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Levens M. 2010. *Marketing: Defined, Explained, Applied*. International Edition. Pearson: Prentice Hall.
- Manggopa, Jordan. 2013. *Efisiensi Pemasaran Nanas Di Desa Lobong Kecamatan Paasi Barat Kabupaten Bolaang Mongondow*.
- Nera, E. 2017. *Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Petani Karet Dalam Memilih Saluran Pemasaran Di Desa Talang Seleman Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir*. Universitas Sriwijaya.
- Panggabean, E. 2011. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta: PT Agro Media Pustaka.
- Prastowo, B., Elna K., Rubijo., Siswanto., Chandra, I., dan S. Joni, M. 2010. *Budidaya dan Pasca Panen Kopi*. Bandung: Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan.
- Pratiwi, Annisa Marchantia, Hari Kaskoyo, dan Susni Herwanti. 2019. Efisiensi Pemasaran Agroforesti Berbasis Kopi Berdasarkan Keragaan Pasar: Studi Kasus di Pekon Air Kubang, Tanggamus. *Jurnal Sylva Lestari* Vol. 7 No. 3.
- Rahardjo, Pudji. 2012. *Kopi Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika Dan Robusta*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Rukka, Rusli Mohammad. 2011. Buku Ajar Kewirausahaan-1. Lembaga Kajian Dan Pengembangan Pendidikan: Universitas Hasanuddin.

Shinta, Agustina, (2011) *Manajemen Pemasaran* (Edisi 1). Malang: UB Press.

Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sunyoto, D. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

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*.

