

SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN KONTRIBUSI
USAHATANI KOPI TERHADAP PENDAPATAN RUMAH
TANGGA PETANI DI DESA ALUNDUA KOTA PAGARALAM**

**ANALYSIS OF MARKETING CHANNELS AND THE
CONTRIBUTION OF COFFEE FARMING TO THE TOTAL
INCOME OF FARMER HOUSEHOLDS IN THE VILLAGE OF
ALUNDUA CITY PAGARALAM**



**Dafha Fasha Algeri
05011381823119**

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

SUMMARY

DAFHA FASHA ALGERI. Analysis Of Marketing Channels And Contribution Of Coffee Farming To The Household Income Of Farmers In Alundua Village Pagaralam City. (SUPERVISED BY **ANDY MULYANA**).

The research aims to: 1) Identify and analyze the marketing channels for coffee farming by farmers in Alundua Village; 2) Knowing the contribution of coffee farming to the total income of farmer households in Alundua Village; 3) determine the effect of marketing channels on the total income of farmer households in Alundua Village. This research was conducted from January 2022 to completion in Alundua Village, Pagaralam City, South Sumatra, Alundua Village was chosen as a research location because it saw several aspects such as the majority of Alundua Village residents working as coffee farmers and also the research location is easily accessible. This research was conducted using a survey method using questionnaires and conducting direct interviews with farmers. The sampling method in this study used a systematic random method. The data processing methods used in this study are quantitative and qualitative methods, where quantitative methods are used to process data from the formulation of problems 1 and 2 which are explained systematically using a formula while qualitative methods are used for the formulation of the third problem which explains the analytical data described in detail narrative. Based on this research, it can be concluded that: 1) the contribution of farming to the total income of farmer households in Alundua Village is low with a percentage of 31.96%; 2) there are two types of marketing channels for coffee farming in Alundua Village, namely first, farmers sell their processed coffee to middlemen around the city of Pagaralam, who later will distribute the coffee to big traders who are usually in the city Bandar Lampung, while the second marketing channel is where farmers sell their farming products to home factories which later on the factory will process the coffee back into coffee grounds that are ready for consumption and usually these home factories sell their coffee grounds to shops by -by Khas Pagaralam or also to a cafe or coffee shop, usually for this second marketing channel the factory has coffee quality standards that must be met by farmers; 3) marketing channels also affect household income because this marketing channel is also related to the selling price of coffee, in marketing channel 1 the middlemen buy coffee from farmers with a price range of Rp. 18,000 to Rp. 22,000 per Kg while the two factories' marketing channels buy coffee from the farmers with a price range of Rp. 30,000 Per Kg provided that it meets quality standards.

Keywords: coffee farming income, household income, marketing channels

RINGKASAN

DAFHA FASHA ALGERI. Analisis Saluran Pemasaran dan Kontribusi Usahatani Kopi Terhadap Pendapatan Total Rumah Tangga Petani di Desa Alundua Kota Pagaralam. (Dibimbing Oleh **ANDY MULYANA**).

Penelitian bertujuan untuk: 1) Mengetahui dan menganalisis saluran pemasaran hasil usahatani kopi petani di Desa Alundua; 2) Mengetahui kontribusi usahatani kopi terhadap pendapatan total rumah tangga petani di Desa Alundua; 3) mengetahui pengaruh saluran pemasaran terhadap pendapatan total rumah tangga petani di Desa Alundua. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2022 sampai selesai di Desa Alundua Kota Pagaralam Sumatera Selatan, dipilihnya Desa Alundua sebagai tempat penelitian karena melihat beberapa aspek seperti mayoritas warga Desa Alundua berprofesi sebagai Petani kopi dan juga lokasi penelitian yang mudah di jangkau. Penelitian ini di lakukan dengan metode survei menggunakan kuisioner dan melakukan wawancara langsung dengan petani. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode secara sengaja (*Purposive*) dengan memperhatikan beberapa kriteria seperti: 1) responden adalah warga Desa Alundua Kota Pagaralam; 2) responden berprofesi sebagai petani kopi; 3) Responden memiliki pekerjaan sampingan selain petani kopi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 30 petani responden. Metode pengolahan data yang diguanakn dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan kualitatif, dimana metode kuantitatif digunakan untuk mengolah data dari rumusan masalah 1 dan 2 yang di jelaskan secara sistematis menggunakan rumus sedangakn metode kualitatif digunakan untuk rumusan masalah ke 3 yang menjelaskan data analisis yang dijabarkan secara naratif. Berdasarkan penelitian ini dapat di simpulkan bahwa: 1) kontribusi usahatani terhadap pendapatan total rumah tangga petani di Desa Alundua tergolong rendah dengan persentase sebesar 31,96%; 2) terdapat dua jenis saluran pemasaran hasil usahatani kopi di Desa Alundua, yaitu pertama petani menjual hasil olahan kopi mereka ke para tengkulak yang ada di sekitar kota Pagaralam yang nantinya para tengkulak/toke itu akan mendistribusikan kopi tersebut ke pedagang0pedagang besar yang biasanya berada di Kota Bandar Lampung, sedangkan saluran pemasaran kedua dimana petani menjual hasil usahatani mereka ke pabrik-pabrik rumahan yang nantinya pabrik itu akan mengolah kembali kopi-kopi tersebut sampai menjadi bubuk kopi yang siap konsumsi dan biasanya pabrik-pabrik rumahan ini menjual bubuk kopi mereka ke toko oleh-oleh Khas Pagaralam atau juga ke *cafe* atau *coffee shop*, biasanya untuk saluran pemasaran kedua ini pihak pabrik memiliki standar kualitas kopi yang harus di penuhi oleh petani; 3) saluran pemasaran juga berpengaruh terhadap pendapatan rumah tangga karena saluran pemasaran ini juga berhubungan dengan harga jual kopi, di saluran pemasaran 1 para tengkulak membeli kopi dari para petani dengan kisaran harga Rp. 18.000 sampai Rp. 22.000 per Kg sedangkan saluran pemasaran dua pihak pabrik membeli kopi dari para petani dengan kisaran harga Rp. 30.000 Per Kg dengan syarat memenuhi standar kualitas.

Kata Kunci: pendapatan usahatani kopi, pendapatan rumah tangga, saluran pemasaran

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN KONTRIBUSI USAHATANI KOPI TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA PETANI DI DESA ALUNDUA KOTA PAGARALAM

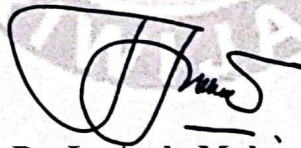
SKRIPSI

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

Oleh :

Dafha Fasha Algeri
05011381823119

Indralaya, September 2022
Pembimbing,



Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
196012021286031003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian,



Prof. Dr. Ir. H.A. Muslim, M.Agr.
196412291990011001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dafha Fasha Algeri

NIM : 05011381823119

Judul : Analisis Saluran Pemasaran Dan Kontribusi Usahatani Kopi Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani di Desa Alundua Kota Pagaralam.

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

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



Indralaya, September 2022



Dafha Fasha Algeri

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Saluran Pemasaran Dan Kontribusi Usahatani Kopi Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani di Desa Alundua Kota Pagaram”. skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana pertanian di fakultas pertanian Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua dan keluarga kecil saya, bapak Subhan dan ibu Neti Mariani, kakak saya Ozzah Alfakira dan kedua adik saya Barroqah Addaza dan Youanita Dinanti.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc. selaku dosen pembimbing saya selama masa kuliah yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran selama saya menyelesaikan skripsi ini, serta Ibu Dr. Dessy Adirani, S.P., M.Si. selaku ketua jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan izin melakukan penelitian ini dari awal hingga selesai.
3. Seluruh dosen dan staff jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama saya menjalani masa kuliah.
4. Bapak Ruslan, S.Kom selaku lurah Desa Alundua yang telah memberikan izin dan membantu saya selama masa penelitian di Desa Alundua.
5. Seluruh warga Desa Alundua yang telah memberikan izin dan telah bersedia menjadi responden dalam penelitian saya ini.
6. Teman-teman seperjuangan selama masa kuliah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah saling bahu membahu selama masa perkuliahan di jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
7. Sahabat-sahabat saya: Ahmad Merando, Ardo Wijaya, Agung Ming, Dandy Diaz, Firdaus Dadok, Firza Octa, Irfansyahok, Manda Asrul, Tata Pradiefta dan Yogi Setiawan atas dukungan, waktu, serta telinga yang selalu ada ketika saya butuhkan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa banyak tekanan.

8. Terakhir, untuk diri saya sendiri yang telah berjuang sampai ke titik ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini jauh dari kata sempurna serta masih banyak kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak dalam rangka melengkapi tulisan dimasa yang akan datang. Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis, dan pembaca sekalian.

Indralaya, September 2022

Dafha Fasha Algeri

DAFTAR ISI

	Halaman
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan.....	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	6
2.1. Tinjauan Pustaka.....	6
2.1.1. Petani Kopi.....	6
2.1.2. Konsepsi Uahatani.....	7
2.1.3. Konsepsi Biaya Produksi.....	8
2.1.4. Konsepsi Penerimaan Usahatani.....	9
2.1.5. Konsepsi Pendapatan Rumah Tangga.....	10
2.1.6. Konsepsi Konsumsi Rumah Tangga.....	11
2.1.7. Konsepsi Pemasaran	12
2.2. Model Pendekatan.....	13
2.3. Hipotesis.....	14
2.4. Batasan Operasional.....	15
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	18
3.1. Tempat dan Waktu.....	18
3.2. Metodologi Penelitian.....	18
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	18
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	19
3.5. Metode Pengolahan Data.....	19
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian.....	22

4.1.1. Lokasi dan Batas Umum Administratif.....	22
4.1.2. Letak Geografis.....	22
4.1.3. Penduduk.....	23
4.1.4. Sosial.....	23
4.1.5. Potensi Desa.....	24
4.1.6. Orbitrasi.....	25
4.2. Sarana dan Prasarana.....	25
4.2.1. Sarana dan Prasarana Pendidikan.....	26
4.2.2. Sarana dan Prasarana Peribadatan.....	28
4.2.3. Sarana dan Prasarana Kesehatan.....	28
4.2.4. Sarana dan Prasarana Pemerintahan.....	29
4.2.5. Sarana dan Prasarana Transportasi.....	29
4.3. Karakteristik Petani Contoh.....	30
4.3.1. Umur Petani.....	30
4.3.2. Tingkat Pendidikan Petani.....	32
4.3.3. Pengalaman Bertani.....	32
4.3.4. Jumlah Anggota Keluarga.....	33
4.4. Biaya Produksi.....	34
4.4.1. Biaya Tetap.....	35
4.4.2. Biaya Variabel.....	36
4.4.3. Biaya Total Produksi.....	37
4.5. Penerimaan dan Pendapatan Petani Kopi di Desa Alundua.....	38
4.5.1. Penerimaan Usahatani Kopi di Desa Alundua.....	38
4.5.2. Pendapatan Usahatani Kopi di Desa Alundua.....	39
4.5.3. Pendapatan Non Usahatani Kopi.....	40
4.6. Kontribusi Pendapatan Rumah Tangga.....	41
4.7. Saluran Pemasaran Hasil Usahatani Kopi di Desa Alundua.....	42
4.7.1. Saluran Pemasaran 1.....	43
4.7.2. Saluran Pemasaran 2.....	43
4.8. Pengaruh Saluran Pemasaran Terhadap Pendapatan Rumah Tangga...	44
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Luas Lahan Tanaman Kopi di Sumatera Selatan.....	3
Tabel 1.2. Luas Lahan dan Produksi Tanaman Kopi di Pagaram.....	4
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Desa Alundua.....	23
Tabel 4.2. Orbitasi Desa Alundua.....	25
Tabel 4.3. Sarana dan Prasarana Pendidikan di Desa Alundua.....	27
Tabel 4.4. Sarana dan Prasarana Peribadatan.....	28
Tabel 4.5. Persentase Umur Petani Desa Alundua.....	31
Tabel 4.6. Persentase Tingkat Pendidikan Petani Desa Alundua.....	32
Tabel 4.7. Pengalaman Bertani Petani Desa Alundua.....	33
Tabel 4.8. Persentase Jumlah Anggota Keluarga Petani Desa Alundua.....	34
Tabel 4.9. Rata-rata Biaya Tetap Petani di Desa Alundua.....	35
Tabel 4.10. Rata-rata Biaya Variabel Petani di Desa Alundua.....	37
Tabel 4.11. Rata-rata Biaya Total Produksi Petani di Desa Alundua.....	37
Tabel 4.12. Rata-rata Penerimaan dan Pendapatan Usahatani Kopi.....	39
Tabel 4.13. Rata-rata Pendapatan Petani di Luar Usahatani Kopi.....	40
Tabel 4.14. Kontribusi Pendapatan Petani Terhadap Rumah Tangga.....	41
Tabel 4.15. Persentase Perbandingan Saluran Pemasaran Petani.....	42
Tabel 4.16. Perbandingan Pendapatan Saluran 1 dan 2.....	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan Diagramatik.....	13
Gambar 4.1. Peta Kota Pagaram.....	21
Gambar 4.1. Saluran Pemasaran 1.....	43
Gambar 4.2. Saluran Pemasaran 2.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Proses Wawancara Terhadap Petani Responden.....	51
Lampiran 2. Identitas Petani Responden.....	52
Lampiran 3. Biaya Tetap Usahatani Kopi.....	53
Lampiran 4. Biaya Variabel Usahatani Kopi.....	57
Lampiran 5. Biaya Total Produksi Usahatani Kopi.....	64
Lampiran 6. Penerimaan Usahatani Kopi di Desa Alundua.....	65
Lampiran 7. Pendapatan Usahatani Kopi di Desa Alundua.....	66
Lampiran 8. Pendapatan Non Usahatani Kopi di Desa Alundua.....	67
Lampiran 9. Pendapatan Total Rumah Tangga Petani.....	68
Lampiran 10. Persentase Kontribusi Usahatani Terhadap Pendapatan Total Rumah Tangga.....	69

Analisis Saluran Pemasaran dan Kontribusi Usahatani Kopi Terhadap Pendapatan Total Rumah Tangga Petani di Desa Alundua Kota Pagaralam

Analysis Of Marketing Channels And Contribution Of Coffee Farming To The Household Income Of Farmers In Alundua Village Pagaralam City

Dafha Fasha Algeri¹, Andy Mulyana²

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

Abstract

This study was carried with following objectives: 1) Identify and analyze the marketing channels for coffee farming by farmers in Alundua Village; 2) Knowing the contribution of coffee farming to the total income of farmer households in Alundua Village; 3) determine the effect of marketing channels on the total income of farmer households in Alundua Village. This research was conducted from January 2022 to completion in Alundua Village, Pagaralam City, This research was conducted using a survey method using questionnaires and conducting direct interviews with farmers. The sampling method in this study used a systematic random method. The data processing methods used in this study are quantitative and qualitative methods, where quantitative methods are used to process data from the formulation of problems 1 and 2 which are explained systematically using a formula while qualitative methods are used for the formulation of the third problem which explains the analytical data described in detail. 1) the contribution of farming to the total income of farmer households in Alundua Village is low with a percentage of 31.96%; 2) there are two types of marketing channels for coffee farming in Alundua Village, namely first, farmers sell their processed coffee to middlemen around the city of Pagaralam, who later will distribute the coffee to big traders in Bandar Lampung; 3) marketing channels also affect household income because this marketing channel is also related to the selling price of coffee, in marketing channel 1 the middlemen buy coffee from farmers with a price range of Rp. 18,000 to Rp. 22,000 per Kg while the two factories' marketing channels buy coffee from the farmers with a price range of Rp. 30,000 Per Kg provided that it meets quality standards.



Keywords: coffee farming income, household income, marketing channels

¹Mahasiswa
²Pembimbing

Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP. 196012021286031003

Indralaya, September 2022
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian


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

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian tampaknya masih menjadi primadona perekonomian di Indonesia. Meskipun telah terjadi transformasi struktur ekonomi, dimana perekonomian negara lebih ditopang pada sektor industri dan jasa, namun sektor pertanian masih tetap mampu menyerap sebagian besar tenaga kerja (Badan Intelijen Negara, 2012). Salah satu subsektor pertanian yang memegang peranan besar untuk produk ekspor Indonesia ialah subsektor perkebunan. Produk perkebunan yang kini tengah menjadi andalan di Indonesia yaitu kopi. Sejak tahun 1999, Indonesia termasuk sebagai negara produsen dan pengeksport kopi dunia terbesar keempat setelah Brazil, Vietnam, dan Columbia (AEKI, 2013). Secara komersial ada dua jenis kopi yang dihasilkan di Indonesia yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Tanaman kopi arabika dapat tumbuh dan berbuah optimal pada ketinggian di atas 1.000 meter di atas permukaan laut (dpl), sedangkan kopi robusta pada ketinggian 400 s.d 800 meter dpl. Mengingat di Indonesia lahan dengan ketinggian diatas 1.000 meter dpl pada umumnya berupa hutan, maka perkembangan tanaman kopi arabika terbatas (Alamtani.com, 2014). Dari total produksi kopi 750 ribu ton tahun 2012, kopi arabika menghasilkan hampir 150 ton dari luas areal 250 ribu hektar, sedangkan kopi robusta menghasilkan 600 ribu ton dari luas areal 1,05 juta hektar (Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, 2014).

Kopi adalah salah satu komoditi yang paling banyak diperdagangkan di dunia. Lebih dari 2,25 miliar cangkir kopi diminum setiap harinya dan lebih dari 90 persen biji kopi dihasilkan di negara-negara berkembang tetapi dikonsumsi terutama di negara maju. Indonesia mempunyai reputasi sebagai salah satu negara produsen kopi terbaik di dunia, Demikian pesatnya perkembangan produksi kopi di Indonesia sudah tentu ditunjang penuh oleh usaha dan industri rumah tangga penghasil kopi. Strata industri kopi dalam negeri sangat beragam, dimulai dari unit usaha berskala rumah tangga hingga industri kopi berskala multinasional (Oka, 2012).

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Keberhasilan pelayanan dalam pemasaran menentukan keberhasilan perusahaan. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dikoordinasikan dan dikelola dengan cara yang baik. Meskipun istilah pemasaran sukses dalam fenomena pemasaran sejak awal kemunculannya sangat beragam, namun dilihat dari berbagai definisi konsep pemasaran, bisa terlihat secara jelas ada sesuatu yang saling berhubungan antara produsen dan konsumen. Lebih jauh terdapat kecenderungan hubungan pertukaran yang merupakan hal penting dalam memahami dasar konsep pemasaran yang muaranya adalah untuk memenuhi *human needs* dan *wants* (Ambar, 2014).

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan sektor pertanian sebagai salah satu mata pencaharian mayoritas penduduknya. Artinya sebagian besar penduduknya menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian. Dimana penggunaan lahan di wilayah Indonesia sebagian besar diperuntukkan sebagai lahan usaha pertanian (Husodo, 2014).

Sumatera selatan merupakan salah satu provinsi penghasil kopi terbesar di Indoneisa, bahkan nomor dua di dunia, luas lahan tanaman yang ditanami kopi di sumatera selatan sendiri berkisar 250 ribu hektar (Badan Statistik Sumatera Selatan), berikut adalah tabel luas lahan tanaman kopi di Sumatera Selatan.

Tabel 1.1. Luas Lahan Tanaman Kopi di Sumatera Selatan.

Kabupaten/Kota	Luas Lahan Tanaman Kopi (Hektar)		
	2018	2019	2020
Palembang	-	-	-
Pagaralam	8323	8323	8327
Lubuk Linggau	1473	1473	1473
Pali	-	-	-
Ogan Ilir	-	-	-
Musi Rawas Utara	257	260	260
Lahat	54441	54441	54441
Empat Lawang	61928	62017	62071
Oku Selatan	70799	70799	70799
Oku	21943	21943	22080
Muara Enim	23101	23101	23101
Oku Timur	1530	483	483
Musi Rawas	3738	3782	3817

Lanjutan Tabel 1.1.

Oki	807	810	814
Musi Banyuasin	8	3	-
Banyuasin	2565	2546	2546
Prabumulih	-	-	-
Jumlah	250913	249981	250212

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan

Pagaralam adalah salah satu kota penghasil kopi terbaik di provinsi Sumatera Selatan, hal ini tidak luput dari letak kota Pagaralam yang berada di kaki pegunungan gunung dempo pada ketinggian 300-3400 mdpl, hal inilah yang menjadikan kota Pagaralam identik dengan hasil pertanian salah satunya adalah tanaman kopi, berikut tabel luas lahan dan produksi kopi.

Tabel 1.2. Tabel Luas Lahan dan Produksi Tanaman Kopi Kota Pagaralam

Kecamatan	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
Dempo Selatan	763	368,7
Dempo Tengah	2967	484
Dempo Utara	2896	345,3
Pagaralam Selatan	809,5	1045,9
Pagaralam Utara	2876	1726,5
Jumlah	8311,5	3970,25

Sumber: Ditjenbun.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis saluran pemasaran dan kontribusi usahatani kopi terhadap pendapatan rumah tangga di desa Alundua Kota Pagaralam, desa Alundua ini terletak di Kelurahan Nendagung Kecamatan Pagaralam Utara Kota Pagaralam dan sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani kopi.

1.2. Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar kontribusi usahatani kopi terhadap pendapatan rumah tangga petani kopi di desa Alundua kota Pagaralam?
2. Bagaimana saluran pemasaran hasil usahatani petani kopi di desa Alundua kota Pagaralam?
3. Bagaimana pengaruh saluran pemasaran terhadap pendapatan rumah tangga petani kopi di desa Alundua kota Pagaralam?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menghitung kontribusi usahatani kopi terhadap pendapatan rumah tangga petani kopi di desa Alundua kota Pagaralam.
2. Untuk menganalisis saluran pemasaran usahatani kopi di desa Alundua kota Pagaralam.
3. Untuk menganalisis pengaruh saluran pemasaran terhadap pendapatan rumah tangga petani kopi di desa Alundua kota Pagaralam.

Adapun kegunaan atau manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai media pembelajaran dan menambah pengalaman bagi saya sendiri selaku penulis.
2. Sebagai salah satu sumber informasi dan bahan pustaka bagi peneliti sejenis di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agam. 2012. Analisis Pendapatan dan Pola Pengeluaran Rumah Tangga Nelayan Buruh di Wilayah Pesisir Kampak Kabupaten Bangka Barat. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*. Vol 3 (1) : 11-16.
- Amisan, Ronaldo Esayas. 2017. Analisis Pendapatan Usahatani Kopi di Desa Purworejo Timur Kecamatan Modayag Kabupaten Bolaang Mongondew Timur. *Jurnal Agri-sosioekonomi UNSRAT*. Vol 13 (2) : 229-236.
- Apandi, Apan. 2019. Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta (Suatu Kasus di Desa Purwaraja Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*. Vol 6 (3) : 604-614.
- Astuti. 2013. *Analisis Pendapatan Usahatani Padi Sawah (Oryza sativa L) di Kecamatan Kaway XVI Kabupaten Aceh Barat*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar.
- Effendy. 2017. Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usahatani Padi Sawah di Desa Maranatha Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. *Jurnal Agrotekbis*. Vol 5 (4) : 509-517.
- Fajar, Putu. 2019. Analisi Pemasaran Kopi Arabika di Desa Belantih Kecamatan Kintamanih Kabupaten Bangli. *Jurnal Agrimeta*. Vol 9 (18) : 10-14.
- Hikmatyar, Missi. 2020. Pengembangan Pemasaran Kopi Galunggung Menggunakan Sistem E-commerce. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Vol 6 (1) : 178-189.
- Kaskoya, Hari. 2019. Sluran Pemsaran Kopi Robusta di Agrpfprestri Pekon Air Kubang Kecamatan Air Naningan Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Belantara*. Vol 2 (2) : 76-83.
- Kuheba, Jefier Andrew. 2016. Perbandingan Pendapatan Usahatani Campuran Berdasarkan Pengelompokan Jenis Tanaman. *Jurnal Agro-sosioekonomi Unsrat*. Vol 12 (2) : 77-90.
- Lukitaningsih, Ambar. 2014. Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol 14 (1) : 16-29.
- Maharani, Evy. 2016. *Analisis Pemasaran Kopi Bubuk Merek SILVIA di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Mardani, T., M., Nur, Halus S. 2017. Analisis Usaha Tani Tanaman Pangan Jagung di Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*. 1(3) : 203-204.

- Nurmala, Lestria. Analisis Biaya dan R/C Usahatani Kubis (*Brassica oleraceal*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. Vol 2 (2) : 97-102.
- Pardani, Cecep. 2018. Analisis Biaya Pendapatan dan R/C Usahatani Jahe (*Zingiber officianale*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. Vol 3 (1) : 1-6.
- Parining, Nyoman. 2015. Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Lumbung Mas Kelurahan Beng Kecamatan Gianyer Kabupaten Gianyer. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. Vol 5 (3) : 175-184.
- Ramadani, Khairunnisa. 2020. *Pendapatan Rumah Tangga Petani Padi dan Saluran Pemasaran Beras di Desa Telang Jaya Kecamatan Muara Telang Kabupaten Banyuasin*. Skripsi. Universitas Sriwijaya.
- Sairdama, Syusantie. 2013. Analisis Pendapatan Petani Kopi Arabika dan Margin Pemasaran di Distrik Kamu Kabupaten Dogiyai. *Jurnal Agribisnis Kepulauan*. Vol 2 (2) : 44-57.
- Saleh, Khairul. 2016. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Rumah Tangga Tani Padi. *Jurnal Agribisnis Sumatera Utara*. Vol 9 (2) : 101-106.
- Soetoro. 2017. Analisis Biaya, Penerimaan, Pendapatan dan R/C Usahatani Kacang Tanah (*Arachis hypogea L*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. Vol 3 (1) : 589-590.
- Supriyadi, Agus. 2014. *Analisis Pendapatan Usahatani Kopi (Coffea SP) Rakyat di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal*. Fakultas Pertanian Universitas Wahid Hasyim.
- Suryawardani, Oka. 2016. Strategi Pemasaran Kopi Pada Perusahaan Kopi Banyuatis. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. Vol 5 (1).
- Syahbudin. 2014. Analisis Pemasaran Kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Agribisnis Sumatera Utara*. Vol 7 (1) : 40- 50.
- Widya N., Annisa, Dkk. 2018. Analisis Fungsi Dan Saluran Pemasaran Komoditas Jeruk (Studi Pada Petani Jeruk Desa Donowarih, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang). *Jurnal Cakrawala*. 12 (1): 1-11.
- Winandi. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor: Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut pertanian Bogor.