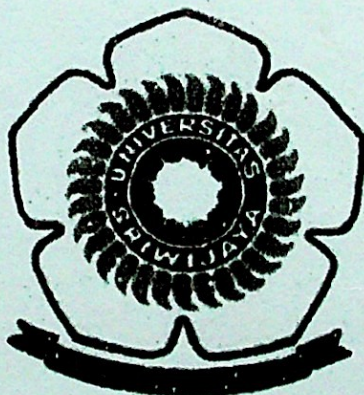


**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN KOPI  
DI DESA GUNUNG AGUNG KECAMATAN DEMPO UTARA  
KOTA PAGARALAM**

**Oleh  
EXANDI FARDO**



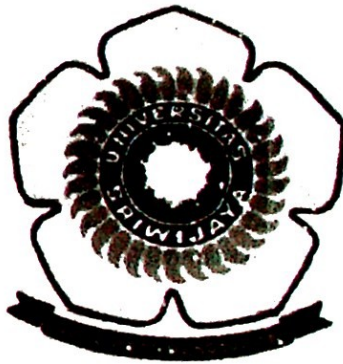
**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA  
2010**

S.  
633.707  
Eka  
e  
C-102234  
2010

**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN KOPI  
DI DESA GUNUNG AGUNG KECAMATAN DEMPO UTARA  
KOTA PAGARALAM**

**Oleh  
EXANDI FARDO**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA  
2010**

## SUMMARY

**EXANDI FARDO.** The efficiency of coffee marketing chains at Gnung Agung Village Dempo Utara District Pagaram Regency (Supervised by **LAILA HUSIN** and **DESI ARYANI**).

The purpose of the study are: (1) to identify the coffee marketing chains in Pagaram in order to know is it efficient or not (2) to describe the function of marketing that have been applied by the farmer and coffee marketing institution in Pagaram (3) to analyze the coffee marketing efficiently level in Pagaram have been taken from the benefit, marketing cost and farmer's share.

The object of the study is the coffee farmer at Gunung Agung Village North Dempo District Pagaram regency on May until June 2010. The place of this study is taken directly by using the research method in this case is survey method and than use simple random sampling method. The data will be processed by tabulation and interpreted descriptively.

The result of this study shows that the coffee marketing chains in Gunung Agung Village is simple marketing chains. Where there are two marketing chains in there. Marketing chains I and II. Many people use the second marketing chain, and the most efficient of marketing institution in doing it marketing function is commissioner marketing institutions.

The highest marketing margin and marketing profit are on retailer in Palembang, it cause by the process in done by Palembang retailer who incase the value of product. The highest farmer's share value is on marketing chain I, while the highest total marketing margin is on marketing chains II, it means that if total

marketing margin where highest, the farmer's share it would be low. The efficiency value in whole trader level is smaller than the retailer efficiency value. The differences of efficiency value can be caused by marketing cost from retailer and the impact of coffee seed processing to be coffee powder.

## RINGKASAN

**EXANDI FARDO.** Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi di Desa Gunung Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaram. (Dibimbing oleh **LAILA HUSIN** dan **DESI ARYANI**).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) mengidentifikasi saluran pemasaran kopi di Kota Pagaram. (2) mendeskripsikan fungsi-fungsi pemasaran yang telah diterapkan oleh petani dan lembaga-lembaga pemasaran kopi di Kota Pagaram. (3) menganalisis tingkat efisiensi pemasaran kopi di Kota Pagaram dilihat dari margin keuntungan, margin pemasaran dan *farmer's share*.

Penelitian ini dilakukan pada petani penggarap kopi yang berdomisili di Desa Gunung Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaram pada bulan Mei hingga Juni 2010. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja dan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *insidental*. Data yang diperoleh diolah secara tabulasi dan dijelaskan secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran kopi yang terdapat di Desa Gunung Agung merupakan saluran pemasaran yang sederhana, dimana terdapat dua rantai pemasaran yang terbentuk yaitu rantai pemasaran I dan II. Rantai pemasaran yang paling banyak digunakan adalah rantai pemasaran II, dan lembaga pemasaran yang paling efisien dalam melaksanakan fungsi pemasarannya adalah lembaga pemasaran komisioner.

Marjin pemasaran dan marjin keuntungan tertinggi dimiliki oleh pedagang pengecer Palembang, hal tersebut dikarenakan proses pengolahan yang dilakukan oleh pedagang pengecer Palembang yang memberikan pertambahan nilai pada produk. Nilai *farmer's share* tertinggi berada pada rantai pemasaran I, sedangkan total marjin pemasaran tertinggi berada pada rantai pemasaran II, hal ini membuktikan bahwa semakin besar total marjin pemasaran yang terbentuk maka akan semakin kecil bagian yang akan diterima oleh petani. Nilai efisiensi di tingkat pedagang besar lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai efisiensi yang didapat pada pedagang pengecer. Perbedaan nilai efisiensi tersebut dikarenakan oleh besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer, akibat dari pengolahan biji kopi hingga menjadi bubuk kopi..

**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN KOPI  
DI DESA GUNUNG AGUNG KECAMATAN DEMPO UTARA  
KOTA PAGARALAM**

**Oleh**

**EXANDI FARDO**



**SKRIPSI**  
**sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar**  
**Sarjana Pertanian**

**pada**

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

**INDRALAYA**  
**2010**

Skripsi

**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN KOPI  
DI DESA GUNUNG AGUNG KECAMATAN DEMPO UTARA  
KOTA PAGARALAM**

Oleh

**EXANDI FARDO  
05061004041**

telah diterima sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian

**Pembimbing I**



**Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc**

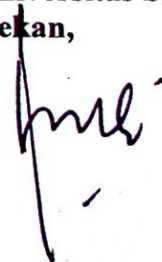
**Pembimbing II**



**Desi Aryani, SP. M.Si**

**Inderalaya, Oktober 2010**

**Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya  
Dekan,**




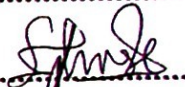

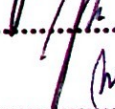
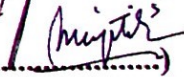
**Prof. Dr. Ir. Imron Zahri, M.S  
NIP. 19521028 197503 1 001**



Skripsi berjudul "Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi di Desa Gunung Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam" oleh Exandi Fardo telah dipertahankan di depan komisi penguji pada tanggal 27 Oktober 2010.


### Komisi Penguji

- |                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| 1. Dr. Ir. M. Yamin Hasan, M.P.     | Ketua      |
| 2. Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc.       | Sekretaris |
| 3. Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S.       | Anggota    |
| 4. Ir. Mirza Antoni, M.Si.          | Anggota    |
| 5. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si. | Anggota    |

  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mengesahkan,  
Ketua Program Studi Agribisnis

  
Dr. Ir. M. Yamin Hasan, M.P  
NIP. 196609031993031001

  
Ir. Mirza Antoni, M.Si  
NIP. 196607071993121001

## **PERNYATAAN**

**Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan kelas sumbernya adalah hasil penelitian atau investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar kesarjanaan sama di tempat yang lain.**

**Indralaya, November 2010  
Yang membuat pernyataan,**



**Exandi Fardo**

## **Riwayat Hidup**

Penulis dilahirkan di Kota Pagaram tanggal 29 september 1988, penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, orang tua bernama Amrullah Roni dan Sri Herlina.

Pendidikan sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2000 di SD Muhammadiyah III Pagaram. Penulis melanjutkan pendidikan sekolah lanjutan tingkat pertama di SMP Negeri I Pagaram dan lulus pada tahun 2003. pada tahun 2006 penulis menyelesaikan pendidikan sekolah menengah di SMA Negeri I Pagaram.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Sriwijaya sejak tahun 2006 melalui jalur Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB). Praktik lapangan diselesaikan pada bulan Maret 2010 yang berjudul “Pemasaran Hasil Pembibitan Karet (*Hevea Brasiliensis Muell Arg*) Klon Pb 260 Di Lahan Klinik Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya Indralaya”.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat ridho dan rahmatnya jualah penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi di Desa Gunung Agung, Kecamatan Dempo Utara, Kota Pagaralam” ini dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir Laila Husin, M.Sc dan Ibu Desi Aryani, SP. M.Si selalu desen pembimbing. Terimakasih atas segenap kesabaran, bimbingan, nasihat, dan arahannya kepada penulis.
2. Ayah, ibu serta saudaraku tercinta, terimakasih atas doa dan dukungan yang selalu kalian berikan.
3. Pembimbing akademikku, terimakasih atas semua masukan dan dukungannya selama ini, dan untuk Farah, terimakasih karena telah memberikan kesan dan kenangan yang baik. Om doakan semoga cepat besar dan menjadi anak yang berbakti kepada kedua orang tua. Amin.
4. Teman-teman mahasiswa Agribisnis dan PKP angkatan 2006, terimakasih atas bantuan dan kebersamaannya.
5. Bapak Dr. Ir. Amruzi Minha, M.Si, Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si dan Ibu Ir. Maryati Mustofa, M.Si. Terimakasih karena telah bersedia menjadi penguji dan terimakasih untuk segenap bimbingan dan arahannya selama ini.

6. Seluruh dosen Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada umumnya dan dosen Sosial Ekonomi Pertanian beserta staf khususnya, terimakasih atas bantuan dan keikhlasannya dalam membimbing dan mendidik penulis.
7. Seluruh pihak yang telah banyak membantu dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.

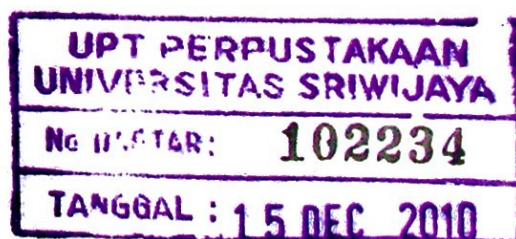
Penulis menyadari bahwasannya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak dalam rangka penyempurnaan penulisan skripsi ini. Akhir kata dengan mengharap ridho dari Allah SWT, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Inderalaya, 25 April 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan .....	7
II. KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka .....	8
1. Botani Tanaman Kopi .....	8
2. Konsepsi Usaha Tani .....	9
3. Konsepsi Pemasaran .....	10
4. Konsepsi Saluran dan Lembaga Pemasaran .....	12
5. Konsepsi Biaya Pemasaran .....	14
6. Konsepsi Harga .....	15
7. Konsepsi Marjin Keuntungan dan Pemasaran .....	16
8. Konsepsi Farmer's Share .....	17
9. Konsepsi Efisiensi Pemasaran .....	18
B. Model Pendekatan .....	20
C. Batasan-batasan .....	21



III. PELAKSANAAN PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu .....	23
B. Metode Penelitian .....	23
C. Metode Penarikan Contoh .....	24
D. Metode Pengumpulan Data .....	24
E. Metode Pengolahan Data .....	25

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keadaan Umum Daerah .....	28
1. Lokasi dan Batas wilayah .....	28
2. Keadaan Geografi dan Topografi .....	28
3. Penduduk dan Mata Pencaharian .....	29
4. Sarana dan Prasarana .....	30
5. Profil Petani dan Pedagang .....	31
B. Lembaga dan Saluran Pemasaran .....	32
1. Lembaga Pemasaran .....	32
2. Saluran Pemasaran .....	35
C. Fungsi-fungsi Pemasaran .....	38
1. Petani .....	39
2. Pedagang Besar .....	40
3. Pedagang Pengecer .....	43
4. Komisioner .....	46
5. Eksportir .....	46

	Halaman
D. Analisis Efisiensi Pemasaran .....	48
1. Marjin Pemasaran .....	49
2. Farmer's share .....	54
3. Nilai Efisiensi Pemasaran .....	59
 V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	63
DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN .....	66



## DAFTAR TABEL

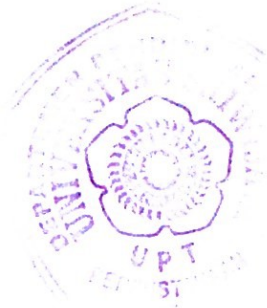
	Halaman
1. Luas Areal dan Produksi Kopi Kota Pagaralam .....	4
2. Kerangka Penarikan Contoh Petani dan Pedagang .....	23
3. Penggunaan Tanah Di Desa Gunung Agung .....	29
4. Mata Pencaharian Masyarakat Desa Gunung Agung .....	29
5. Sarana dan Prasarana Desa Gunung Agung .....	31
6. Profil Petani Sampel .....	32
7. Marjin Pemasaran Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran .....	49
8. Biaya Pemasaran Pada Tiap Lembaga Pemasaran .....	52
9. Keuntungan Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran .....	53
10. <i>Farmer's share</i> Pada Tiap Saluran Pemasaran .....	54
11. <i>Trader's share</i> Pada Rantai Pemasaran I .....	56
12 <i>Trader's share</i> Pada Rantai Pemasaran II .....	57
11. Efisiensi Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran .....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Saluran Pemasaran Secara Umum .....	14
2. Model Pendekatan Diagramatik.....	20
3. Saluran Pemasaran I.....	36
4. Saluran Pemasaran II .....	37

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Denah Kecamatan Dempo Utara .....	66
2. Profil Petani Sampel .....	67
3. Volume Pembelian dan Harga Beli Pedagang Besar .....	68
4. Biaya Pemasaran Pada Masing-masing Lembaga .....	70
5. Total Biaya Pemasaran dan Total Nilai Produk .....	71



## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Negara Indonesia yang merupakan negara berkembang, yang sedang berupaya untuk menciptakan pembangunan ekonomi jangka panjang guna mengarahkan negara pada perekonomian yang lebih maju. Pembangunan ekonomi jangka panjang tidak selalu harus diarahkan pada sektor industri, tetapi dapat juga diarahkan pada sektor lain, seperti sektor pertanian dan sektor jasa yang meliputi perdagangan, transportasi, komunikasi, perbankan dan lain-lain (Pahan, 2008).

Pembangunan pertanian guna mendukung perekonomian negara akan mewujudkan masyarakat makmur dan sejahtera. Strategi pembangunan yang berwawasan agribisnis (agroindustri) sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian yang menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien, dan memperbaiki distribusi pendapatan (Soekartawi, 2000).

Menurut Pahan (2008), Indonesia memiliki potensi alamiah yang bagus untuk mengembangkan sektor pertanian, termasuk tanaman perkebunan. Sebagai suatu negara kepulauan yang terletak di daerah tropis di sekitar khatulistiwa, Indonesia memiliki berbagai macam jenis tanah yang mampu menyuburkan tanaman, sinar matahari yang konsisten sepanjang tahun, kondisi iklim yang memenuhi persyaratan tumbuh tanaman, dan curah hujan rata-rata per tahun cukup tinggi. Semua kondisi itu merupakan faktor ekologis yang baik untuk membudidayakan tanaman perkebunan.

Pertanian dan perkebunan masih memegang peranan yang sangat penting dalam prekonomian Indonesia baik sebagai sumber pertumbuhan, penciptaan lapangan kerja, pendapatan dan sumber devisa. Areal dan produksi perkebunan tumbuh masing-masing dengan laju 4.1 persen dan 5.6 persen dan sanggup menyumbang devisa sebesar 8.3 persen pertahun (Susila dan Dradjat, 2000).

Menurut Susila dan Dradjat (2000), tanaman perkebunan dapat dikelompokkan menjadi dua: tanaman tahunan dan tanaman semusim. Tanaman tahunan (*perennial crop*) berumur lebih dari satu tahun, mulai berproduksi 2-6 tahun sejak ditanam dan bisa dipanen lebih dari satu kali. Contohnya, cengkeh, kakao, karet, kelapa sawit, kopi, lada, pala, dan panili. Tanaman semusim (*annual crop*) merupakan tanaman yang cuma sekali bisa dipanen. misalnya kapas, tebu, dan tembakau.

Salah satu komoditi perkebunan yang penting dalam prekonomian nasional adalah kopi (*Coffea sp*). Dalam upaya meningkatkan pendapatan nasional cukup rasional jika pemerintah berpaling kembali pada budidaya dan produksi kopi yang menjadi salah satu primadona komoditi ekspor. Agribisnis kopi mempunyai peran yang cukup baik sebagai sumber penyediaan lapangan kerja dan pendapatan bagi petani kopi serta pelaku ekonomi lainnya yang terlibat dalam budidaya, pengolahan, maupun rantai pemasarannya (Pahan, 2008).

Sumatera Selatan merupakan salah satu daerah penghasil kopi di Indonesia. Hal ini terlihat dari luas areal perkebunan kopi di Sumatera Selatan yang menempati urutan kedua sebagai areal perkebunan terluas. Pada tahun 2007, luas areal perkebunan di Provinsi Sumatera Selatan tercatat seluas 2.037.565 ha dan 84,5 % di antaranya diusahakan dalam bentuk Perkebunan Rakyat. Komoditas utama terdiri

dari karet 978.122 ha, kelapa sawit 682.730 ha, kopi 276.864. ha dan kelapa 58.354 ha, serta aneka komoditi perkebunan lainnya seperti lada, tebu, teh, kayu manis, kemiri, cengkeh, nilam, gambir. Produksi perkebunan tahun 2007 mencapai 2.731.141. ton terdiri dari karet 722.372 ton, kelapa sawit 1.719.416. ton (CPO dan Inti Sawit), kopi 150.781. ton, kelapa 72.780. ton, dan komoditi lainnya 65.792. ton. Tanaman kopi sebagian besar merupakan kopi jenis Robusta yang ditanam secara monokultur dengan produktivitas sekitar 0,60–1,2 ton/ha/tahun (Dinas Perkebunan Sumatera Selatan, 2007).

Kopi merupakan salah satu komoditi andalan perkebunan di Sumatera Selatan yang memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perekonomian daerah Sumatera Selatan. Produksi kopi Sumatera Selatan dihasilkan oleh tiga macam bentuk perkebunan, yaitu perkebunan rakyat, perkebunan besar swasta, dan perkebunan milik negara. Dari tiga bentuk perkebunan ini, perkebunan rakyat merupakan penghasil utama komoditi kopi (Sanusi, 2002).

Terdapat lima daerah sentra produksi kopi di Sumatera Selatan, yaitu secara berturut-turut adalah Kabupaten Lahat, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) Selatan, Kota Pagaralam, Kabupaten OKU dan Kabupaten Muara Enim. Luas areal perkebunan kopi di kelima daerah tersebut mencapai 94.56 persen dari total areal di Sumatera Selatan, sementara produksinya mencapai 93.96 persen dari total produksi (Dinas Perkebunan Sumatera Selatan, 2007).

Kota Pagaralam merupakan sentra penghasil kopi nomor tiga di Sumatera Selatan setelah Kabupaten Lahat dan OKU Selatan. Menurut data Dinas Perkebunan (Disbun) Kota Pagaralam tahun 2009 luas areal perkebunan kopi di Kota Pagaralam tercatat 8.321 ha dengan total produksi 6.293.996 kg yang tersebar di lima

kecamatan, yakni Kecamatan Pagaralam Utara, Pagaralam Selatan, Dempo Utara, Dempo Tengah, dan kelurahan Dempo Selatan. Untuk lebih jelasnya lagi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Areal dan Produksi Kopi Kota Pagaralam tahun 2009

No Kecamatan	Luas Areal (ha)				Peroduktivitas kg/ha	KK (Jiwa)
	TBM	TM	TR/TM	Total		
1. Pagar Alam Utara	2	874	0	876	700	800
2. Pagar Alam Selatan	1	708	0	709	670	705
3. Dempo Utara	226	2.660	0	2.886	735	2.300
4. Dempo Tengah	205	2.639	126	2.970	733	2.920
5. Dempo Selatan	174	638	60	972	600	789
Jumlah	600	7.519	186	8.313	3.438	7.514

Keterangan: TBM : Tanaman Belum Menghasilkan  
 TM : Tanaman Menghasilkan  
 TR : Tanaman Remaja

Sumber: Dinas Perkebunan Kota Pagar Alam (Rekapitulasi Hingga Juni 2010).

Jumlah total produksi kopi Kota Pagaralam pada tahun 2009 yaitu 3.438 kg/ha. Produksi terbesar dimiliki oleh Kecamatan Dempo Utara, dimana pada kecamatan ini terdapat Desa Gunung Agung yang merupakan desa penyumbang produksi terbesar di kecamatan ini. Jumlah total produksi yang dimiliki oleh Kecamatan Dempo Utara adalah sebesar 735 kg/ha atau 21,38 persen dari total produksi, kemudian produksi tertinggi kedua dimiliki oleh Kecamatan Dempo Tengah dengan total produksi 733 kg/ha atau 21,32 persen dari produksi total. Kecamatan Dempo Tengah memiliki 2.920 jiwa kepala keluarga yang bertindak selaku petani kopi, jumlah tersebut merupakan jumlah petani terbesar yang ada di

Kota Pagaram, namun Kecamatan Dempo Tengah hanya mampu menempati jumlah produksi terbanyak kedua setelah Kecamatan Dempo Utara (Dinas Perkebunan Kota Pagaram, 2009).

Desa Gunung Agung merupakan desa terbesar pada Kecamatan Dempo Utara. Dengan jumlah penduduk 3.987 jiwa desa ini memiliki 1.628 orang petani yang mayoritas dari mereka merupakan petani kopi. Selain mempertimbangkan besarnya jumlah petani kopi yang berada pada desa ini, besarnya produksi biji kopi yang mereka hasilkan juga merupakan alasan mengapa desa ini dipilih sebagai tempat penelitian.

Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat dilihat betapa pentingnya sektor pertanian kopi ini bagi masyarakat Kota Pagaram, karena dari lima kecamatan yang ada di Kota Pagaram dengan jumlah penduduk 118.904 jiwa, 26,24 persen penduduknya merupakan petani kopi dan 38,67 persen kegiatan prekonomian tergantung pada sektor ini. Oleh karena itu dinilai penting untuk menganalisis bentuk pemasaran yang ada saat ini, dengan tujuan meningkatkan efisiensi pemasaran, karena menurut Soekartawi (2002), banyaknya kenyataan membuktikan adanya kelemahan dalam sistem pertanian di negara berkembang, termasuk Indonesia, adalah kurangnya perhatian dalam bidang pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran, seperti pembelian, *sorting*, *grading*, penyimpanan, pengangkutan dan pengolahan sering berjalan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, sehingga efisiensi pemasaran menjadi lemah.

Pada umumnya terdapat beberapa permasalahan yang seringkali ditemui dalam sektor pertanian di negara-negara berkembang dan negara Indonesia sendiri tentunya yaitu seperti; 1) tidak tersediannya komoditi pertanian dalam jumlah yang



cukup dan kontinu, 2) harga komoditi yang sering berfluktuasi secara tajam, 3) pelaksanaan pemasaran yang tidak efisien, 4) tidak memadainya fasilitas pemasaran, 5) kurang lengkapnya informasi pasar, 6) kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, dan 7) kurang responnya produsen terhadap permintaan pasar (Soekartawi, 2002).

Sama halnya dengan permasalahan yang dihadapi oleh petani di desa Gunung Agung, mereka menjual hasil produksi kopi mereka dengan rantai pemasaran yang panjang dan tanpa penambahan nilai yang terjadi. Sehingga, harga kopi yang sangat fluktuatif kembali dibebani dengan biaya resiko yang diminta oleh masing-masing lembaga pemasaran. Hal ini jelas memberatkan para petani, karena semakin panjang rantai pemasaran yang tidak memberikan penambahan nilai maka akan semakin kecil pula bagian yang akan diterima oleh petani (*farmer's share*).

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan permasalahan yang ada pada lokasi maka penting dilakukan penelitian tentang sistem pemasaran dan lembaga-lembaga pemasaran apa saja yang berperan dalam pemasaran komoditi kopi di Desa Gunung Agung, serta fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang telah digunakan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang terkait sebagai barometer efisiensi jalur pemasaran tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan, yaitu:

1. Bagaimanakah bentuk saluran pemasaran kopi di Kota Pagaralam?
2. Fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang telah diterapkan oleh petani dan lembaga pemasaran kopi di Kota Pagaralam?

3. Berapa besar tingkat efisiensi pemasaran kopi di Kota Pagaram jika dilihat dari margin pemasaran, margin keuntungan dan *farmer's share* yang diterima oleh petani?

### **C. Tujuan dan Kegunaan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran kopi di Kota Pagaram.
2. Mendeskripsikan fungsi-fungsi pemasaran yang telah diterapkan oleh petani dan lembaga-lembaga pemasaran kopi di Kota Pagaram.
3. Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran kopi di Kota Pagaram dilihat dari margin keuntungan, margin pemasaran dan *farmer's share*.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu gambaran bagaimana bentuk sistem pemasaran kopi di Kota Pagaram. Selain itu dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pihak pengambil keputusan untuk pedagang besar, eksportir dan pedagang pengecer, serta sebagai sumber informasi bagi pihak yang terkait dan dapat menjadi tambahan pustaka bagi penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Anggraini, S. D. 2006. Tingkat Efisiensi Sayuran Dataran Tinggi dari Kota Pagaralam ke Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Inderalaya. (Tidak Dipublikasikan).
- Astia, E. M. 2001. Pengaruh Perlakuan Faktor-faktor Produksi Terhadap Usahatani Kopi (Kasus di Kecamatan Muara Dua OKU). Tesis Program Studi Pasca Sarjana. Universitas Sriwijaya. Palembang. (Tidak Dipublikasikan).
- Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan. 2007. Produksi Perkebunan Sumatera Selatan. Palembang.
- Dinas Perkebunan Kota Pagaralam. 2009. Produksi dan Luas Lahan Kopi di Kota Pagaralam. Pagaralam.
- Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta.
- Girsang, E. I. 2005. Analisis Efisiensi Pemasaran Beras dari Kecamatan Pulau Rimau Kabupaten Banyuasin ke Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Inderalaya. (Tidak Dipublikasikan).
- Hernanto, R. 1996. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kurniati, I. 2008. Analisis Efisiensi Buah Nanas di Pasar Tradisional Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. Inderalaya. (Tidak Dipublikasikan).
- Limbong, H. W. dan P. Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Diktat Kuliah Jurusan Ilmu Sosial Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Najiyati, S dan Danarti. 2004. Kopi, Budidaya dan Penanganan Pasca Panen Seri Agribisnis. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Pahan, I. 2008. Panduan Lengkap Kopi Robusta (Manajemen Agribisnis dari Hulu hingga Hilir). Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahim, A dan D.R.H. Dina 2007. Pengantar, Teori, dan Kasus Ekonometrika Pertanian. PT. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Robi, I. 2008. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Patin di Desa Ulak Jermun Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir. Skripsi pada Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. (Tidak Dipublikasikan).
- Sanusi, A. 2002. Analisis Efisiensi Pemasaran Usahatani Kopi di Kabupaten Lahat dan Kota Pagaralam. Tesis Program Magister Ilmu Ekonomi Program Pasca Sarjana. Universitas Sriwijaya. Palembang. (Tidak Dipublikasikan).
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil–Hasil Pertanian. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sukirno, S. 2002. Pengantar Teori Mikro Ekonomi. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Susila, W. R dan B. Drajat. 2000. Liberalisasi Perdagangan Kopi dan Kelapa Sawit. APPI. Jakarta.