

SKRIPSI

**ANALISIS EFISIENSI DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI KEPUTUSAN PETANI KOPI ROBUSTA
DALAM MEMILIH SALURAN PEMASARAN
DI DESA JANGGA KOTA PAGAR ALAM**

***ANALYSIS OF EFFICIENCY AND THE FACTORS AFFECTING
THE DECISION OF ROBUSTA COFFEE FARMER TO
CHOOSE THE MARKETING CHANNEL
AT JANGGA VILLAGE OF PAGAR ALAM CITY***



**Kamilah Widelia
05011381722124**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2020**

SUMMARY

KAMILAH WIDELIA. Analysis Of Efficiency and The Factors Affecting The Decision of Robusta Coffee Farmer to Choose The Marketing Channel at Jangga Village Of Pagar Alam City. (Guided by **AMRUZI MINHA**).

The purpose of this research were to: (1) to describe the difference between every marketing channel of robusta coffee in jangga village of pagar alam city. (2)analyze the factors that influence the decision of farmers in choosing marketing channel in jangga village of pagar alam city. (3)Analyze the marketing margin and marketing efficiency level of each robusta coffee marketing agency in jangga village of pagar alam city. This research was conducted in Jangga Village of Pagar Alam city on November 2020. The method used was survey method and sampling method using disproportionate stratified random sampling. Data collected in this study are secondary data and primary data. The difference between marketing channel I and II is coffee quality requirement and price. The marketing channel I sells with a water content level 16-18% and for marketing channel II sells with a water content 12%. The quality of water content determines the shape, size and color of coffee. Factors that have real effect on robusta coffee farmer decision in choosing marketing channel are coffee quality requirement, distance and land area. The efficiency of marketing channel in first layer is 3,48% meanwhile the second layer is 1,35%. Based on the value of marketing margins, marketing profit, farmer's share and trader's share then the most efficient layer is the second layer of marketing channel.

Keywords: the farmers of robusta coffee, efficiency, marketing channel, marketing

RINGKASAN

KAMILAH WIDELIA, Analisis Efisiensi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Jangga Kota Pagar Alam. (Dibimbing oleh **AMRUZI MINHA**).

Tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) Mendeskripsikan perbedaan setiap saluran pemasaran produksi kopi robusta di Desa Jangga Kota Pagar Alam, (2) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran kopi robusta di Desa Jangga Kota Pagar Alam, (3) Menganalisis margin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran kopi robusta di Desa Jangga Kota Pagar Alam. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Jangga Kota Pagar Alam pada bulan November sampai dengan Desember 2020 dengan 25 petani saluran pemasaran I dan 25 petani saluran pemasaran II. Metode pengolahan data digunakan analisis regresi logistik *biner* dengan uji determinan R^2 dan uji wald. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan antara saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II yaitu kualitas dan harga kopi robusta yang dipasarkan. Saluran pemasaran I menjual kopi robusta petik asalan dengan kadar air 16%-18%, sedangkan untuk saluran pemasaran II menjual kopi robusta petik merah dengan kadar air 12%. Kualitas kadar air menentukan bentuk, ukuran dan warna kopi, sehingga dapat menyebabkan perbedaan harga. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan petani kopi robusta dalam memilih saluran pemasaran adalah syarat kualitas kopi, jarak dan luas lahan. Dimana syarat kualitas kopi dan jarak berpengaruh negative dan luas lahan berpengaruh positif. Efisiensi saluran pemasaran I adalah 3,48% dan saluran pemasaran II adalah 1,35%. Berdasarkan nilai margin pemasaran, keuntungan pemasaran, farmer's share dan trader's share maka saluran pemasaran II yang paling efisien dikarenakan penjualan tidak melalui lembaga pemasaran.

Kata Kunci: Petani Kopi Robusta, Efisiensi, Saluran Pemasaran, Pemasaran

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS EFISIENSI DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PETANI KOPI ROBUSTA DALAM MEMILIH SALURAN PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI DESA JANGGA KOTA PAGAR ALAM

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh :

Kamilah Widelia
05011381722124

Indralaya, Januari 2021
Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian

Pembimbing,



Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S.
NIP.19581111198403004



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

Skripsi dengan Judul “Analisis Efisiensi dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Jangga Kota Pagar Alam” oleh Kamilah Widelia telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 29 Desember 2020 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Dr. Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S.
NIP 19581111198403004

Ketua


(.....)

2. Ir. Mirza Antoni, M.Si., Ph.D.
NIP 196607071993121001

Anggota


(.....)

3. Ir. Yulian Junaidi, M.Si.
NIP 196507011989031005

Anggota


(.....)

Indralaya, Januari 2021
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



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

PERNYATAAN INTEGRITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Kamilah Widelia

NIM : 05011381722124

Judul : Analisis Efisiensi dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan
Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Jangga
di Desa Jangga Kota Pagar Alam

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

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



Indralaya, Januari 2021



Kamilah Widelia

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 06 Juni 1999, merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Ir. Badrul Jamali, M.Si. dan Ibu Tri Pradnya Parata, S.Pd., M.Si.

Penulis mengawali perjalanan jenjang pendidikan pertama di TK Permata Bunda, kemudian pendidikan sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 192 Palembang, sekolah menengah pertama pada tahun 2014 di SMP Negeri 14 Palembang, dan sekolah menengah atas tahun 2017 di MA Negeri 3 Palembang. Sejak Agustus 2017 penulis tercatat sebagai mahasiswa di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Selama menjadi mahasiswa, penulis merupakan anggota aktif divisi Hubungan Mahasiswa di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASPERTA). Selain itu, penulis juga aktif pada organisasi kemasyarakatan yaitu Pusat Informasi Konseling Remaja (PIK-R) Rumah Sriwijaya. Penulis bercita-cita menjadi pengusaha sukses yang dapat membangun lapangan pekerjaan bagi banyak orang

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Jangga Kota Pagar Alam”. 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 kali ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada banyak pihak yang telah memberi bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, keselamatan, kelancaran, serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Papa (Alm) dan Mama tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan yang luar biasa, motivasi, dan materi sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan tingkat sarjana.
3. Kakak dan Adik yang kusayangi Wahyu, Arief, Hakim yang selalu memberikan perhatian dan dukungan yang luar biasa.
4. Bapak Dr. Ir. Amruzi Minha, M.S. selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi yang memberikan arahan, motivasi, masukan yang bersifat membangun, meluangkan waktu serta selalu sabar kepada penulis agar semangat dalam menyelesaikan skripsi.
5. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
6. Teman seperjuangan saya Chrissandy Fahzy yang selalu mendengarkan keluhan, membantu penelitian dan kebersamaan disaat susah maupun senang.
7. Geng Friendshipz (Asa, Ayu, Cacak, Cipi, Elin, Emi, Ulik) dan Dududu squad (Dody, Dymas, Kikik, Nts, Shynta) yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

7. Narisya, Dinda, Dea, Chairunnisya, Galih, dan Yolanda yang selalu memberikan motivasi dan mengingatkan agar cepat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
8. Keluarga Besar Agribisnis A 2017 Palembang yang Selalu memberi dukungan.
9. Teman-teman seperjuangan, kakak-kakak, serta adik-adik Agribisnis FP Unsri yang banyak membantu semasa perkuliahan dan memberikan masukan yang membangun untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Staf tata usaha Program Studi Agribisnis yang telah membantu dalam kelengkapan berkas-berkas selama perkuliahan hingga tugas akhir skripsi
11. Kepada masyarakat Desa Jangga terimakasih telah bersedia membantu dan memberikan informasi terkait penelitian skripsi serta semua pihak tanpa terkecuali.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan dan kelengkapan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua,

Palembang, Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 5 |
| BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN | 7 |
| 2.1. Tinjauan Pustaka | 7 |
| 2.1.1. Tanaman Kopi | 7 |
| 2.1.2. Konsepsi Pemasaran | 9 |
| 2.1.3. Konsepsi Lembaga Pemasaran | 13 |
| 2.1.4. Saluran Pemasaran | 15 |
| 2.1.5. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Petani Dalam Memilih Saluran Pemasaran | 17 |
| 2.1.6. Konsepsi Marjin Pemasaran | 18 |
| 2.1.7. Konsepsi Efisiensi Pemasaran | 19 |
| 2.2. Model Pendekatan | 21 |
| 2.3. Hipotesis | 22 |
| 2.4. Batasan-Batasan | 23 |
| BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN | 25 |
| 3.1. Tempat dan Waktu | 25 |
| 3.2. Metode Penelitian | 25 |
| 3.3. Metode Penarikan Contoh | 25 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data | 26 |
| 3.5. Metode Pengolahan Data | 26 |
| BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN | 13 |
| 4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian | 30 |

| | Halaman |
|--|---------|
| 4.1.1. Lokasi dan Batas Umum Administratif | 30 |
| 4.1.2. Keadaan Geografis dan Topografi | 30 |
| 4.1.3. Keadaan Penduduk | 31 |
| 4.1.4. Sarana dan Prasarana | 32 |
| 4.2. Karakteristik Petani Kopi Robusta dan Lembaga Pemasaran Kopi Robusta | 34 |
| 4.2.1. Umur Petani Contoh | 34 |
| 4.2.2. Tingkat Pendidikan | 36 |
| 4.2.3. Pengalaman Usahatani Kopi Robusta | 37 |
| 4.2.4. Luas Lahan | 38 |
| 4.3. Perbedaan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga | 39 |
| 4.3.1. Saluran Pemasaran I | 40 |
| 4.3.2. Saluran Pemasaran II | 42 |
| 4.4. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Petani dalam Memilih Saluran Pemasaran | 43 |
| 4.4.1. Syarat Kualitas Kopi | 44 |
| 4.4.2. Keterikatan Modal | 45 |
| 4.4.3. Jarak | 45 |
| 4.4.4. Lama Berusahatani | 46 |
| 4.4.5. Luas Lahan | 46 |
| 4.5. Analisis Marjin Pemasaran dan Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi Robusta | 47 |
| 4.5.1. Biaya Pemasaran | 48 |
| 4.5.2. Marjin Pemasaran | 49 |
| 4.5.3. Keuntungan Pemasaran | 50 |
| 4.5.4. <i>Farmer's Share</i> dan <i>Trader's Share</i> | 51 |
| 4.5.5. Efisiensi Pemasaran | 52 |
| BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN | 56 |
| 5.1. Kesimpulan | 56 |
| 5.2. Saran | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA | 58 |
| LAMPIRAN | 62 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1. Luas Areal dan Produksi Kopi Perkebunan Rakyat di Pulau Sumatera | 2 |
| Tabel 1.2. Luas Areal dan Produksi Kopi Robusta Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten dan Keadaan Tanaman Pada Tahun Sumatera Selatan..... | 3 |
| Tabel 3.1. Jumlah Populasi Petani dan Petani Responden di Desa Jangga. | 26 |
| Tabel 3.2. Jumlah Populasi Lembaga Pemasaran dan Lembaga Responden..... | 26 |
| Tabel 4.1. Jumlah Penduduk menurut Jenis Kelamin di Desa Jangga Tahun 2019 | 31 |
| Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Jangga Pada Tahun 2019..... | 31 |
| Tabel 4.3. Sarana dan Prasarana Desa Jangga..... | 32 |
| Tabel 4.4. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Jangga | 35 |
| Tabel 4.5. Umur Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar Kopi Robusta di Desa Jangga..... | 36 |
| Tabel 4.6. Tingkat Pendidikan Petani Responden di Desa Jangga..... | 37 |
| Tabel 4.7. Tingkat Pendidikan Lembaga Pemasaran di Desa Jangga | 38 |
| Tabel 4.9. Pengalaman Usahatani Petani Responden di Desa Jangga..... | 39 |
| Tabel 4.10. Luas Lahan Petani Responden di DesaJangga | 40 |
| Tabel 4.11. Perbedaan Saluran Pemasaran I dan II | 40 |
| Tabel 4.14. Hasil Regresi Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Jangga | 45 |
| Tabel 4.15. Rata-Rata BiayaPemasaran Petani dan Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga..... | 50 |
| Tabel 4.16. Marjin Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga | 51 |
| Tabel 4.17. Keuntungan Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga..... | 52 |
| Tabel 4.18. Perhitungan Farmer’s Share dan Trader’s Share Pada Setiap Saluran Pemasaran di Desa Jangga..... | 53 |
| Tabel 4.19. Efisiensi Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga . | 54 |

| | |
|---|---------|
| | Halaman |
| Tabel 4.20. Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga.... | 55 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1. Saluran Pemasaran..... | 16 |
| Gambar 2.2. Metode Pendekatan Secara Diagramatis..... | 21 |
| Gambar 4.1. Pola Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga..... | 41 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1. Denah Wilayah Desa Jangga Kelurahan Padang Temu Kecamatan Dempo Tengah Kota Pagar Alam | 62 |
| Lampiran 2. Identitas Petani Responden pada Saluran Pemasaran I..... | 63 |
| Lampiran 3. Identitas Petani Responden pada Saluran Pemasaran II..... | 65 |
| Lampiran 4. Hasil Regresi Logit | 67 |
| Lampiran 5. Biaya Pemasaan Petani Kopi Robusta Saluran Pemasaran I di Desa Jangga Tahun 2019 | 72 |
| Lampiran 6. Biaya Pemasaran Petani Kopi Robusta Saluran Pemasaran II di Desa Jangga Tahun 2019 | 73 |
| Lampiran 7. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul Kopi Robusta di di Desa Jangga Tahun 2019 | 74 |
| Lampiran 8. Biaya Pemasaran Pedagang Besar Kopi Robusta di di Desa Jangga Tahun 2019 | 75 |
| Lampiran 9. Biaya Pemasaran Konsumen Industri Kopi Robusta di di Desa Jangga Tahun 2019 | 76 |
| Lampiran 10. Nilai Penyusutan Alat pada Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga | 77 |
| Lampiran 11. Rata-Rata Biaya Pemasaran Petani dan Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga Tahun 2019 | 78 |
| Lampiran 12. Marjin Pemasaran Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga 2019 | 80 |
| Lampiran 13. Keuntungan Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga Tahun 2019 | 81 |
| Lampiran 14. Perhitungan <i>Farmer's Share dan Trader's Share</i> pada Saluran Pemasaran di Desa Jangga Tahun 2019 | 82 |
| Lampiran 15. Efisiensi Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga Tahun 2019 | 83 |
| Lampiran 16. Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Jangga Tahun 2019 | 84 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara Indonesia 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 diarahkan pada sektor industry, tetapi dapat juga diarahkan pada sektor lain, seperti pertanian dan sektor jasa yang meliputi perdagangan, transportasi, komunikasi, perbankan dan lain-lain (Pahan, 2008). Kopi memiliki prospek yang cukup cerah di masa yang akan datang, hal ini terutama dilihat dari prospek pasar yang cenderung meningkat sehingga memberikan peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan pangsa pasar ekspor kopi (Harisudin, 2013 *dalam* Kusmiati *et al*, 2015)

Kopi merupakan salah satu komoditas andalan dalam sektor perkebunan Indonesia. Peran komoditas kopi bagi perekonomian Indonesia cukup penting, baik sebagai sumber pendapatan bagi petani kopi, sumber devisa, penghasil bahan baku industri, maupun penyedia lapangan kerja melalui kegiatan pengolahan, pemasaran, dan perdagangan ekspor dan impor (Chandra *et al*, 2013). Dalam upaya meningkatkan pendapatan nasional cukup rasional jika pemerintah berpaling kembali pada budidaya dan produksi kopi yang menjadi salah satu primadona komoditi ekspor (Pahan, 2008). Jumlah ekspor kopi Indonesia terus meningkat setiap tahunnya seiring perkembangan permintaan dunia terhadap kopi.

Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54 persen menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016 sampai 2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22 persen/tahun. Sekitar 94,5 persen produksi kopi di Indonesia dipasok dari pengusaha kopi perkebunan rakyat. Adapun 81,87 persen produksi kopi nasional merupakan jenis robusta yang berasal dari sentra kopi di Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur dan Jawa Tengah.

Meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia ini memberikan peluang bagi perusahaan – perusahaan untuk menciptakan produk kopi, dimana perusahaan memperhatikan apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan konsumen dari kopi. Perusahaan juga memperhatikan kualitas rasa, harga yang akan ditawarkan, sistem promosi yang akan digunakan, dan distribusi penjualan produk kopi yang telah dihasilkan.

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 1946. 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 syara 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 ats kopi Robusta (Prastowo *et al*, 2010).

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

| No | Provinsi | Produksi (Ton) | Luas Areal (Ha) |
|----|----------------------|----------------|-----------------|
| 1 | Aceh | 71.753 | 125.491 |
| 2 | Sumatera Utara | 72.922 | 97.731 |
| 3 | Sumatera Barat | 18.037 | 29.757 |
| 4 | Riau | 3.083 | 5.102 |
| 5 | Kepulauan Riau | 0 | 4 |
| 6 | Jambi | 16.564 | 28.271 |
| 7 | Sumatera Selatan | 199.324 | 252.731 |
| 8 | Kep. Bangka Belitung | 12 | 69 |
| 9 | Bengkulu | 59.368 | 87.052 |
| 10 | Lampung | 110.291 | 157.012 |

Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi, 2020.

Saat ini Provinsi Sumatera Selatan merupakan sentra produksi kopi terbesar di Indonesia dengan luas perkebunan kopi rakyat pada tahun 2020 tercatat sekitar 252.731 hektar. Hampir sebagian besar kebun kopi yang ada ditanami dengan jenis kopi robusta secara monokultur pada ketinggian 500-1000 meter di permukaan laut. Kopi Sumatera Selatan mempunyai potensi dan akan mendapat perhatian serta pengembangannya mengingat komoditi kopi merupakan komoditi

andalan setelah karet dan kelapa sawit. Selain sebagai penghasil devisa, kopi yang dihasilkan sepenuhnya diusahakan dari perkebunan rakyat dan merupakan mata pencaharian utama sejak lebih dari satu abad yang lalu.

Tabel 1.2. Luas Areal dan Produksi Kopi Robusta Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten dan Keadaan Tanaman Pada Tahun 2015 di Sumatera Selatan

| No | Kabupaten | Luas Areal (Ha) | Produksi (Ton) | Rerata Produksi (Kg/Ha) | Jumlah Petani (KK) |
|-------|----------------|-----------------|----------------|-------------------------|--------------------|
| 1 | Lahat | 54.441 | 21.601 | 502 | 45.505 |
| 2 | Empat Lawang | 61.442 | 44.841 | 917 | 37.823 |
| 3 | Pagar Alam | 8.323 | 21.459 | 2.823 | 6.914 |
| 4 | Musi Banyuasin | 6 | 5 | 1.000 | 1.400 |
| 5 | Banyuasin | 2.546 | 724 | 518 | 2.173 |
| 6 | Musi Rawas | 3.738 | 2.585 | 1.100 | 2.898 |
| 7 | Lubuk Linggau | 1.473 | 368 | 383 | 1.409 |
| 8 | OKU | 21.943 | 15.812 | 926 | 19.965 |
| 9 | OKU Timur | 1.531 | 2.098 | 1.487 | 1.513 |
| 10 | OKU Selatan | 70.799 | 48.523 | 750 | 65.205 |
| 11 | OKI | 807 | 347 | 658 | 2.506 |
| 12 | Ogan Ilir | - | - | - | - |
| 13 | Muara Enim | 23.101 | 25.623 | 1.347 | 15.376 |
| 14 | Prabumulih | - | - | - | - |
| 15 | Muratara | 247 | 180 | 1.396 | 262 |
| Total | | 250.397 | 184.166 | 889 | 202.949 |

Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi,2017.

Berdasarkan Tabel 1.2. Salah satu daerah yang berada di Provinsi Sumatera Selatan yang memiliki peran dalam produksi kopi robusta adalah Pagar Alam. Menurut Data Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi (2017), Pagaralam memiliki luas areal kopi sebesar 8.323 ha dengan jumlah produksi 21.459 ton, serta rerata produksi 2.823 Kg/ha dan jumlah petani 6.914 KK. Jika dilihat, kota Pagar Alam berada di urutan ke enam dalam luas areal dan produksi kopi jenis robusta di Sumatera Selatan.

Desa Jangga merupakan salah satu desa yang terletak di Kelurahan Padang Temu di Kota Pagar Alam yang menjadikan kopi sebagai prioritas utama untuk pendapatan warga sekitar. Sekitar 95 persen KK disana memilih berusahatani kopi robusta. Namun, disamping pendapatan petani yang dihasilkan dari bertani kopi,

terdapat usahatani lain yang dilakukan seperti bertani sayur-sayuran dan buah-buahan. Di luar usahatani juga terdapat masyarakat yang memiliki profesi lain seperti pedagang, buruh, PNS, dan lainnya.

Di Desa Jangga terdapat 2 pola saluran pemasaran yaitu petani – tengkulak - pedagang besar – eksportir dan petani – Konsumen Industri. Pemasaran menjadi aspek yang sangat penting bagi usaha pertanian karena hasil pertanian memiliki karakteristik antara lain diproduksi musiman, mudah rusak, jumlah banyak tetapi nilainya relatif sedikit, perlu pengolahan lebih lanjut dan tidak tahan lama. Menurut Winarni (2015) alur penjualan yang berbeda akan berpengaruh terhadap harga jual kopi robusta, karena pada masing-masing saluran pemasaran memiliki standar yang berbeda dalam memenuhi kualitas kopi yang diminta.

Dalam sistem pemanenan di Desa Jangga terdapat 2 jenis cara petani dalam memanen yang dapat memengaruhi kualitas kopi yaitu petik merah dan petik asalan. Petik merah merupakan sistem pemanenan dengan cara memetik biji kopi yang sudah matang dan berwarna merah untuk menghasilkan *fine robusta* untuk standar kopi yang bermutu. Sedangkan petik asalan merupakan sistem pemanenan dengan cara memetik keseluruhan biji kopi dari yang hijau, kekuningan sampai merah. Petik asalan biasanya dilakukan karena volume kopi yang akan dipetik sangat besar.

Berdasarkan pendapat yang diuraikan oleh salah satu petani kopi di Desa Jangga Kecamatan Dempo Tengah Kota Pagar Alam (2020), mayoritas pendapatan masyarakat didapat dari hasil bertani kopi. Namun sistem pemasaran masih terkendala karena penjualan kopi di wilayah ini telah dikuasai oleh para tengkulak. Sehingga membuat petani terpaksa untuk menjual langsung kopi ke tengkulak dengan harga seadanya dikarenakan sulitnya bagi petani untuk mencari calon pembeli lainnya. Peningkatan akses pasar bagi petani untuk dapat berhubungan langsung dengan konsumen mendapat perhatian besar beberapa tahun terakhir ini. Komersialisasi produk oleh petani-petani kecil ke konsumen dinilai dapat mengurangi tingkat kemiskinan pedesaan di negara berkembang (Collier dan Dercon, 2014).

Walaupun harga jual kopi yang diberikan tengkulak kepada petani sebagian besar di bawah harga jual kopi yang diberikan kepada konsumen industri lainnya,

namun masih banyak petani yang cenderung menjual hasil kopinya kepada tengkulak. Pertimbangan pemilihan saluran pemasaran tidak cukup dengan mengetahui harga, petani juga dihadapkan dengan banyak faktor-faktor keterbatasan yang mengharuskan petani terikat pada lembaga tertentu.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik ingin mengetahui lebih lanjut tentang faktor yang menentukan alasan petani dalam memilih saluran pemasaran hingga kegiatan dalam saluran pemasaran di Desa Jangga Kecamatan Dempo Tengah Temu Kota Pagaralam .

1.2. Rumusan Masalah

Desa Jangga merupakan salah satu daerah penghasil kopi robusta atau kopi asalan di Kota Pagar Alam. Pendapat utama masyarakat di Desa Jangga adalah sektor perkebunan Kopi jenis Robusta. Kopi yang dihasilkan akan dipasarkan melalui saluran pemasaran yang akan menentukan harga kopi tersebut. Semakin pendek saluran pemasarannya maka harga jual kopi ditingkat petani semakin mahal, begitu juga sebaliknya. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran dengan memperhitungkan pendapatan yang akan diperoleh petani. Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perbedaan setiap saluran pemasaran kopi robusta di Desa Jangga Tengah Kota Pagar Alam?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi pengambilan keputusan petani kopi robusta dalam memilih saluran pemasaran di Desa Jangga Kota Pagar Alam?
3. Bagaimana marjin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran kopi robusta dari setiap lembaga pemasaran kopi robusta di Desa Jangga Kota Pagar Alam?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

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

1. Mendeskripsikan perbedaan setiap saluran pemasaran produksi kopi robusta di Desa Jangga Kota Pagar Alam.

2. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran kopi robusta di Desa Jangga Kota Pagar Alam.
3. Menganalisis margin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran kopi robusta di Desa Jangga Kota Pagaralam.

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan mampu memberikan informasi tambahan bagi masyarakat mengenai saluran pemasaran kopi robusta.
2. Memberikan informasi bagi masyarakat dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan dan kebijakan sebagai bahan pertimbangan guna pengembangan usaha.
3. Menjadi bahan pertimbangan dan kepustakaan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanta, F. C. S. 2019. Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey Sebagai Instrument Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law and Governance Journal*. 2(4):700.
- Andriani, R., Budi, K., Elly, R., Gema, W.M., dan Fatimah. 2019. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Mangga dalam Pemilihan Pasar di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Penyuluhan*, 15(2). 286-298.
- Asmarantaka R.W, 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Bogor (ID) : Institut Pertanian Bogor
- Audina, M. 2018. Analisis Saluran Pemasaran dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Kopi Robusta dalam Memilih Saluran Pemasaran di Desa Tribudi Sukur Kabupaten Lampung Barat. Skripsi. Indralaya. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. 2008. Teknologi Budidaya Kopi Poliklonal. Badan Penelitian Dan Pengembangan Pertanian. 22 hal. Seri: bun/14/2008.
- Basu, Swastha. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada
- Chandra, D., Dyah, A. H. L., dan Suriaty, S. 2013. Prospek Perdagangan Kopi Robusta Indonesia di Pasar Internasional. *JHA*. 1(1), 29-44.
- Collier, P., Dearcon, S. 2014. African Agriculture in 50 Years : Smallholders in a Rapidly Changing World. *Economic Trans. Afr*, 63(1) : 92-101.
- Desiana, Candra. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 3(2).
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2020. Statistika Perkebunan Indonesia. Jakarta: BPJ
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Harahap, M. S., Suparmi dan Dahlia. 2018. Pengaruh Penambahan Kosentrasi Enzim Papain yang Berbeda terhadap Karakteristik Hidrosilat Protein Udang Rebon (*Acetes erythraeus*). Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau: Pekanbaru.

- Indrawanto, C. dkk. 2010. *Budidaya dan Pasca Panen Tebu*. ESKA Media. Jakarta. Hal.2-10.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kusmiati, A., dan Devi, Y. N. 2015. *Kelayakan Finansial Usahatani Kopi Arabika dan Prospek Pengembangannya di Ketinggian Sedang*. *Agriekonomika*, 4(2), 221-134.
- Levens M. 2010. *Marketing: Defined, Explained, Applied*. International Edition. Pearson: Prentice Hall. Lim, G. 2015. Val
- Manggopa, 2013. *Efisiensi Pemasaran Nanas di Desa Lobong Kecamatan Passi Barat Kabupaten Bolang Mongondow*. *Jurnal. Jurusan Agribisnis Fakultas Ilmu-Ilmu Pertanian Universitas Negeri Gorontalo* 2013.
- 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.
- Moehar. 2001. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara :Jakarta.
- Najiyati, S., & Danarti. 2012. *Kopi, Budidaya dan Penanganan Lepas Panen*. Penebar Swadaya.
- Nurhidayana., Kuswardani, R.A., & Siregar, M.A. (2012). *Analisis efisiensi pemasaran cabai merah di Kabupaten Batubara*. *Jurnal Agribisnis Sumatera Utara*, 5(1), 28-39.
- Nurmala, T. 2012. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Pahan, I. 2008. *Panduan Teknis Budidaya Kelapa Sawit*. PT Indopalma Wahana Utama. Jakarta. 424 hal.
- Panggabean, Edy. 2011. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta Selatan: PT Agro Media Pustaka hlm 124-132.
- Prastowo, B., Elna K., Rubijo., Siswanto., Chandra, I., Dn S. Joni, M. 2010, *Budidaya dan Pasca Panen Kopi*. Bandung: Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan.
- Pratiwi, Annisa M. 2019. *Saluran Pemasaran Kopi Robusta (Coffea robusta) di Agroforestri Pekon Air Kumbang Kecamatan Air Naningan Kabupaten Tanggamus*. *Jurnal Belantara* , 2(2), 76-83.

- 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 Budidaya Dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta”. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rukmana.2014. Untung Selangit Dari Agribisnis Kopi. Lily Publisher. Yogyakarta.
- 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 Perilaku Petani dan Saluran Pemasaran Beras di Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir. Skripsi. Indralaya. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. 238 hal.
- _____. 2013. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Rajawali Pers.
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang: UMM Press.
- Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI
- Widarjono, Agus. 2018:122. Analisis Regresi dengan SPSS. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Widiyanti, T. 2013. Kondisi Kebun Sumber Benih Kopi (*Coffea sp*) di Kebun Kalisat Jampit Bondowoso. Balai Besar Perbenihan dan Proteksi Tanaman Perkebunan. Surabaya.
- Winahyu, A. K. (2015). Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi di Desa Sumbertangkil, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang. Thesis. Universitas Brawijaya.