

# **SKRIPSI**

**ANALISIS PEMASARAN PRODUK KOPI ARABIKA DI DESA  
SEGAMIT KECAMATAN SEMENDO DARAT ULU  
KABUPATEN MUARA ENIM**

***MARKETING ANALYSIS OF ARABICA COFFE PRODUCTS IN  
SEGAMIT VILLAGE SEMENDO DARAT ULU SUBDISTRICT  
MUARA ENIM REGION***



**Dinda Dwifatyah  
05011281621067**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2021**

## **SUMMARY**

**DINDA DWIFATYAH.** Marketing Analysis of Arabica Coffe Products in Segamit Village Semendo Darat Ulu Subdistrict Muara Enim Region (Supervised by **YUNITA** and **DESI ARYANI**).

Coffe is one of plantation export commodity that contributes a large foreign exchange. Various coffe products attracte various groups and even make coffe as a part of their lifestyle. This is in line with the increasing number of local shops that serving coffe or even serving it for the main menu, which indicates that coffe can be a potential business. This study aims to analyze the marketing channel, marketing mix, and arabica coffee products marketing efficiency. Data collected using purposive sampling method for the village and farmers, and snowball sampling for the marketing institutions. The result of this research showed that the marketing channel that formed in green bean product were producer – consumer. the marketing channel that formed in roasted bean product were producer – consumer. There are three marketing channels that formed in ground coffe product: (1) producer – consumer (2) producer – retailer I – consumer (3) producer – retailer II – consumer. Based on the calculation of the total scores for each indicator on each product, the marketing mix of three products received a good rating. The result showed that the marketing channel in green bean and roasted bean products was efficient. The 3rd channel in ground coffe product was more efficient than channel 1 and channel 2 indicates by marketing margin, farmer’s share, and benefit-cost ratio.

Keywords: Arabica, Coffe Products, Marketing Channel, Marketing Efficiency, Marketing Mix.

## RINGKASAN

**DINDA DWIFATYAH.** Analisis Pemasaran Produk Kopi Arabika di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim (Dibimbing oleh YUNITA dan DESI ARYANI).

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor perkebunan yang menyumbang devisa yang cukup besar. Produk kopi yang beraneka ragam menjadi daya tarik tersendiri bagi berbagai kalangan dan bahkan menjadikannya sebagai bagian dari gaya hidup. Hal ini didukung dengan bertambah banyaknya kedai lokal yang menjual kopi atau bahkan menjadikannya sebagai menu utama, yang menandakan bahwa kopi dapat menjadi bisnis yang potensial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, bauran pemasaran dan efisiensi pemasaran produk kopi arabika. Metode pengambilan contoh yang digunakan yaitu metode purposive sampling untuk penentuan daerah dan petani contoh, serta snowball sampling untuk lembaga pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang terbentuk pada produk *green bean* yaitu (1) produsen – konsumen. Saluran pemasaran pada produk *roasted bean* yaitu (1) produsen – konsumen. sementara itu, produk kopi bubuk memiliki tiga saluran pemasaran yang terbentuk, yaitu (1) produsen – konsumen. (2) produsen – pengecer I – konsumen. (3) produsen – pengecer II – konsumen. Berdasarkan perhitungan skor total setiap indikator pada masing-masing produk, bauran pemasaran pada ketiga produk tersebut mendapatkan penilaian baik. Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran pada produk *green bean* dan *roasted bean* dinilai sudah efisien. Sedangkan saluran pemasaran pada produk kopi bubuk yang dianggap lebih efisien yaitu saluran ke-3 yang didasari oleh nilai margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan atas biaya.

Kata kunci: Arabika, Bauran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Produk Kopi, Saluran Pemasaran.

**SKRIPSI**

**ANALISIS PEMASARAN PRODUK KOPI ARABIKA DI DESA  
SEGAMIT KECAMATAN SEMENDO DARAT ULU  
KABUPATEN MUARA ENIM**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar  
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya



**Dinda Dwifatyah**  
**05011281621067**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PEMASARAN PRODUK KOPI ARABIKA DI DESA  
SEGAMIT KECAMATAN SEMENDO DARAT ULU  
KABUPATEN MUARA ENIM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Dinda Dwifatyah  
05011281621067**

**Indralaya, Desember 2021**

**Pembimbing I**



**Dr. Yunita, S.P., M.Si.  
NIP. 197106242000032001**

**Pembimbing II**



**Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.  
NIP. 198112222003122001**

**Mengetahui,  
Fakultas Pertanian Unsri**




**Dr. H. A. Muslim, M. Agr.  
NIP. 196412291990011001**

Skripsi dengan Judul “Analisis Pemasaran Produk Kopi Arabika di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim” oleh Dinda Dwifatyah telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 15 Oktober 2021 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

### Komisi Penguji

1. Dr. Yunita, S.P., M.Si.  
NIP 197106242000032001

Ketua

  
(.....)

2. Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.  
NIP 198112222003122001

Sekretaris

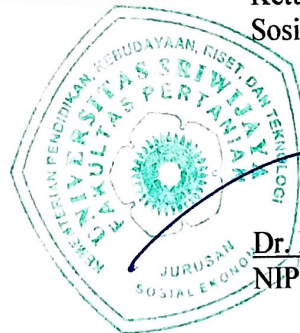
  
(.....)


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

Anggota

  
(.....)

Indralaya, Desember 2021  
Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



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

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Dwifatyah

Nim : 05011281621067

Judul : Analisis Pemasaran Produk Kopi Arabika Di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim

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

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



Indralaya, Desember 2021



Dinda Dwifatyah

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Dinda Dwifatyah, lahir pada Tanggal 07 November 1999 merupakan anak pertama dari Bapak Joni dan Ibu Suhartini. Penulis memiliki satu saudara perempuan yang tengah menempuh pendidikan di salah satu perguruan tinggi di Palembang.

Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 114 Palembang dan lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan ke tingkat menengah pertama yaitu di SMP Negeri 53 Palembang dan lulus pada tahun 2013. Dan di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat menengah atas di SMA Negeri 16 Palembang. Saat SMA penulis aktif di organisasi Rohis. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan studinya di perguruan tinggi melalui jalur SBMPTN dengan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian (Agribisnis) Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Di perguruan tinggi ini, penulis tergabung dalam organisasi AIESEC. Dengan riwayat menjadi *Live Report Team* Join AIESEC pada tahun 2018 dan menjadi *OC Marcomm* Join AIESEC pada tahun 2019.



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, dan Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW. sebagai utusannya, karena atas berkat dan limpahan rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pemasaran Produk Kopi Arabika di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu dan Ayah yang selalu selalu memeberikan dukungan, dorongan, nasehat serta do’a dalam setiap langkah yang dilalui penulis. Terimakasih juga kepada adik penulis, Dhini, yang telah ikut andil dalam memotivasi penulis.
2. Dr. Yunita, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing pertama yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan masukan, serta solusi terhadap permasalahan yang dihadapi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah memberikan arahan, masukan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Ir. Yulian Junaidi, M.Si. selaku penguji dalam ujian skripsi yang telah membantu penulis dalam menyempurnakan skripsi.
5. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berarti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Sinwani selaku Kepala Desa Segamit yang telah bersedia menerima dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Desa Segamit serta memberikan informasi yang penulis perlukan. Kemudian kepada Tengku Muhammad Afipudin selaku Pimpinan Pondok Pesantren Darul Ulum, kepada Ketua Kelompok Wanita Tani Jamiatullrahma Insani serta masyarakat lainnya yang telah banyak membantu dalam kelancaran proses kegiatan penelitian dan memperlakukan penulis dengan sangat baik.

7. Vina Safitri, salah satu sahabat terbaik yang sudah banyak berkorban dan membantu penulis baik selama proses perkuliahan, maupun di luar perkuliahan. Terimakasih telah bersedia berjuang bersama
8. Alana, Barika, Merco, Rahmi, Renna, Vina, Yuli yang senantiasa membantu, menghibur, serta menemani penulis dari awal masa perkuliahan hingga tahap akhir.
9. Teman-teman seperjuangan Siti dan Ruth yang telah bersedia bekerja sama dan membantu.
10. Amrina, Ummi, Ukhti, Sari selaku teman bermain yang telah banyak membantu dan memberikan semangat.
11. Teman-teman Agribisnis 2016, khususnya kelas Agribisnis A Indralaya serta teman-teman lainnya yang telah memberi semangat dan dukungan.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaiki penulisan pada skripsi ini, karena penulis menyadari masih terdapat berbagai kekurangan. Besar harapan penulis bahwa skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi kita semua.

Indralaya, Desember 2021

Penulis

Dinda Dwifatyah

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Tinjauan Pustaka .....	5
2.1.1. Konsepsi Budidaya Kopi.....	5
2.1.2. Konsepsi Tanaman Kopi Arabika .....	8
2.1.3. Konsepsi Pengolahan Biji Kopi .....	9
2.1.4. Konsepsi Pasar dan Pemasaran .....	10
2.1.5. Konsepsi Saluran Pemasaran .....	13
2.1.6. Konsepsi Bauran Pemasaran .....	13
2.1.7. Konsepsi Margin Pemasaran.....	14
2.1.8. Konsepsi Rasio Keuntungan Terhadap Biaya.....	15
2.1.9. Konsepsi <i>Farmer's Share</i> .....	15
2.2. Model Pendekatan.....	16
2.3. Hipotesis.....	17
2.4. Batasan-batasan Operasional .....	17
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu .....	21
3.2. Metode Penelitian.....	21
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	21
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	22
3.3. Metode Pengolahan Data .....	22
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	

	Halaman
4.1. Keadaan Umum Daerah .....	29
4.1.1. Kondisi Geografis, Batas Wilayah, dan Topografi .....	29
4.1.2. Keadaan Penduduk.....	30
4.1.2.1. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
4.1.2.2. Mata Pencarian .....	31
4.1.3. Sarana dan Prasarana.....	31
4.1.3.1. Pendidikan.....	31
4.1.3.2. Kesehatan .....	32
4.1.3.3. Keagamaan.....	32
4.1.3.4. Komunikasi .....	32
4.1.3.5. Sarana Transportasi .....	33
4.2. Gambaran Umum Responden .....	33
4.2.1. Karakteristik Petani.....	33
4.2.1.1. Umur Petani .....	33
4.2.1.2. Tingkat Pendidikan Petani .....	34
4.2.1.3. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani.....	34
4.2.1.4. Luas Lahan Petani .....	35
4.2.2. Identifikasi Lembaga Pemasaran Produk Kopi Arabika.....	36
4.2.2.1. Produsen.....	36
4.2.2.2. Pengecer .....	36
4.2.3. Identifikasi Konsumen Produk Kopi Arabika.....	37
4.3. Prosedur Pembuatan Produk Kopi Arabika .....	37
4.3.1. Produk <i>Green Bean</i> .....	37
4.3.2. Produk <i>Roasted Bean</i> .....	39
4.3.3. Produk Kopi Bubuk .....	39
4.4. Pendapatan Usahatani Kopi Arabika di Desa Segamit .....	39
4.4.1. Biaya Tetap .....	39
4.4.2. Biaya Variabel.....	40
4.4.3. Biaya Total .....	41
4.4.4. Penerimaan.....	42
4.4.5. Pendapatan .....	42

	Halaman
4.5. Penerimaan dan Pendapatan Produsen Produk Kopi Arabika .....	43
4.5.1. <i>Joint Cost</i> .....	43
4.5.2. Biaya Tetap .....	44
4.5.3. Biaya Variabel.....	47
4.5.4. Penerimaan .....	50
4.5.5. Pendapatan .....	51
4.6. Saluran Pemasaran Produk Kopi Arabika.....	51
4.6.1. Saluran Pemasaran Produk <i>Green Bean</i> .....	52
4.6.2. Saluran Pemasaran Produk <i>Roasted Bean</i> .....	53
4.6.3. Saluran Pemasaran Produk Kopi Bubuk .....	53
4.7. Bauran Pemasaran Produk Kopi Arabika .....	55
4.7.1. Bauran Pemasaran Produk <i>Green Bean</i> .....	56
4.7.2. Bauran Pemasaran Produk <i>Roasted Bean</i> .....	59
4.7.3. Bauran Pemasaran Produk Kopi Bubuk.....	62
4.8. Efisiensi Pemasaran .....	66
4.8.1. Margin Pemasaran.....	66
4.8.2. Bagian yang diterima Petani ( <i>Farmer's Share</i> ) .....	70
4.8.3. Rasio Keuntungan atas Biaya Pemasaran .....	72
4.8.4. Efisiensi Pemasaran .....	73
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	76
5.2. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	78
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Luas areal perkebunan kopi dan hasil produksi kopi di Kabupaten Muara Enim .....	2
Tabel 3.1. Nilai interval kelas skor total setiap indikator produk pada <i>green bean</i> dan <i>roasted bean</i> .....	24
Tabel 3.2. Nilai interval kelas skor total setiap indikator produk pada kopi bubuk.....	24
Tabel 3.3. Nilai interval kelas indikator produk pada <i>green bean</i> dan <i>roasted bean</i> .....	25
Tabel 3.4. Nilai interval kelas indikator produk pada kopi bubuk.....	25
Tabel 3.5. Nilai interval kelas indikator harga.....	26
Tabel 3.6. Nilai interval kelas indikator tempat.....	26
Tabel 3.7. Nilai interval kelas indikator promosi.....	27
Tabel 4.1. Penggunaan tanah di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu .....	29
Tabel 4.2. Jumlah penduduk desa segamit berdasarkan jenis kelamin pada tahun 2019 .....	30
Tabel 4.3. Jumlah prasarana pendidikan di Desa Segamit.....	31
Tabel 4.4. Jumlah peserta didik di Desa Segamit .....	32
Tabel 4.5. Karakteristik petani berdasarkan umur di Desa Segamit tahun 2020 .....	33
Tabel 4.6. Karakteristik petani berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Segamit tahun 2020.....	34
Tabel 4.7. Jumlah tanggungan keluarga petani kopi arabika di Desa Segamit.....	35
Tabel 4.8. Karakteristik petani berdasarkan luas lahan kopi arabika di Desa Segamit tahun 2020.....	35
Tabel 4.9. Biaya penyusutan yang dikeluarkan petani kopi arabika di Desa Segamit.....	40
Tabel 4.10. Baya variabel yang dikeluarkan petani kopi arabika di Desa Segamit .....	40
Tabel 4.11. Biaya total yang dikeluarkan petani kopi arabika di Desa Segamit .....	41
Tabel 4.12. Penerimaan petani kopi arabika di Desa Segamit.....	42
Tabel 4.13. Pendapatan petani kopi arabika di Desa Segamit .....	42

	Halaman
Tabel 4.14. Biaya tetap bersama untuk memproduksi 3 jenis produk kopi	43
Tabel 4.15. Biaya variable bersama untuk memproduksi 3 jenis produk kopi .....	44
Tabel 4.16. Biaya penyusutan alat untuk memproduksi <i>green bean</i> .....	45
Tabel 4.17. Biaya penyusutan alat untuk memproduksi <i>roasted bean</i> .....	46
Tabel 4.18. Biaya penyusutan alat untuk memproduksi kopi bubuk .....	47
Tabel 4.19. Biaya variabel produksi <i>green bean</i> .....	48
Tabel 4.20. Biaya variabel produksi <i>roasted bean</i> .....	49
Tabel 4.21. Biaya variabel produksi kopi bubuk .....	49
Tabel 4.22. Penerimaan produsen dari ketiga produk kopi arabika.....	50
Tabel 4.23. Pendapatan produsen dari ketiga produk kopi arabika .....	51
Tabel 4.24. Persentase volume penjualan produk kopi bubuk.....	55
Tabel 4.25. Nilai skor total indikator bauran pemasaran produk <i>green bean</i> .....	56
Tabel 4.26. Rata-rata skor indikator indikator produk pada <i>green bean</i> ....	56
Tabel 4.27. Rata-rata skor indikator indikator harga pada <i>green bean</i> .....	57
Tabel 4.28. Rata-rata skor indikator indikator tempat pada <i>green bean</i> .....	58
Tabel 4.29. Rata-rata skor indikator indikator promosi pada <i>green bean</i> ...	58
Tabel 4.30. Nilai skor total indikator bauran pemasaran produk <i>roasted bean</i> .....	59
Tabel 4.31. Rata-rata skor indikator indikator produk pada <i>roasted bean</i> ..	59
Tabel 4.32. Rata-rata skor indikator indikator harga pada <i>roasted bean</i> ....	60
Tabel 4.33. Rata-rata skor indikator indikator tempat pada <i>roasted bean</i> ..	61
Tabel 4.34. Rata-rata skor indikator indikator promosi pada <i>roasted bean</i>	61
Tabel 4.35. Nilai skor total indikator bauran pemasaran produk kopi bubuk .....	62
Tabel 4.36. Rata-rata skor indikator indikator produk pada kopi bubuk ....	63
Tabel 4.37. Rata-rata skor indikator indikator harga pada kopi bubuk.....	64
Tabel 4.38. Rata-rata skor indikator indikator tempat pada kopi bubuk.....	65
Tabel 4.39. Rata-rata skor indikator indikator promosi pada kopi bubuk ..	65
Tabel 4.40. Margin pemasaran produk <i>green bean</i> di Desa Segamit .....	67
Tabel 4.41. Margin pemasaran produk <i>roasted bean</i> di Desa Segamit .....	67

	Halaman
Tabel 4.42. Margin pemasaran produk kopi bubuk di Desa Segamit .....	68
Tabel 4.43. Nilai <i>farmer's share</i> pada saluran pemasaran produk <i>green bean</i> di Desa Segamit .....	70
Tabel 4.44. Nilai <i>farmer's share</i> pada saluran pemasaran produk <i>roasted bean</i> di Desa Segamit .....	71
Tabel 4.45. Nilai <i>farmer's share</i> pada saluran pemasaran produk kopi bubuk di Desa Segamit .....	71
Tabel 4.46. Rasio keuntungan atas biaya setiap saluran pemasaran produk <i>green bean</i> di Desa Segamit.....	72
Tabel 4.47. Rasio keuntungan atas biaya setiap saluran pemasaran produk <i>roasted bean</i> di Desa Segamit.....	72
Tabel 4.48. Rasio keuntungan atas biaya setiap saluran pemasaran produk kopi bubuk di Desa Segamit.....	73
Tabel 4.49. Nilai efisiensi pemasaran produk <i>green bean</i> di Desa Segamit	74
Tabel 4.50. Nilai efisiensi pemasaran produk <i>roasted bean</i> di Desa Segamit .....	74
Tabel 4.51. Nilai efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran produk kopi bubuk di Desa Segamit .....	74



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model pendekatan secara diagramatik .....	16
Gambar 4.1. Saluran pemasaran produk <i>green bean</i> .....	52
Gambar 4.2. Saluran pemasaran produk <i>roasted bean</i> .....	53
Gambar 4.3. Saluran pemasaran I produk kopi bubuk.....	54
Gambar 4.4. Saluran pemasaran II produk kopi bubuk .....	54
Gambar 4.5. Saluran pemasaran III produk kopi bubuk .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Desa Segamit.....	81
Lampiran 2. Identitas responden petani kopi arabika di Desa Segamit.....	82
Lampiran 3. Biaya Penyusutan Parang Milik Petani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	83
Lampiran 4. Biaya Penyusutan Cangkul Milik Petani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	84
Lampiran 5. Biaya Penyusutan Arit Milik Petani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	85
Lampiran 6. Biaya Penyusutan Keranjang Panen Milik Petani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	86
Lampiran 7. Biaya Penyusutan <i>Knapsack Sprayer</i> Milik Petani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	87
Lampiran 8. Biaya Penyusutan Gembor 10L Milik Petani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	88
Lampiran 9. Biaya Penyusutan Drum Plastik Milik Petani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	89
Lampiran 10. Biaya Penyusutan Terpal 2x3 M Milik Petani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	90
Lampiran 11. Total Biaya Penyusutan Usahatani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	91
Lampiran 12. Total Biaya Pupuk Usahatani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	92
Lampiran 13. Total Biaya Pestisida Usahatani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	93
Lampiran 14. Biaya Tenaga Kerja Pemupukan Usahatani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	94
Lampiran 15. Biaya Tenaga Kerja Pengendalian HPT Usahatani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	95
Lampiran 16. Biaya Tenaga Kerja Pemanenan Usahatani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	96
Lampiran 17. Total Biaya Variabel Usahatani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	97
Lampiran 18. Total Penerimaan Usahatani Kopi Arabika di Desa Segamit.....	98

	Halaman
Lampiran 19. Total Pendapatan Usahatani Kopi Arabika di Desa Segamit .....	99
Lampiran 20. Biaya Bersama ( <i>Joint Cost</i> ) Produk Kopi .....	100
Lampiran 21. Biaya Penyusutan Produk <i>Green Bean</i> .....	101
Lampiran 22. Biaya Variabel Produk <i>Green Bean</i> .....	102
Lampiran 23. Biaya Penyusutan Produk <i>Roasted Bean</i> .....	103
Lampiran 24. Biaya Variabel Produk <i>Roasted Bean</i> .....	104
Lampiran 25. Biaya Penyusutan Produk Kopi Bubuk .....	105
Lampiran 26. Biaya Variabel Produk Kopi Bubuk.....	106
Lampiran 27. Penerimaan dan Pendapatan dari Masing-Masing Produk Kopi Arabika.....	107
Lampiran 28. Nilai Skoring Indikator Produk pada <i>Green Bean</i> .....	108
Lampiran 29. Nilai Skoring Indikator Harga pada <i>Green Bean</i> .....	109
Lampiran 30. Nilai Skoring Indikator Tempat pada <i>Green Bean</i> .....	110
Lampiran 31. Nilai Skoring Indikator Promosi pada <i>Green Bean</i> .....	111
Lampiran 32. Nilai Skoring Indikator Produk pada <i>Roasted Bean</i> .....	112
Lampiran 33. Nilai Skoring Indikator Harga pada <i>Roasted Bean</i> .....	113
Lampiran 34. Nilai Skoring Indikator Tempat pada <i>Roasted Bean</i> .....	114
Lampiran 35. Nilai Skoring Indikator Promosi pada <i>Roasted Bean</i> .....	115
Lampiran 36. Nilai Skoring Indikator Produk pada Kopi Bubuk.....	116
Lampiran 37. Nilai Skoring Indikator Harga pada Kopi Bubuk.....	117
Lampiran 38. Nilai Skoring Indikator Tempat pada Kopi Bubuk .....	118
Lampiran 39. Nilai Skoring Indikator Promosi pada Kopi Bubuk .....	119
Lampiran 40. Contoh Produk <i>Green Bean</i> yang diproduksi oleh KWT Jamiatullrahma Insani.....	120
Lampiran 41. Contoh Produk <i>Roasted Bean</i> yang diproduksi oleh KWT Jamiatullrahma Insani.....	121
Lampiran 42. Produk Kopi Bubuk kemasan 250gr yang diproduksi oleh KWT Jamiatullrahma Insani.....	122

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor perkebunan yang menyumbang devisa yang cukup besar. Kopi semakin menarik untuk dibicarakan karena semakin banyak penikmatnya. Menurut Kementerian Pertanian (2019) berdasarkan hasil SUSENAS, pada tahun 2018, tingkat konsumsi kopi bubuk di Indonesia sebesar 0,801 kg/kapita/tahun, sedang konsumsi kopi instan sebesar 0,905 kg/kapita/tahun. Produk kopi yang beraneka ragam juga menjadi daya tarik tersendiri bagi berbagai kalangan dan bahkan menjadikannya sebagai bagian dari gaya hidup. Hal ini didukung dengan bertambah banyaknya kedai lokal yang menjual kopi atau bahkan menjadikannya sebagai menu utama, yang menandakan bahwa kopi dapat menjadi bisnis yang potensial.

Di Indonesia, terdapat dua jenis kopi yang paling dikenal masyarakat, yaitu kopi robusta dan kopi arabika. Menurut Kementerian Pertanian (2019) Produksi kopi arabika di Indonesia hanya berkontribusi sebanyak 27,65% atau 184,86 ribu ton dari jumlah total produksi kopi Indonesia sebesar 668,68 ribu ton, sementara sisanya sebanyak 72,35% atau 483,82 ribu ton adalah jenis kopi robusta. Meski produksi kopi arabika jauh lebih sedikit dari kopi arabika, tapi kopi arabika sangat diminati oleh pecinta kopi. Rendahnya produksi kopi arabika ini juga disebabkan karena kopi arabika menghendaki tumbuh di daerah tinggi, sehingga petani lebih banyak membudidayakan kopi robusta yang dapat tumbuh di daerah yang tidak terlalu tinggi.

Muara Enim merupakan satu dari 3 Kabupaten dengan produksi kopi tertinggi di Sumatera Selatan selain Kabupaten OKU Selatan dan Kabupaten Lahat. Kopi juga menjadi salah satu dari 3 komoditas unggulan Kabupaten Muara Enim, dimana 2 lainnya adalah karet dan kelapa sawit. Kabupaten Muara Enim merupakan Kabupaten yang terdiri dari 20 kecamatan, produksi kopi pada Kabupaten Muara Enim ini tersebar di beberapa kecamatan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Muara Enim (2019) terdapat 14 dari 20 kecamatan yang menghasilkan kopi dari hasil perkebunan rakyat. Produksi kopi tertinggi terletak

di Kecamatan Semende Darat Laut, Tanjung Agung, dan Semende Darat Ulu. Rincian dari jumlah tersebut dapat dilihat di Tabel 1.1

Tabel 1.1. Luas areal perkebunan kopi dan hasil produksi kopi di berbagai Kecamatan di Kabupaten Muara Enim

Kecamatan	Luas Areal (ha)	Produksi (ton)
Semende Darat Laut	10.503	11.485
Tanjung Agung	7.186	8.079
<b>Semende Darat Ulu</b>	<b>2.941</b>	<b>2.986</b>
Semende Darat Tengah	2.370	2.816
Muara Enim	230	246
Lawang Kidul	185	198
Rambang Danguku	84	88
Lubai	51	55
Lubai Ulu	51	55
Gunung Megang	48	52
Belimbing	38	40
Gelumbang	25	27
Ujan Mas	10	10
Muara Belida	3	4
Rambang	-	-
Benakat	-	-
Lembak	-	-
Sungai Rotan	-	-
Kelekar	-	-
Belide Darat	-	-

Sumber : Badan Pusat Statistik Muara Enim, 2019

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Muara Enim (2019), ketiga daerah tersebut termasuk ke dalam golongan dataran tinggi, dan merupakan bagian dari rangkaian pegunungan Bukit Barisan. Kecamatan Semendo Darat Ulu dikenal sebagai penghasil kopi dengan kualitas yang baik dan menjadikannya sebagai komoditi ekspor di beberapa perusahaan ekspor.

Desa Segamit merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Semende Darat Ulu yang sebagian besar masyarakatnya menjadikan kopi sebagai sumber pendapatan utama. Selain membudidayakan tanaman Kopi Arabika, Desa Segamit juga menghasilkan serta memasarkan produk olahan berupa *Green Bean*, *Roasted Bean* dan kopi bubuk yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Jamiatullrahma Insani.

Menurut Sunyoto (2012) pemasaran merupakan kegiatan yang meliputi pembuatan rencana, penentuan harga, promosi serta pendistribusian barang atau jasa. Dalam pendistribusian produk, produsen memerlukan lembaga pemasaran lainnya yang akan membentuk saluran pemasaran yang dapat membantu menjangkau pasar. Setiap lembaga pemasaran juga akan terdapat selisih harga atau disebut juga margin pemasaran yang juga mempengaruhi bagian yang diterima oleh petani. Tinggi rendahnya margin pemasaran dapat disebabkan oleh besarnya biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran atau banyaknya keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga. Keuntungan yang diperoleh setiap lembaga hendaknya merata.

Selama memasarkan produk, tentu produsen harus memperhatikan elemen yang dapat mencapai tujuan dalam pemasaran, yang mana setiap elemen tersebut terbentuk menjadi bauran pemasaran. Setiap elemen dari bauran pemasaran diharapkan dapat memberikan dampak positif kepada konsumen. Hasil penelitian Hermawan (2015) menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan dan kepuasan konsumen.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pemasaran Produk Kopi Arabika di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang menarik untuk diteliti yaitu:

1. Bagaimana saluran pemasaran produk Kopi Arabika di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim?
2. Bagaimana bauran pemasaran produk kopi arabika di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, rasio keuntungan dan bagian yang diterima petani (*Famer's Share*) di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis saluran pemasaran produk Kopi Arabika di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim.
2. Menganalisis bauran pemasaran produk kopi arabika di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, rasio keuntungan dan bagian yang diterima petani (*Famer's Share*) di Desa Segamit Kecamatan Semendo Darat Ulu Kabupaten Muara Enim.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan informasi, menambah pengetahuan, dan sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat, pihak-pihak yang menjalani usahatani kopi arabika, pelaku usaha produk kopi arabika serta pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan dan kebijakan guna memasarkan produk, atau menjadi bahan pertimbangan dan pustaka bagi penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I.W. Nocianitri, K.A. dan Yusasrini, N.L.A., 2015. *Kajian Kandungan Kafein Kopi Bubuk, Nilai pH, dan Karakteristik Aroma dan Rasa Seduhan Kopi Jantan (Pea berry coffe) dan Betina (Flat beans coffe) Jenis Arabika dan Robusta*. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Udayana.
- Assauri, S., 2004. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta : PT. Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik Muara Enim. 2019. *Kabupaten Muara Enim dalam Angka 2019*.
- Ferry, Y. Supriadi, H. Ibrahim, M.S.D., 2015. *Teknologi Budidaya Tanaman Kopi Aplikasi Pada Perkebunan Rakyat*. Jakarta : Indonesian Agency for Agricultural Research and Development (Iaard) Press.
- Haryani, D. dan Mulyaqin, T., 2013. *Kajian Analisis Margin Pemasaran dan Integrasi Pasar Gabah / Beras di Provinsi Banten*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Banten.
- Hendrata, A.A., 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kopi Cap Keluarga di Kota Kotamobagu Sulawesi Utara*. Skripsi (Dipublikasikan). Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Pertanian Bogor.
- Hermawan, H., 2015. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceria di Jember*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol.1 No.2.
- Kotler, P. dan Keller, K.L., 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Nurdiani, N., 2014. *Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan*. Jurnal. Comtech Vol. 5 No. 2 Desember 2014: 1110-1118. Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Bina Nusantara.
- Purnama, I.D.O., Nyoman P., dan Sarjana, I.D.G.R., 2012. *Sistem Pemasaran Kopi Bubuk Sari Buana pada UD. Mega Jaya*. E-Journal Agribisnis dan Agrowisata ISSN: 2301-6523 Vol. 1, No. 1, Juli 2012.
- Rahardjo, P., 2012. *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Saragih, W.A., 2016. *Analisis Efisiensi Pemasaran Jambu Kristal di Desa Cikarawang Kecamatan Dramaga, Bogor*. Skripsi (Dipublikasikan). Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Pertanian Bogor.



- Sulistyaningtyas. A.R., 2017. *Pentingnya Pengolahan Basah (Wet Processing) Buah Kopi Robusta (Coffea robusta Lindl. ex. de. Will) Untuk Menurunkan Resiko Kecacatan Biji Hijau Saat Grading Coffee*. Prosiding Seminar Nasional Publikasi Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat : Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Sunyoto, D., 2012. *Dasar–Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supermini, N. L. G., 2013. *Identifikasi Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Bubuk Pada Perusahaan Mutiara*. Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.
- Usman, M., 2016. *Analisis Pengaruh Beberapa Faktor Terhadap “Farmer Share” Pada Sistem Pemasaran Kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah Provinsi Aceh*. Jurnal. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Unsyiah.
- Wahyudi, T.S., 2017. *Analisis Pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Banding Agung Kabupaten Oku Selatan*. Skripsi (Dipublikasikan). Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Pertanian Bogor.