

SKRIPSI

**ANALISIS FUNGSI PEMASARAN DAN SALURAN
PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI DESA RINDU HATI
KECAMATAN GUMAY ULU KABUPATEN LAHAT**

***ANALYSIS OF MARKETING FUNCTIONS AND MARKETING
CHANNEL OF ROBUSTA COFFEE IN RINDU HATI VILLAGE
GUMAY ULU DISTRICT LAHAT SOUTH SUMATERA***



Tri Novita Sari

05011281823050

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

SUMMARY

TRI NOVITA SARI. Analysis of Marketing Functions and Marketing Channel of Robusta Coffee in Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat South Sumatera (dibimbing oleh **LIFIANTHI**).

Lahat Regency is one of the largest coffee producers in Indonesia, which is precisely located in South Sumatra Province. Coffee is one of the plantation commodities which has an important role in economic activity in Indonesia. Coffee is a plantation crop that has been cultivated for a long time and is a commodity that makes a positive contribution to the trade balance for agricultural commodities. The objectives of this study are (1) to describe the marketing process and the function of the robusta coffee marketing channel in Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat, 2) to analyze the marketing margins and marketing benefits of the robusta coffee marketing channel Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat, 3) Analyzing the efficiency of robusta coffee marketing channels Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat. Data collection was carried out in February 2022 in Rindu Hati Village. Determination of the sample in this study using a simple random sampling method, namely by tracing the robusta coffee channel in the research area. The total number of samples is 35 sample farmers and 7 marketing institutions. The data taken in this study include primary data and secondary data. The results showed that the marketing channel for robusta coffee in Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat used three marketing channels, namely: I) Farmers – Consumers, II) Farmers – Wholesalers – Consumers, and III) Farmers – Collectors – Wholesalers – Consumers . The marketing margin for marketing channel II is Rp3.000 and the marketing margin for marketing channel III is Rp2.000. Marketing efficiency in marketing channel I is 1,76 percent and marketing efficiency in marketing channel is 7,63 percent. Based on the efficiency values in both marketing, it can be concluded that the marketing channel for robusta coffee in Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat is efficient.

Keyword: efficiency, marketing channel, robusta coffee

RINGKASAN

TRI NOVITA SARI. Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat (dibimbing oleh **LIFIANTHI**).

Kabupaten Lahat merupakan salah satu penghasil kopi terbesar di Indonesia yang tepatnya terletak di Provinsi Sumatera Selatan. Kopi termasuk salah satu komoditi hasil perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan merupakan komoditas yang memberikan kontribusi positif bagi neraca perdagangan komoditas pertanian. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mendeskripsikan fungsi pemasaran dan saluran pemasaran kopi robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat, 2) Menganalisis margin pemasaran dan keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran kopi robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat, 3) Menganalisis efisiensi saluran pemasaran kopi robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat. Pengambilan data dilakukan pada bulan Februari 2022 di Desa Rindu Hati. Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *simple random sampling* yaitu dengan menelusuri saluran kopi robusta di daerah penelitian. Adapun jumlah keseluruhan sampel yaitu sebanyak 35 petani contoh dan 7 lembaga pemasaran. Data yang diambil dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran kopi robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat menggunakan tiga saluran pemasaran yaitu: I) Petani – Konsumen, II) Petani – Pedagang Besar – Konsumen, dan III) Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Konsumen. Besar margin pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp3.000 dan margin pemasaran pada saluran pemasaran III sebesar Rp2.000. Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 1,76 persen dan efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran yaitu sebesar 7,63 persen. Berdasarkan nilai efisiensi dikedua pemasaran tersebut maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran kopi robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat sudah efisien.

Kata kunci: efisiensi, kopi robusta, saluran pemasaran

SKRIPSI

**ANALISIS FUNGSI PEMASARAN DAN SALURAN
PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI DESA RINDU HATI
KECAMATAN GUMAY ULU KABUPATEN LAHAT**

***ANALYSIS OF MARKETING FUNCTIONS AND MARKETING
CHANNELS OF ROBUSTA COFFEE IN RINDU HATI VILLAGE
GUMAY ULU DISTRICT LAHAT REGENCY***

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



Tri Novita Sari

05011281823050

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

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS FUNGSI PEMASARAN DAN SALURAN PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI DESA RINDU HATI KECAMATAN GUMAY ULU KABUPATEN LAHAT

SKRIPSI

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


Oleh:

Tri Novita Sari
05011281823050

Indralaya, Juli 2022
Pembimbing


Dr. Ir. Lifianthi, M.Si.
NIP. 196806141994012001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian


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



Skripsi dengan judul “Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat” oleh Tri Novita Sari telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 17 Juni 2022 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Dr. Ir. Lifianthi, M.Si
NIP. 196806141994012001

Ketua

(.....)

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

Sekretaris

(.....)

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


Anggota

(.....)

ILMU ALAT PENGABDIAN

Indralaya, Juli 2022
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian




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

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tri Novita Sari

NIM : 05011281823050

Judul : Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumau Ulu Kabupaten Lahat.

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

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



Indralaya, Juli 2022



Tri Novita Sari

RIWAYAT HIDUP

Penulis dari skripsi bernama Tri Novita Sari dan sering dipanggil Novi. Penulis lahir di Lahat pada tanggal 22 November 2000. Penulis ini merupakan anak dari keluarga Bapak Suharto dan Ibu Supatmi. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara.

Riwayat pendidikan penulis diawali dengan menyelesaikan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2012 di SD Negeri 12 Lahat. Penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Lahat yang kemudian lulus pada tahun 2015. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang tingkat SMA dengan mengeyam pendidikan di SMA Negeri 4 Lahat dan dinyatakan lulus dari SMA pada tahun 2018.

Setelah menyelesaikan pendidikan SMA, pada tahun 2018 penulis dinyatakan lulus dan melanjutkan pendidikan sebagai mahasiswa aktif di Universitas Sriwijaya Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis di kampus Indralaya.

Penulis merupakan salah satu anggota aktif dari Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) regional Indralaya sebagai Staff Biro Danus.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat". Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, keselamatan, kelancaran, serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan, motivasi, dan materi selama proses perkuliahan dan pada tahap menyelesaikan tugas akhir perkuliahan.
3. Keluarga besar penulis yang juga memberikan dukungan, doa, dan semangat.
4. Ibu Dr. Ir. Lifianthi, M.Si. selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, motivasi, masukan yang bersifat membangun, meluangkan waktu serta selalu sabar kepada penulis agar semangat dalam menyelesaikan skripsi.
5. Tim penguji Terimakasih sudah memberikan saran, masukan, kritik yang membangun agar skripsi ini lebih baik.
6. Seluruh jajaran staff akademik di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya baik di Indralaya maupun Palembang yang telah bersedia membantu mengurus berkas selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Keluarga pinus yang banyak membantu semasa penelitian dan memberikan masukan yang membangun untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Sahabat saya Frilia, Dhini, Dinda, Salsa, Alda, dan Tasya yang menjadi penyemangat untuk Bersama-sama dapat lulus dari bangku kuliah masing-masing.
10. Teman-teman Kc yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang banyak membantu semasa penelitian dan memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

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

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

Indralaya, Juli 2022

Tri Novita Sari

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan.....	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	5
2.1. Konsepsi Tanaman Kopi	5
2.1.1. Kopi Arabika (<i>Coffea arabica</i> L.)	6
2.1.1. Kopi Rpbusta (<i>Coffea canephora</i> L.)	7
2.2. Karakteristik Kopi Robusta.....	8
2.3. Konsepsi Pemasaran.....	9
2.4. Konsepsi Lembaga Pemasaran.....	11
2.4.1. Petani.....	12
2.4.2. Pedagang Pengumpul	12
2.4.3. Pedagang Besar	12
2.5. Konsepsi Saluran Pemasaran	12
2.6. Konsepsi Fungsi Pemasaran.....	13
2.7. Konsepsi Marjin Pemasaran.....	15
2.8. Konsepsi Efisiensi Pemasaan.....	16
2.9. Model Pendekatan.....	18
2.10. Hipotesis.....	18
2.11. Batasan-Batasan	19
BAB 3. PELAKSANAAN KEGIATAN	21
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2. Metode Penelitian.....	21

	Halaman
3.3. Metode Pengumpulan Data	21
3.4. Metode Pengambilan Contoh.....	22
3.5. Metode Analisis Data	22
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1. Keadaan Umum Desa Rindu Hati	24
4.1.1. Letak Geografis dan Batas Wilayah Administrasi	24
4.1.2. Sebaran Penduduk.....	24
4.1.3. Sarana dan Prasarana.....	25
4.2. Karakteristik Responden Petani	26
4.2.1. Umur Petani	26
4.2.2. Tingkat Pendidikan Petani	28
4.2.3. Kepemilikan Lahan	29
4.3. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran.....	29
4.3.1. Pedagang Pengumpul	29
4.3.2. Pedagang Besar	30
4.4. Kegiatan Lembaga Pemasaran	30
4.4.1. Kegiatan di Tingkat Pedagang Pengumpul	30
4.4.2. Kegiatan di Tingkat Pedagang Besar	31
4.5. Fungsi Pemasaran pada Kopi Robusta.....	31
4.5.1. Fungsi Pertukaran.....	32
4.5.2. Fungsi Fisik.....	33
4.5.3. Fungsi Fasilitas.....	34
4.6. Analisis Pemasaran Usahatani Kopi Robusta	34
4.6.1. Analisis Saluran Pemasaran	36
4.6.2. Analisis Margin Pemasaran.....	37
4.6.3. Analisis Biaya dan Keuntungan Pemasaran.....	41
4.6.4. Analisis Biaya dan Keuntungan Pemasaran.....	42
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	43
5.1. Kesimpulan	43
5.2. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Sentra Produksi Kopi Robusta Indonesia Tahun 2017-2021	1
Tabel 1.2. Sentra Produksi Kopi Robusta Sumatera Selatan Tahun 2016-2021	2
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Rindu Hati Tahun 2020.....	25
Tabel 4.2. Sarana dan Prasarana di Desa Rindu Hati.....	25
Tabel 4.3. Umur Responden Petani Kopi Robust di Desa Rindu Hati	27
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	28
Tabel 4.5. Jumlah Petani Berdasarkan Kepemilikan Lahan	29
Tabel 4.6. Fungsi Pertukaran pada Setiap Lembaga Pemasaran.....	32
Tabel 4.7. Fungsi Fisik pada Setiap Lembaga Pemasaran	32
Tabel 4.8. Fungsi Fasilitas pada Setiap Lembaga Pemasaran.....	33
Tabel 4.9. Margin Pemasaran pada Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati	36
Tabel 4.10. Biaya Pemasaran Kopi Robusta pada Pedagang Pengumpul....	38
Tabel 4.11. Biaya Pemasaran Kopi Robusta pada Pedagang Besar.....	39
Tabel 4.12. Total Biaya Pemasaran pada Setiap Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati	40
Tabel 4.13. Margin Keuntungan Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati	41
Tabel 4.15. Efisiensi Pemasaran pada Setiap Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Bagan Model Pendekatan Diagramatik.....	18
Gambar 4.1. Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat	48
Lampiran 2. Identitas Responden Petani Kopi Robusta di Desa Rindu Hati	49
Lampiran 3. Identitas Responden Pedagang Kopi Robusta di Desa Rindu Hati	50
Lampiran 4. Harga Jual dan Volume Penjualan Petani Kopi pada Saluran I di Desa Rindu Hati.....	51
Lampiran 5. Harga Jual dan Volume Penjualan Petani Kopi pada Saluran II di Desa Rindu Hati	52
Lampiran 6. Harga Jual dan Volume Penjualan Petani Kopi pada Saluran III di Desa Rindu Hati	53

BIODATA

NAMA/NIM : Tri Novita Sari/05011281823050
Tempat/tanggal lahir : Tanjung Tebat/22 November 2000
Tanggal Lulus : 28 Juli 2022
Fakultas : Pertanian
Judul : Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat
Dosen Pembimbing Skripsi : Dr. Ir. Lifianthi, M.Si.
Pembimbing Akademik : Dr. Ir. Lifianthi, M.Si.

Analisis Fungsi Pemasaran dan Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat

Analysis of Marketing Functions and Marketing Channel of Robusta Coffee in Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat South Sumatera

Tri Novita Sari¹, Lifianthi²

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

Abstract

Lahat Regency is one of the largest coffee producers in Indonesia, which is precisely located in South Sumatra Province.. The objectives of this study are (1) to describe the marketing process and the function of the robusta coffee marketing channel in Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat, 2) to analyze the marketing margins and marketing benefits of the robusta coffee marketing channel Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat, 3) Analyzing the efficiency of robusta coffee marketing channels Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat. Data collection was carried out in February 2022 in Rindu Hati Village. Determination of the sample in this study using a purposive sampling method, namely by tracing the robusta coffee channel in the research area. The total number of samples is 35 sample farmers and 7 marketing institutions. The data taken in this study include primary data and secondary data. The results showed that the marketing channel for robusta coffee in Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat used three marketing channels, namely: I) Farmers – Consumers, II) Farmers – Wholesalers – Consumers, and III) Farmers – Collectors – Wholesalers – Consumers . The marketing margin for marketing channel II is Rp3.000 and the marketing margin for marketing channel III is Rp2.000. Marketing efficiency in marketing channel I is 1,76 percent and marketing efficiency in marketing channel is 7,63 percent. Based on the efficiency values in both marketing, it can be concluded that the marketing channel for robusta coffee in Rindu Hati Village Gumay Ulu District Lahat is efficient.

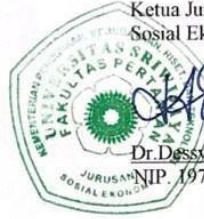
Keywords: efficiency, marketing channel, robusta coffee

Indralaya, Juli 2022
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Pembimbing,



Dr. Ir. Lifianthi, M.Si.
NIP.196806141994012001



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

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi adalah salah satu komoditas perkebunan yang menjadi penggerak perekonomian di Indonesia dengan memiliki nilai ekspor sejak lama. Selain sebagai sumber penghasilan rakyat, kopi juga menjadi sumber lapangan kerja dan sumber devisa Negara (Ariyanti, *et al.*, 2019). Komoditas kopi mempunyai prospek yang cukup cerah di masa mendatang, hal ini terutama dilihat dari prospek pasar yang cenderung meningkat sehingga memberikan peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan pangsa pasar ekspor kopi baik jenis spesialti maupun produk olahan kopi (Kusmiati *et al.*, 2015).

Tanaman kopi yang dibudidayakan di Indonesia terdiri dari dua jenis, yaitu Kopi Robusta dan Arabika. Jenis tanaman kopi yang banyak diperdagangkan di Indonesia dan memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi yaitu Robusta dan Arabika. Kualitas dari citra rasa Kopi Arabika lebih baik dari Robusta, namun budidaya tanaman kopi Arabika lebih rentan terkena penyakit tanaman. Oleh karena itu, luas areal pertanaman kopi dan produksi kopi terbesar di Indonesia adalah Kopi Robusta (Sari, 2019).

Tabel 1.1. Sentra Produksi Kopi Robusta Indonesia Tahun 2017 – 2021

Provinsi	Tahun					Rata-rata	Share (%)
	2017	2018	2019	2020*)	2021**)		
Sumsel	184.166	193.507	191.081	191.081	188.760	189.719	25,93
Lampung	107.219	110.597	117.111	118.149	113.749	113.365	15,48
Bengkulu	58.971	60.346	62.567	62.704	62.889	61.497	8,40
Jatim	64.711	64.529	49.157	48.498	48.675	22.640	3,09
Jateng	17.196	23.686	24.732	24.922	25.136	19.695	2,69
Prov.	285.699	303.386	307.863	426.636	317.295	325.175	44,41
Lainnya							
Indonesia	717.962	756.051	752.511	753.941	765.415	732.091	100,00

Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan, diolah Pusdatin

Keterangan:

*) : Angka Sementara

***) : Angka Estimasi

Berdasarkan data pada Tabel 1.1. diatas, sentra produksi kopi robusta perkebunan rakyat di Indonesia pada periode 2017-2021 terdapat di lima provinsi sentra dengan total *share* mencapai 88,93% dari total produksi kopi robusta Indonesia. Provinsi Sumatera Selatan merupakan provinsi dengan kontribusi produksi kopi robusta paling tinggi yaitu sebesar 25,93% atau produksi kopi robusta rata-rata mencapai 189,76 ribu ton. Provinsi Lampung dan Bengkulu di urutan kedua dan ketiga dengan share produksi rata-rata 15,48% dan 8,40% atau produksi rata-rata 113,3 ribu ton dan 61,4 ribu ton.

Tabel 1.2. Sentra Produksi Kopi Robusta Sumatera Selatan Tahun 2017-2021

Provinsi	Jumlah Produksi 5 Thn Terakhir (Ton)	Rata-rata (Per Thn)	Share (%)
OKU Selatan	235.637	47.127	25,52
Empat Lawang	202.117	40.423	21,89
Muara Enim	128.831	25.766	13,97
Lahat	103.978	20.795	11,26
Pagaralam	145.271	29.054	15,73
Kab. Lainnya	116.339	23.267	12,60
Sumsel	923.173	184.634	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan, 2021

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

Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam sistem agribisnis. Jika mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Pemasaran juga memiliki peran penting dalam usaha pertanian.

Aktivitas pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap harga pasar.

Sistem pemasaran biji kopi robusta yang baik akan mengalirkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan memberi indikasi tentang perubahan penawaran dan permintaan biji kopi robusta kepada produsen. Bagian yang diterima oleh produsen biji kopi robusta akan meningkat dengan sistem pemasaran biji kopi robusta yang baik. Hal ini dapat dikaji melalui besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan margin pemasaran biji kopi robusta.

Dalam proses penyebaran kopi robusta dari sentra produksi ke konsumen akhir melibatkan lembaga pemasaran, sehingga mengakibatkan lembaga pemasaran berusaha memperoleh keuntungan. Besar kecilnya keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat akan berpengaruh terhadap margin pemasaran kopi robusta. Saluran pemasaran merupakan bagian dari keseluruhan jaringan penghantar nilai pelanggan.

Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu adalah salah satu daerah penghasil kopi di Kabupaten Lahat. Kopi yang diproduksi adalah kopi petik merah yang menjadi minat para pencinta kopi karena memiliki cita rasa yang unik dan memiliki harga jual yang tinggi.

Pemasaran kopi robusta di Desa Rindu Hati Kecamatan Gumay Ulu terdapat beberapa pola dan melibatkan beberapa lembaga pemasaran didalamnya. Lembaga pemasaran ini dalam melakukan kegiatannya masing-masing akan menciptakan nilai guna (*utility*) kopi. Adanya lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran kopi robusta seperti tengkulak, pedagang pengumpul, dan pedagang besar secara langsung akan mempengaruhi efisiensi saluran pemasaran yang mereka gunakan.

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

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

1.3. Tujuan Penelitian

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

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

1.4. Kegunaan Penelitian

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

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

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Prasetyo. 2008. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta. Skripsi Jurusan Ekonomi Islam STAIN Surakarta- Sem Institute Yogyakarta.
- Amin, M. M., M. Harisudin dan Setyowati. 2016. Analisis margin pemasaran temulawak di Kabupaten Wonogiri. *J. Agrista*. 4 (3) : 550 – 559.
- Angipora. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kedua. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arif, M. C.W, M. Tarigan ,R. Saragih dan F. Rahmadani. 2011. Budidaya Kopi Konservasi. Conservation International Indonesia. Jakarta.
- Ariyanti W, Any Suryantini, dan Jamhari. 2019. Usahatani Kopi Robusta di Kabupaten Tanggamus: Kajian Strategi Pengembangan Agribisnis. *Kawistara*. 9(2):179- 191.
- Backer, C.A., Bakhuizen van den Brink Jr, R.C., 1968, *Flora of Java 3*, Noordhoff, Groningen, pp, 35-38.
- Chandra, D., Dyah, A. H. L., dan Suriaty, S. 2013. Prospek Perdagangan Kopi Robusta Indonesia Di Pasar Internasional. *JIIA*, 1 (1), 10-15.
- Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: Bumi Aksara.
- Da Matta F. M. 2011. Exploring drought tolerance in coffee: a physiological approach with some insights for plant breeding. *Plant Physiol*. 16(1):1-6.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2014. Statistik perkebunan Indonesia (kopi) 2013-2015. Jakarta (ID) : Ditjenbun.
- Najiyati, S., & Danarti. 2012. Kopi, Budidaya dan Penanganan Lepas Panen. Penebar Swadaya.
- Nurulita, S., Ratna, W.A., dan Siti, J. 2014. Analisis Daya saing Dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia* 2(1): 63-74
- Khaswarina, S., Kusumawaty, Y., & Eliza, E. 2019. Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Bahan Olahan Karet Rakyat (Bokar) di Kabupaten Kampar. *Unri Conference Series: Agriculture and Food Security*, 1, 88–97.
- Kotler dan Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kusmiati, A., dan Devi, Y. N. 2015. Kelayakan Finansial Usahatani Kopi Arabika dan Prospek Pengembangannya Di Ketinggian Sedang. *Agriekonomika*, 4, (2), 221-134.
- Panggabean, E. 2011. Buku Pintar Kopi Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran. Jakarta: PT Agro Media Pustaka

- Rahardjo, Pudji. 2012. *Kopi Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika Dan Robusta*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rukka, Rusli Mohammad. 2011. *Buku Ajar Kewirausahaan-1*. Lembaga Kajian Dan Pengembangan Pendidikan: Universitas Hasanuddin
- Sari, M. Y. 2019. *Isolasi Asam Klorogenat Dari Ekstrak Air Biji Kopi Robusta (Coffea Canephora)*.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran (Edisi 1)*. Malang: UB Press.
- Suarda. 2009. *Saluran Pemasaran Sapi Potong di Sulawesi Selatan*. *Jurnal Sains& Teknologi*. Vol IX (2), Agustus 2009.
- Sudarka, W., Sarwadana, S.M. Wijana, I.G., Pradnyawati, M.N. 2009. *Pemuliaan Tanaman*. Bali: Universitas Udayana.
- Tjitrosoepomo, G. 2005. *Morfologi Tumbuhan*. Yogyakarta: UGM-Press.
- Van Steenis. 2008. *Flora*. Cetakan ke-12. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Wowiling, C. C., Pangemanan, L. R. J., & Dumais, J. N. K. 2019. *Analisis Pemasaran Jagung Di Desa Dimembe Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara*. *Agri-sosioekonomi*, 14(3), 305.

