

NOMI
AN

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN
DAN ELASTISITAS HARGA TERHADAP KONSUMSI KOPI
TINGKAT RUMAH TANGGA DI DESA SIPATUHU
KECAMATAN BANDING AGUNG
OKU SELATAN**

Oleh
HERNATA NURMAYA



80508
922

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

INDRALAYA

2006

338.107
Nur
a
2006



**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN
DAN ELASTISITAS HARGA TERHADAP KONSUMSI KOPI
TINGKAT RUMAH TANGGA DI DESA SIPATUHU
KECAMATAN BANDING AGUNG
OKU SELATAN**

R 15436
1.15858

Oleh
HERNATA NURMAYA



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

INDRALAYA

2006

SUMMARY

HERNATA NURMAYA H. The Analyze of Marketing Efficiency and Price Elasticity Toward Household Level Coffee Consumption In Sipatuhu Village Banding Agung District (Supervised by MARYATI MUSTOFA and IDHAM ALAMSYAH).

The objectives of this research are to describe market structure and marketing attitude, to analyze marketing efficiency level in each marketing institution observed by farmer share and tataniaga institution, margin are marketing income and total cost ratio calculation and selling price, to analyze the different of elasticity influence and price change elasticity and price change influence toward coffee consumption in household level in Sipatuhu Village, Banding Agung District, South OKU.

Data collection were carried out in Juni 2005 in Sipatuhu Village Banding Agung District, South OKU Regency. The method used in this research is survey method. Data were collected consist of primer data and secuder data.

The result of research can be showed that market structure in farmer level, collecting merchant and big merchant are perfect competition market. Marketing attitude observed from mastering toward product transaction and consumer is not mastered by others. Meanwhile deciding of price is not mastered by others. Marketing function was done by farmer, collecting merchant and big merchant have differences those are merchant carry out financing do not carry out financing function whereas farmer do not. Merchant and farmer do not carry out standardisation function and grading for.

The average of farmer's share is 86,11%. The average of collection merchant is 94,39%, meanwhile the merchant is 100%. The average of marketing income is Rp523.607,15/kg meanwhile in merchant level is Rp450/kg and the total marketing income is Rp2.304.526,963/bln. Total cost ratio and selling price for merchant has efficient with average total cost ratio and selling price is 2,35%. For the merchant has efficient too with average of ratio and selling price is 6,11%.

The analyze of price elasticity based on price change of demand (consumption) for pure coffee. Pinang coffee and ginseng coffee is not elastic, it's mean the price change does not influence coffee consumption in household level, or coffee market expansion on demand for pinang pure in 2004 and 2005 is not elastic. For ginseng-pure, pinang-ginseng in 2004 and 2005 is not elastic.

RINGKASAN

HERNATA NURMAYA H. Analisis Efisiensi Pemasaran dan Elastisitas Harga Terhadap Konsumsi Kopi Tingkat Rumah Tangga Di Desa Sipatuhu Kecamatan Banding Agung OKU Selatan (Dibimbing oleh MARYATI MUSTOFA HAKIM dan IDHAM ALAMSYAH).

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan struktur pasar dan perilaku pemasaran, menganalisis tingkat efisiensi pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran dilihat *share* petani dan lembaga tataniaga, margin dan keuntungan pemasaran, dan perhitungan ratio biaya total dan nilai penjualan, menganalisis elastisitas pengaruh perbedaan dan pengaruh perubahan harga terhadap konsumsi kopi tingkat rumah tangga di Desa Sipatuhu Kecamatan Banding Agung OKU Selatan.

Pengumpulan data di lapangan dilakukan pada bulan Juni 2005 Di Desa Sipatuhu Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Survey. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder.

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa struktur pasar di tingkat petani, pedagang pengumpul dan pedagang besar adalah pasar persaingan sempurna. Perilaku pemasaran dilihat dari penguasaan terhadap produk, transaksi dan konsumen, penguasaan harga tidak dikuasai oleh pihak manapun. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani, pedagang pengumpul dan pedagang besar memiliki sedikit perbedaan yaitu masing-masing pedagang melakukan fungsi

pembiayaan sedangkan petani tidak melakukan. Masing-masing pedagang dan petani tidak melakukan fungsi standarisasi dan grading. Untuk fungsi pemasaran yang lain mereka sama-sama melakukan.

Rata-rata *farmer's share* adalah 86,11%. Rata-rata *Share* pedagang pengumpul adalah 94,39%, sedangkan rata-rata *share* pedagang besar adalah 100%. Rata-rata margin pemasaran di tingkat pedagang pengumpul adalah Rp391,67/kg dan rata-rata total keuntungan pemasaran adalah Rp523.607,10/kg. Sedangkan rata-rata margin pemasaran di tingkat pedagang Rp450/kg dan total keuntungan pemasaran Rp2.304.526,963/bln. Ratio total biaya dan nilai penjualan untuk pedagang pengumpul sudah efisien dengan rata-rata ratio biaya total dan nilai penjualannya adalah 2,53%. Untuk pedagang juga sudah efisien dengan rata-rata ratio biaya total dan nilai penjualan adalah 6,11%

Analisis elastisitas harga berdasarkan perubahan harga atas permintaan (konsumsi) untuk kopi murni, kopi pinang dan kopi ginseng adalah tidak elastis artinya perubahan harga tidak mempengaruhi konsumsi kopi tingkat rumah tangga. Atau perluasan pasar kopi untuk tujuan konsumen sudah jenuh. Elastisitas harga berdasarkan perbedaan harga atas permintaan untuk kopi murni-pinang tahun 2005 dan 2004 adalah elastis. Untuk kopi murni-ginseng, pinang-ginseng tahun 2004 dan 2005 adalah tidak elastis.

Kesabaran adalah senjata yang ampuh dalam

Menghadapi kehidupan

Hidup mempunyai kesusahar.-kesusahan

Sendiri

Kupersembahkan untuk :

- *Kedua orang tuaku yang terkasih*
- *Keenam saudaraku atas doa dan bantuannya*
- *Sahabat sejatiku jakson yang selalu menemani dan mendukungku.*

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN
DAN ELASTISITAS HARGA TERHADAP KONSUMSI KOPI
TINGKAT RUMAH TANGGA DI DESA SIPATUHU
KECAMATAN BANDING AGUNG
OKU SELATAN**

Oleh
HERNATA NURMAYA H

SKRIPSI

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

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

INDRALAYA

2006

Skripsi
ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN
DAN ELASTISITAS HARGA TERHADAP KONSUMSI KOPI
TINGKAT RUMAH TANGGA DI DESA SIPATUHU
KECAMATAN BANDING AGUNG
OKU SELATAN

Oleh
HERNATA NURMAYA H
05013104020

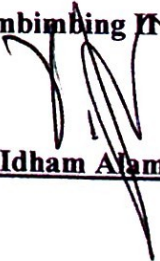
telah diterima sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

Pembimbing I



Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si

Pembimbing II



Ir. Idham Alamsyah, M.Si

Indralaya, 30 Mei 2006

Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya
Dekan



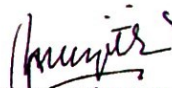
Dr. Ir. Imron Zahri, M.Si

NIP. 130 516 530

Skripsi berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran dan Elastisitas Harga Terhadap Konsumsi Kopi Tingkat Rumah tangga di Desa Sipatuhu Kecamatan Banding Agung OKU Selatan” oleh Hernata Nurmaya H telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 11 April 2006.

Komisi Penguji

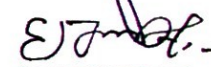
1. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si.

Ketua (..........)

2. Ir. Idham Alamsyah, M.Si

Sekretaris (..........)

3. Ir. Elisa Wildayana, M.Si

Anggota (..........)

4. Riswani, S.P., M.Si

Anggota (..........)

Mengetahui

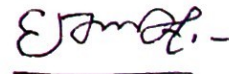
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi
Pertanian



Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si
NIP 131 269 263

Mengesahkan

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Elisa Wildayana, M.Si
NIP 131 691 050

PERNYATAAN

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

Indralaya, 30 Mei 2006

Yang membuat pernyataan



Hernata Nurmaya H

RIWAYAT HIDUP

HERNATA NURMAYA H. Penulis dilahirkan di Laguboti Sumatera Utara pada tanggal 28 Januari 1981, merupakan anak ke lima dari tujuh bersaudara dari pasangan W. Hutahaean dan E. Pangaribuan.

Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Laguboti di selesaikan pada tahun 1993, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Laguboti pada tahun 1996 dan Sekolah Menengah Umum di SMU Negeri 1 Laguboti pada tahun 1999.

Terdaftar sebagai mahasiswa pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Sriwijaya dengan Program Studi Agribisnis pada tahun 2001 melalui Ujian Masuk Perguruan Tinggi (UMPTN).

Penulis telah melakukan praktek lapangan mengenai “Tinjauan Budidaya Tanaman Lidah Buaya (*Aloe vera*) Petani Plasma PT Keong Nusantara Abadi di Desa Bumisari Kecamatan Natar Lampung Selatan” pada Agustus sampai Desember 2004.

KATA PENGANTAR

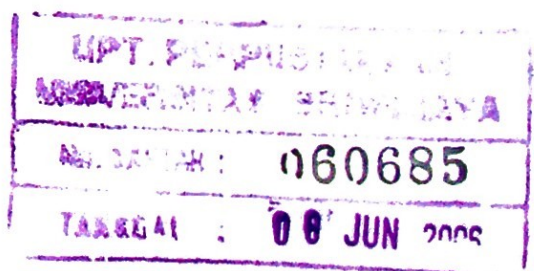
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan, karena rahmat dan perlindunganNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Efisiensi Pemasaran Dan Elastisitas Harga Terhadap Konsumsi Kopi Tingkat Rumah Tangga Di Desa Sipatuhu Kecamatan Bnding Agung OKU Selatan". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua yang kukasihi atas cinta dan kasih sayangnya selama ini
2. Dosen pembimbing Ibu Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si dan Bapak Ir. Idham Alamsyah, M.Si yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sejak awal perencanaan sampai selesainya penulisan skripsi ini
3. Dosen penguji Ir. Elisa Wildayana, M.Si dan Riswani, S.P., M.Si atas semua masukannya.
4. Saudara-saudaraku yang terkasih (B'Tasman, B'Jakson, K'Marta, K'Suryati, Rikardo, Junita) terimakasih atas dukungan dan doanya.
5. Jakson yang selalu menyemangatiku
6. Melva, Rosmina, Marsel, Hendra, Leroy, Bastian yang selalu mendukungku juga teman-teman PSA yang lain.
7. Oktaveran, Jhon dan Frida atas komputernya

8. Kepala Desa, dan Penduduk Desa Sipatuhu yang membantu terlaksananya penelitian ini
9. Ucapan terimakasih juga penulis ucapkan kepada semua pihak yang membantu penulis.

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan.....	5
II. KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
A. Tinjauan Pustaka.....	7
1. Struktur dan Perilaku Pemasara.....	7
a. Struktur Pasar.....	7
b. Perilaku Pemasaran.....	9
2. Konsepsi Efisiensi Pemasaran.....	12
a. Bagian yang diterima (Share) Petani Produsen dan Lembaga tataniaga.....	13
b. Marjin dan Keuntungan Pemasaran.....	14
c. Ratio Biaya Total dan Nilai Penjualan.....	15
3. Konsepsi Analisis Permintaan.....	16
a. Elastisitas Perubahan Harga dari Permintaan.....	17



	Halaman
b. Elastisitas Perbedaan Harga dari Permintaan.....	18
B. Model Pendekatan.....	19
C. Batasan-Batasan.....	21
III. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	25
A. Tempat dan Waktu.	25
B. Metode Penelitian dan Penarikan Contoh.....	25
C. Metode Pengumpulan Data.....	26
D. Metode Pengolahan Data.....	27
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Keadaan Umum Daerah Penelitian.....	31
B. Saluran Pemasaran.....	39
C. Struktur dan Perilaku pemasaran.....	43
1. Struktur Pasar.....	43
2. Perilaku Pemasaran.....	46
D. Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Beras.....	53
1. Bagian yang diterima (Share) Petani Produsen dan Pedagang.....	53
2. Marjin Pemasaran dan Keuntungan pemasaran	55
a. Marjin Pemasaran dan Marjin Keuntungan Pada Tingkat Pedagang Pengumpul.....	56
b. Marjin Pemasaran dan Keuntungan pada Tingkat Pedagang Besar.....	59
3. Ratio Biaya Total dan Nilai Penjualan.....	62

a. Ratio Biaya Total dan Nilai Penjualan Kopi Pada Tingkat Pedagang Pengumpul	63
b. Ratio Biaya Total dan Nilai Penjualan Kopi Pada Tingkat Pedagang Pengumpul	64
D. Elastisitas Permintaan.....	65
1. Analisis Elastisitas Permintaan Berdasarkan Perubahan Harga.....	65
2. Analisis Elastisitas Permintaan Berdasarkan Perbedaan Harga.....	67
V. KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Volume dan luas areal serta nilai devisa perkebunan beberapa komoditi perkebunan daerah Sumatera Selatan Tahun..... ..	1
2. Luas areal dan produksi komoditi perkebunan Di Sumatera Selatan.....	2
3. Luas tanaman perkebunan kopi dan produksi kopi beberapa kabupaten di Sumatera Selatan Tahun 2003.....	3
4. Jumlah produksi dan konsumsi kopi bubuk di Sumatera Selatan tahun 1999 sampai dengan tahun 2003.....	5
5. Patokan identifikasi struktur pasar.....	27
6. Luas tanah menurut penggunaannya di Desa Sipatuhu.....	31
7. Jumlah dan distribusi penduduk berdasarkan umur dan jenis kelamin di Desa Sipatuhu tahun 2004.....	33
8. Pembagian jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Sipatuhu, 2004.....	34
9. Mata pencaharian penduduk yang bekerja di Desa Sipatuhu, 2004.....	36
10. Sarana penunjang kelancaran kehidupan masyarakat Desa Sipatuhu, 2004.....	38
11. Rata-rata harga beli, harga jual, volume pembelian dan volume penjualan kopi beras ditingkat pengumpul di Desa Sipatuhu pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	41
12. Rata-rata harga beli, harga jual, volume pembelian dan volume penjualan kopi ditingkat pegagang besar Desa Sipatuhu pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	42
13. Struktur pasar pada lembaga pemasaran di Desa Sipatuhu bulan April, Mei Juni, 2005.....	44

14. Fungsi pertukaran pada petani dan lembaga pemasaran kopi beras di Desa Sipatuhu, 2005.....	49
15. Fungsi fisik pada petani dan lembaga pemasaran kopi beras di Desa Sipatuhu, 2005.....	50
16. Fungsi fasilitas pada petani dan lembaga pemasaran kopi beras di Desa Sipatuhu, 2005.....	52
17. Rata-rata Bagian yang Diterima (<i>Share</i>) Petani dan Pedagang pada Bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	54
18. Rata-rata biaya pemasaran kopi beras yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	56
19. Rata-rata biaya pemasaran perkilogram yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul pada bulan April, Mei dan Juni 2005.....	57
20. Rata-rata margin dan keuntungan pemasaran tingkat pedagang pengumpul pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	58
21. Rata-rata biaya pemasaran kopi beras yang dikeluarkan oleh pedagang besar pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	59
22. Rata-rata biaya pemasaran perkilogram yang dikeluarkan oleh pedagang besar bulan April, Mei dan Juni 2005.....	60
23. Rata-rata margin dan keuntungan pemasaran tingkat pedagang besar bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	61
24. Ratio biaya total dan nilai penjualan kopi pada tingkat pedagang pengumpul pada bulan April, Mei dan Juni 2005.....	63
25. Ratio biaya total dan nilai penjualan kopi pada tingkat pedagang besar pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	64
26. Elastisitas perubahan harga terhadap konsumsi kopi tingkat rumah tangga, 2005.....	66
27. Elastisitas perbedaan harga terhadap konsumsi kopi tingkat rumah tangga, 2005.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kurva permintaan suatu barang	8
2. Model pendekatan.....	20
3. Saluran pemasaran kopi	38

DARTAR LAMPIRAN

Halaman

1. Peta wilayah Kecamatan Banding Agung.....	75
2. Peta wilayah Desa Sipatuhu	76
3. Identitas pedagang pengumpul dan pedagang besar di Desa Sipatuhu.....	77
4. Rata-rata harga beli, harga jual, volume pembelian dan volume penjualan tingkat pedagang pengumpul pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	78
5. Perhitungan biaya pemasaran kopi beras ditingkat pedagang pengumpul pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	79
6. Perhitungan marjin dan keuntungan pemasaran pedagang pengumpul pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	80
7. Perhitungan ratio biaya total dan nilai penjualan di tingkat pengumpul pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	81
8. Harga beli, harga jual, volume pembelian dan volume penjualan kopi tingkat pedagang besar pada bulan April, Mei dan Juni, 2005	82
9. Perhitungan biaya pemasaran kopi beras di tingkat pedagang besar pada Bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	83
10. Perhitungan marjin dan keuntungan pemasaran pedagang besar pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	84
11. Perhitungan ratio biaya total dan nilai penjualan pada tingkat pedagang besar pada bulan April, Mei dan Juni, 2005.....	85
12. Perhitungan bagian yang diterima Petani dan <i>share</i> pedagang pada bulan April, Mei dan Juni 2005.....	86
13. Identitas konsumen (peminum kopi) di Desa Sipatuhu, 2005.....	87
14. Rata-rata harga beli, dan konsumsi kopi tingkat rumah tangga di Desa Sipatuhu, 2004 (sebelum harga naik).....	88
15. Rata-rata harga beli, dan konsumsi kopi tingkat rumah tangga di Desa Sipatuhu, 2005 (setelah harga naik).....	89

16. Elastisitas harga berdasarkan perbedaan dan perubahan harga atas konsumsi kopi.....	90
-----------------------------------------------------------------------------------------	----

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tanaman kopi merupakan tanaman tahunan yang banyak dikembangkan oleh masyarakat Indonesia, baik secara perkebunan besar maupun perkebunan rakyat. Pengembangan terus dilakukan dengan usaha intensifikasi dan ekstensifikasi pertanian dengan memperhatikan kondisi daerah, dengan tujuan meningkatkan produksi dan kualitas kopi. Sumatera Selatan merupakan salah satu daerah yang potensial untuk pengembangan komoditi kopi. Hal tersebut dikarenakan beberapa faktor pendukung yang salah satunya adalah syarat tumbuh tanaman kopi yang sesuai dengan iklim dan topografi di wilayah ini (Balai Informasi Pertanian, 2000).

Tanaman kopi juga merupakan salah satu komoditas perkebunan yang penting dalam perekonomian nasional. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya devisa negara yang diperoleh dari ekspor kopi serta banyaknya petani yang hidup dari usaha budidaya tanaman kopi. Kopi adalah komoditas perkebunan sumber devisa negara nomor tiga setelah tanaman karet dan kelapa sawit. Volume dan nilai ekspor beberapa komoditi dari daerah Sumatera Selatan tahun 2004 tertera pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Volume dan luas areal serta nilai devisa perkebunan beberapa komoditi perkebunan daerah Sumatera Selatan tahun 2004.

Komoditi Perkebunan	Luas Areal (Ha)	Volume (ton)	Nilai (US \$)
Karet	928.182	541.232	489.324.221
Kelapa Sawit	488.691	1.459.722	398.652.102
Kopi	272.572	144.163	201.122.356
Kelapa	62.245	50.663,94	200.055,76
Tebu	13.667	58.309	-

Sumber : Dinas perkebunan tingkat I Sumatera Selatan, 2004

Selain sumber devisa, tanaman kopi juga memiliki peranan yang cukup besar sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat dan kesempatan kerja. Luas areal dan produksi beberapa komoditi perkebunan di daerah Sumatera Selatan tahun 2003 dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Luas areal dan produksi komoditi perkebunan di Sumatera Selatan, 2003

No	Komoditi	TBM (Ha)	TM (Ha)	TT/TR (Ha)	Jumlah (Ha)	Produksi (Ton)
1	Karet	210.050	493.411	129.448	823.908	566.805
2	Kelapa sawit	90.769,48	329.942,82	8.953,72	429.666,02	629.255,8
3	Kopi	33.908	222.638	29.799	286.345	129.359
4	Kelapa	11.056	36.974	4.255	52.285	40.920
5	Tebu	-	13.118	-	13.118	58.309

Keterangan : TBM : Tanaman Belum Menghasilkan
 : TM : Tanaman Menghasilkan
 : TT/TR : Tanaman Tua/Tanaman Rusak

Sumber : Dinas Perkebunan Tingkat I Sumatera Selatan, 2003

Dari Tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa luas areal dan produksi perkebunan kopi di Sumatera Selatan pada tahun 2003 menempati urutan ketiga setelah kelapa sawit. Total luas areal perkebunan kopi seluas 286.345 hektar dengan produksi sebesar 129.359 ton.

Dari beberapa Kabupaten di Sumatera Selatan, Kabupaten Ogan Komering Ulu merupakan salah satu daerah penghasil kopi dan memberikan kontribusi terbesar kedua dalam produksi kopi Sumatera Selatan setelah Kabupaten Lahat. Luas daerah dan produksi kopi di beberapa Kabupaten di Sumatera Selatan dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Luas tanaman perkebunan kopi dan produksi kopi beberapa kabupaten di Sumatera Selatan Tahun 2003.

No	Kabupaten/Kotamadya	Luas areal (Ha)	Produksi (Ton)
1	Lahat	114.317	57.329
2	OKU	92.452	52.167
3	Pagaralam	37.675	18.801
4	Muara Enim	25.663	12.136
5	Musi rawas	8.062	5.021
6	Banyuasin	3.841	1.152
7	OKI	2.284	662
8	Lubuk Linggau	1.722	974
9	MUBA	329	112

Sumber : Biro Pusat Statistik Sumatera Selatan, 2003.

Selain sumber devisa, kopi juga merupakan komoditi yang dikonsumsi di dalam negeri. Permintaan konsumen terhadap kopi bubuk di Sumatera Selatan setiap tahunnya mengalami peningkatan. Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Selatan (2004), jumlah produksi kopi bubuk di Sumatera Selatan tidak sebanding dengan jumlah konsumsi kopi bubuk. Permintaan konsumen terhadap kopi bubuk pada tahun 2003 sebesar 131.082,85 ton, lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah kopi bubuk yang dihasilkan sebesar 129.735,00 ton. Data jumlah produksi dan konsumsi kopi bubuk di Sumatera Selatan dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Jumlah produksi dan konsumsi kopi bubuk di Sumatera Selatan Tahun 1999 sampai dengan tahun 2003

No	Tahun	Produksi (ton)	Konsumsi (ton)
1	1999	120.950,00	122.159,50
2	2000	124.854,15	126.102,54
3	2001	125.302,00	126.555,02
4	2002	127.450,67	128.734,30
5	2003	129.735,00	131.082,85

Sumber : Dinas perindustrian dan perdagangan Provinsi Sumatera Selatan , 2004

Banding Agung sebagai salah satu kecamatan yang ada di OKU Selatan, merupakan salah satu sentra produksi kopi di Sumatera Selatan. Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani dengan komoditas utamanya adalah kopi. Jenis kopi yang diusahakan di Kecamatan banding Agung adalah jenis kopi Robusta, karena jenis kopi ini dianggap mudah dalam pemeliharaan dan pengolahan, juga cocok dalam hal iklim dan topografi. Di Kecamatan Banding Agung produksi kopi tahun 2003 mengalami penurunan sekitar 300-800 kg/ha karena pada saat itu permintaan akan kopi di dalam negeri berkurang sehingga masyarakat malas melakukan pemeliharaan dan harga kopi pada saat itu juga sangat rendah. Tahun 2002 produksi kopi di Kecamatan ini bisa mencapai 1,5-2 ton/ha, pada tahun 2003 hanya pada kisaran 1,2-1,5 ton/ha (Sinar Harapan, 2003).

Sjarkowi dan Sufri (2004), dalam bukunya menjelaskan bahwa hasil pertanian biasa bersifat fana (mudah rusak/perishable) dan meruah (makan tempat/bulky), maka proses produksi sebaiknya diperhatikan menurut polanya. Untuk tanaman kopi pola produksi bersifat ekstraksi, yaitu dari alam dipanen bahan baku dan dihasilkan produk dalam bentuk kopi yang siap dijual.

Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang diperdagangkan. Oleh karena itu diperlukan suatu sistem pemasaran yang baik dari tingkat produsen ke tingkat konsumen. Dalam pemasarannya, saluran pemasaran kopi melibatkan pedagang pengumpul dan pedagang besar. Pedagang pengumpul di tingkat desa atau kecamatan membeli kopi dari petani. Selanjutnya pedagang pengumpul menjual kopi ke pedagang besar.

Semakin panjang rantai pemasaran yang dilalui kopi semakin mahal pula harga di tingkat konsumen dan semakin sedikit bagian yang diterima oleh petani. Hal ini

C. Tujuan dan kegunaan

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan struktur pasar dan perilaku pemasaran komoditi kopi di Desa Sipatuhu Kecamatan Banding Agung OKU Selatan
2. Menganalisis efisiensi pemasaran kopi beras dilihat dari bagian yang diterima (*share*) oleh petani produsen dan lembaga tataniaga, margin dan keuntungan pemasaran juga rasio biaya total dan nilai penjualan di Desa Sipatuhu.
3. Menganalisis elastisitas pengaruh perbedaan dan pengaruh perubahan harga terhadap konsumsi kopi bubuk tingkat rumah tangga di Desa Sipatuhu Kecamatan Banding Agung OKU Selatan.

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pihak-pihak yang terkait dalam pemasaran kopi di Desa Sipatuhu, Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU Selatan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi dan pengetahuan bagi yang membutuhkan dan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 1997. Manajemen Pemasaran. Dasar, Konsep, dan Strategi. Rajawali Pers. Jakarta.
- Biro Pusat Statistik. 2002. Sumatera Selatan Dalam Angka 2002. BPS Provinsi Sumatera Selatan.
- Dinas Perkebunan Sumatera Selatan. 2004 Perkebunan Dalam Angka di Sumatera Selatan. Dinas Perkebunan Sumatera Selatan. Palembang.
- Dinas Perkebunan dan Perindustrian 2004. Palembang.
- Erlianti, B. 1999. Turunnya Harga Kopi di Pasaran Dunia Terhadap Pendapatan Usahatani Padi dan Kopi bagi Pendapatan Usahatani Keluarga di Desa Gunung Agung Kecamatan Tanjung Sakti Kabupaten Lahat. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Palembang. (Tidak Dipublikasikan).
- Girsang, E.I. 2005. Analisis Efisiensi Pemasaran Beras dari Kecamatan Pulau Rimau ke Kota Palembang. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. Palembang (Tidak Dipublikasikan).
- Gitosudarmo, I. 1995. Manajemen Pemasaran. BPFE. Yogyakarta.
- Hanafiah dan Saefuddin. 1993. Tataniaga Hasil Perikanan. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta.
- Hernanto, F. 1996. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kadariah. 1994. Teori Ekonomi Mikro. Lembaga Penerbit FE UI. Jakarta.
- Mubyarto. 1999. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES). Jakarta.
- Muslich.1999. Ekonomi Manajerial. Penerbit Ekonesia. Kampus Fakultas Ekonomi UII. Yogyakarta.
- Risma. 2005. Analisis Pendapatan Pedagang Sayuran Pindahan Pasar 16 Ilir ke pasar Induk Jakabaring Kota Palembang. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. (Tidak Dipublikasikan).

- Satyawibawa dan Widyastuti, 1992. Usaha, Budidaya, Pemanfaatan Hasil dan Aspek Pemasaran . Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sinar Harapan. 2003. Lingkaran Setan Yang Harus Ditanggulangi. (Online). [Hht://www.sinarharapan.com](http://www.sinarharapan.com), diakses 11 Mei 2005).
- Sjarkowi, F. dan M. Sufri. 2004. Manajemen Agribisnis CV Baldad Grafiti Press. Palembang.
- Soekartawi. 1993. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian : Teori dan Aplikasinya. Rajawali Pers. Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Teori Ekonomi produksi. Rajawali Pers. Jakarta.
- Rahman, T. 1991. Telaah Terhadap Produksi Pemasaran Kopi. Daerah Lampung. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. (Tidak Dipublikasikan)
- Rajino, A.Y. 1985. Perbaikan Mutu dalam Kaitannya dengan Peningkatan Pendapatan Petani. Majalah Kopi. Indonesia. No. 12. Jakarta.
- Umar. H. 1997. Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam pemasaran. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.