

ANALISIS SALURAN PEMASARAN BIJI KOPI ROBUSTA (*Coffea Canephora*) (Suatu Kasus di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran)

Oleh :

Adi Durohman¹, Soetoro², Cecep Pardani³

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Galuh.

²Dosen Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran.

³Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Saluran pemasaran kopi robusta di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran; (2) Besarnya margin pemasaran kopi robusta untuk setiap tingkatan lembaga pemasaran; (3) Besarnya biaya dan keuntungan pemasaran kopi robusta di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran; (4) Besarnya bagian harga yang diterima petani dari keseluruhan harga yang di bayar oleh konsumen.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Responden pada penelitian ini yaitu seluruh petani kopi robusta di Desa Kersaratu sebanyak 19 orang, pedagang pengumpul 4 orang, pedagang besar 1 orang dan konsumen industri 2 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

- 1) Terdapat satu saluran pemasaran biji kopi robusta di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran, yaitu :



- 2) Besarnya margin pemasaran pada saluran pemasaran sebesar Rp 2.650,00 per kilogram.
- 3) Besarnya biaya pemasaran pada saluran pemasaran sebesar Rp 1.558,60 per kilogram. Keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran sebesar Rp 1.091,40 per kilogram.
- 4) Besarnya bagian harga yang diterima petani pada saluran pemasaran adalah 86,85 persen.

Kata Kunci: *Kopi, Pemasaran, Saluran*

PENDAHULUAN

Kopi Merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan petani, tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Raharjo, 2012).

Keberhasilan agribisnis kopi membutuhkan dukungan dari semua pihak yang terkait dalam proses produksi dan pemasaran komoditas kopi. Upaya meningkatkan produktivitas dan mutu kopi terus dilakukan sehingga daya saing kopi di Indonesia dapat bersaing di pasar dunia (Raharjo, 2012).

Kabupaten Pangandaran merupakan wilayah yang terkenal akan tempat wisata dan penghasil ikan di wilayah Jawa Barat, akan tetapi dalam hasil produk pertanian terkenal dengan penghasil kelapa dan padi yang terbesar, walaupun ada potensi lain yang ada yaitu kopi yang jenisnya adalah robusta, karena wilayah pangandaran termasuk dataran rendah

dan dekat dengan laut. Produksi biji kopi di Kabupaten Pangandaran Tahun 2015 dengan luas lahan yang ditanami kopi adalah 423,48 hektar, produksi biji kopi sebanyak 20.514,21 ton.

Kecamatan Sidamulih merupakan Kecamatan yang memiliki areal produksi biji kopi yang luasnya ke tiga dibanding dengan kecamatan lainnya, di Kabupaten Pangandaran luas lahan 423,48 hektar, produksi biji kopi yang dihasilkan di Kabupaten Pangandaran sebanyak 20.514,21 ton, produktivitas dengan rata-rata 43.827,12 kilogram per hektar. Luas lahan yang ditanami kopi oleh petani kurang lebih 46,78 hektar dan daerah Kecamatan Sidamulih merupakan daerah yang luas areal yang ditanami kopi, ke tiga dibanding dengan kecamatan Langkaplancar yang memiliki Luas 149,72 hektar dan Kecamatan Parigi memiliki luas lahan 70,45 hektar, untuk Kecamatan Kalipucang, Padaherang, Cigugur, Cijulang, Pangandaran, Cimerak dan Mangunjaya memiliki luas lahan < 60 hektar. Produksi biji kopi robusta di Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran tersebar ke tiga dibandingkan dengan 9 kecamatan lainnya,

sedangkan produksi biji kopi robusta pada Tahun 2015 di Desa Kersaratu Kecamatan memiliki luas lahan 46,78 hektar, dengan rata-rata 6,68 dan Jumlah Produksi 20.244,00 ton dengan produktivitas 432.749,04 jumlah ini mencakup dari 4 Desa yang masyarakat menanam kopi, dan sisanya yaitu 3 desa unggulan daerah tersebut adalah tanaman padi.

Desa Kersaratu merupakan Desa yang termasuk di Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran dan merupakan salah satu daerah penghasil kopi yang berjenis robusta di wilayah Kabupaten Pangandaran Provinsi Jawa Barat dan desa Kersaratu memiliki luas lahan paling luas dibandingkan Desa yang lain, yaitu 23,44 hektar lahan yang sudah menghasilkan dengan jumlah produksi 20,238 ton Produktivitas adalah 43.261,08 kilogram per hektar. Produksi kopi robusta yang berasal dari Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran, sudah dijual ke beberapa daerah di Kabupaten Ciamis, Tasikmalaya, Bandung dan Cirebon, kopi tersebut sudah tersebar di wilayah Provinsi Jawa Tengah seperti Cilacap, Pekalongan dan Purwokerto.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah survai, di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. Dimana penelitian dilakukan dalam ruang alamiah atau bukan buatan dan penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data. Menurut Arikunto (2006) suatu kasus merupakan strategi penelitian kasus tunggal agar dalam penelitian ini lebih mudah dalam mencari data yang sesuai dengan masalah, serta mengumpulkan datanya lebih mudah dalam mencari data yang sesuai dengan masalah.

Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut:

- 1) Kopi robusta adalah bahan untuk membuat kopi yang berasal dari pohon kopi robusta.
- 2) Petani kopi adalah yang memiliki pohon kopi, kemudian menggunakan hasil produksi usahatannya atau menjualnya.
- 3) Saluran pemasaran adalah tata urutan atau jalur pemasaran biji kop irobusta yang dimulai dari petani produsen sampai konsumen.
- 4) Lembaga pemasaran adalah orang, perusahaan atau lembaga yang terlibat langsung dalam proses pengaliran barang dari petani produsen sampai konsumen. Yang terdiri dari:

- a. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli dan menampung hasil produksi dari para petani, selanjutnya disalurkan kembali ke pedagang lainnya.
 - b. Pedagang Besar adalah yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul serta menjual kembali kepada pengecer kemudian ke konsumen akhir.
 - c. Pedagang Pengecer adalah yang menjual barang hasil pertanian dari produsen ke konsumen akhir dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil.
- 5) Fungsi pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dalam proses pergerakan kopi dari produsen sampai konsumen.
 - 6) Harga beli adalah harga yang dibayar oleh pembeli kopi dan dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
 - 7) Harga jual adalah banyaknya kopi yang dijual, baik oleh produsen maupun oleh lembaga pemasaran dan diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
 - 8) Volume beli adalah jumlah banyaknya kopi yang dibeli oleh konsumen (petani) atau lembaga pemasaran dan diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
 - 9) Volume jual adalah banyaknya kopi yang jual, baik oleh produsen maupun oleh lembaga pemasaran dan diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
 - 10) Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
 - 11) Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga tataniaga yang terdiri dari:
 - a. Biaya penyimpanan (*holding cost*) merupakan biaya yang timbul akibat disimpannya suatu barang. Biaya penyimpanan terdiri atas biaya-biaya yang bervariasi secara langsung dengan kuantitas persediaan yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
 - b. Biaya transportasi adalah besarnya biaya yang dikeluarkan untuk mengangkut atau mengedarkan produk dari tempat pembelian ke tempat penjualan yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

ANALISIS SALURAN PEMASARAN BIJI KOPI ROBUSTA (*Coffea Canephora*)
(Suatu Kasus di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran)
ADI DUROHMAN, SOETORO, CECEP PARDANI

- c. Biaya kemasan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengemas atau membungkus produk. Bahan pengemas atau bungkus berupa kardus, karung atau plastik yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
- d. Biaya bongkar muat adalah besarnya biaya yang dikeluarkan untuk membongkar muat produk serta membawanya ke tempat penyimpanan (kuli) yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
- e. Biaya penyusutan biaya yang dikeluarkan untuk penyusutan biji kopi robusta sebagai akibat proses pemasaran dan dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg) (Handayani dan Nurlaila, 2011).

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Volume Susut}}{\text{Volume Beli}} \times \text{Harga Beli}$$

- 1) Volume pembelian adalah volume produk yang dibeli oleh perantara atau lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
- 2) Volume penjualan adalah volume produk yang dijual oleh perantara atau lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
- 3) Keuntungan pemasaran adalah selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran dari masing-masing tingkatan lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
- 4) Farmer's Share adalah bagian harga yang diterima petani, dihitung dengan membandingkan harga tingkat produsen dengan harga tingkat eceran yang dinyatakan dalam persen (%).
- 5) Total nilai produk adalah besarnya nilai harga suatu produk di tingkat konsumen akhir yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Wawancara, Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer.
- 2) Observasi, Teknik ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti.
- 3) Studi dokumentasi, Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder.

Teknik Penarikan Sampel

Kecamatan Sidamulih diambil secara *purposive* dengan pertimbangan karena memiliki luas lahan dan produksi kopi robusta tertinggi di Kabupaten Pangandaran, pertimbangan pemilihan Desa Kersaratu adalah karena memiliki luas lahan dan produksi kopi robusta tertinggi di Kecamatan Sidamulih. Menurut Sugiyono (2012) "Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu".

Teknik penarikan sampel penelitian untuk petani kopi ini adalah secara sensus, artinya semua petani kopi robusta dijadikan responden. Seluruh petani kopi robusta di Desa Kersaratu sebanyak 19 orang.

Rancangan Analisis Data

Untuk mengetahui pola saluran pemasaran kopi robusta di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran, dengan menggunakan metode deskriptif. Sedangkan untuk mengetahui biaya pemasaran dan margin pemasaran di tingkat lembaga dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran (*cost margin analysis*) yaitu dengan cara:

- 1) Saluran pemasaran biji kopi robusta dianalisis secara deskriptif dengan menggambarkan pola atau saluran pemasaran biji kopi robusta di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran.
- 2) Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen (Handayani dan Nurlaila, 2011).

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan :

- B_p : Biaya pemasaran
- B_{p1,2,3...n} : Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran
- 1,2,3...n : Jumlah lembaga

- 3) Margin pemasaran adalah selisih harga tingkat produsen dan tingkat konsumen akhir (Handayani, 2011).

$$M = P_r - P_f$$

Margin yang diperoleh pedagang perantara dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara dirumuskan sebagai berikut:

$$M = B_p + K_p$$

Keterangan :

- P_r : Harga di tingkat konsumen
- P_f : Harga di tingkat produsen
- M : Margin pemasaran

Kp : Keuntungan pemasaran
Bp : Biaya pemasaran

- 4) Keuntungan pemasaran adalah penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran (Handayani dan Nurlaila, 2011).

$$Kp = Kp1 + Kp2 + Kp3 + \dots + Kpn$$

Keterangan :

Kp : Keuntungan pemasaran

- 5) Farmer's Share

Untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menggunakan rumus : (Angipora, 2007)

$$FS = \frac{pf}{pr} \times 100\%$$

Keterangan :

FS : bagian harga yang diterima produsen (*Farmer's Share*)

Pf : harga di tingkat petani (Rp/Kg)

Pr : harga akhir di tingkat lembaga pemasaran (Rp/Kg).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. Penentuan lokasi ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*) dan pada penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan bulan Desember tahun 2016.

HASIL DAN PEMAHASAN

Identitas Responden

Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 26 orang yang terdiri dari 19 orang petani, 4 orang pedagang pengumpul, 1 orang pedagang besar dan 2 orang konsumen industri.

Umur Responden

Umur responden petani berkisar antara 27 sampai 67 tahun, sedangkan umur pedagang perantara berkisar 36 sampai dengan 60 tahun dengan, demikian seluruh responden berusia produktif. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2009) yang menyatakan bahwa penduduk usia produktif adalah penduduk berumur 15 sampai 64 tahun. Pada usia 35 sampai 64 tahun responden cenderung lebih mudah menerima inovasi yang akan membawa pengaruh terhadap peningkatan pendapatannya.

Pendidikan Responden

Pendidikan formal yang dicapai oleh responden petani di lokasi penelitian sebagian besar berpendidikan SD (57,89 %), sedangkan responden pedagang berpendidikan SD (100,00 %). Kemajuan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, dimana dengan adanya bekal pendidikan yang lebih

tinggi maka pengetahuan, kecakapan dan cara berfikir seseorang akan lebih maju.

Jumlah Tanggungan Keluarga Responden

Sebagian besar petani kopi robusta yaitu sebanyak 10 orang atau (52,63 %) mempunyai tanggungan keluarga kurang dari 3 orang dan sebanyak 9 orang atau (47,37 %) mempunyai tanggungan keluarga lebih dari 3 orang. Sedangkan kategori yaitu sebagian besar berada pada pedagang pengepul 3 tahun yaitu sebanyak 1 orang (25 %) dan sebanyak 3 orang atau (75 %) mempunyai tanggungan keluarga sebanyak 3 orang, pedagang besar 26-60 tahun yaitu sebanyak 1 orang (100 %) dan konsumen industri 26-60 tahun yaitu sebanyak 2 orang (100 %).

Pengalam Berusaha Responden

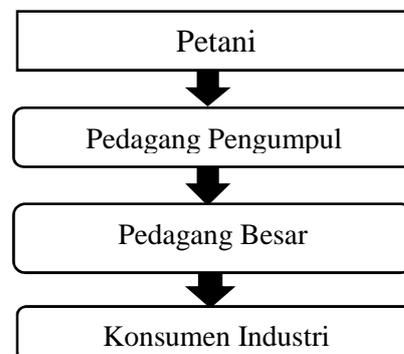
Sebagian besar petani kopi robusta memiliki pengalaman menjadi petani kopi robusta 3 - 11 tahun yaitu 17 orang (89,47 %) dan petani kopi robusta yang berpengalaman lebih 11 tahun yaitu 2 orang (10,53 %). Sedangkan kategori berdasarkan pengalaman yaitu sebagian besar berada pada pedagang pengepul pengalaman 3 - 11 tahun yaitu sebanyak 4 orang (100 %), pedagang besar >11 tahun yaitu sebanyak 1 orang (100 %) dan konsumen industri pengalaman 3 - 11 tahun yaitu sebanyak 1 orang (50 %) dan lebih >11 tahun 1 orang (50 %).

Luas Lahan Responden

Luas lahan yang dimiliki oleh petani berkisar 0,35 sampai 5,33 hektar dengan luasan rata 1,23 hektar. Dengan demikian kepemilikan lahan tersebut relative luas.

Saluran Pemasaran Kopi

Pemasaran Kopi robusta dari Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran melalui satu pemasaran, dimana pelaku pemasaran terlibat dalam saluran pemasaram tersebut meliputi pedagang pengumpul, pedagang besar dan konsumen industri. Saluran pemasaran tersebut dapat dilihat pada gambar:



Gambar 1. Saluran Pemasaran Kopi robusta Desa Kersaratu

ANALISIS SALURAN PEMASARAN BIJI KOPI ROBUSTA (*Coffea Canephora*)
(Suatu Kasus di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran)
ADI DUROHMAN, SOETORO, CECEP PARDANI

Gambar 1 menunjukkan bahwa saluran pemasaran di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran hanya ada satu saluran pemasaran yaitu pedagang pengumpul yang berada di Desa Pasawahan dan Desa Kersaratu, Pedagang besar yang berada di Pasar Banjarsari dan Konsumen Industri di Daerah Cangkring yang menjual hasil olahannya ke kota Tasikmalaya.

Kegiatan dalam Pemasaran Kopi

1) Kegiatan di Tingkat Petani

Petani kopi dalam memasarkan atau menjual hasil produksi kopi kepada pedagang pengumpul yaitu langsung dilahannya masing-masing, yaitu dengan menghubungi pedagang pengumpul terlebih dahulu sebelum menjual. Berarti petani tidak mengeluarkan biaya untuk memasarkan hasil produksi kopinya.

2) Kegiatan ditingkat Pedagang Pengumpul

Ada 4 pedagang pengumpul yaitu bapak Saleh, Atang, Darmin dan Mejon, dalam penelitian ini yang berada di Desa Pasawahan dan Desa kersaratu. Pedagang pengumpul menerima kopi robusta dari setiap kali musim sekitar 5 ton kering. Setelah mendapat kopi robusta dari petani pedagang pengumpul 1, mengemas kopinya menggunakan karung yang berisi 50 kg/karung dan langsung menyalurkan kopinya ke langsung menyalurkan lagi kopi robusta ke pedagang besar. Pembelian kopi robusta oleh pedagang pengumpul dengan harga sebesar Rp 17.500 per kilogram dibayar secara tunai dan menjual kepada pedagang besar sebesar Rp 19.000 per kilogram. besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul meliputi, biaya transportasi, muat dan bongkar, penyimpanan, kemasan, kontribusi dan biaya potongan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-Rata Biaya Pemasaran Kopi Robusta di Tingkat Pedagang Pengumpul

No	Jenis Biaya	Besarnya Biaya	
		Rp/Kg	Persentase (Persen)
1	Transportasi		
	a. Kendaraan roda 2	400	34,19
	b. Kendaraan roda 4	200	17,09
2	Muat dan Bongkar	40	3,42
3	Penyimpanan	100	8,55
4	Kemasan	40	3,42
5	Kontribusi	200	17,09
6	Biaya Potongan	190	16,24
Jumlah		1.170	100%

Tabel 1 memperlihatkan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah biaya transportasi, yang terdiri dari 2 kendaraan yaitu kendaraan roda 2 (34,19 %) dan sekitar (17,09 %), biaya muat dan bongkar sekitar (3,42 %), penyimpanan sebesar (8,55 %), biaya kemasan sekitar (3,42 %), biaya untuk kontribusi sekitar (17,09 %) dan biaya potongan jika kualitas dan kekeringan kopi kurang yaitu rata-rata sekitar (16,24%). Hal tersebut adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul.

3) Kegiatan ditingkat Pedagang Besar

Dalam penelitian ini terdapat satu pedagang besar kopi robusta yang terdapat di Kecamatan Banjarsari yaitu kepada bapak Haji Oman S. Pedagang besar ini mendapatkan kopi robusta dari pedagang pengumpul yang berada di Desa Kersaratu dan Desa Pasawahan kemudian memasarkan kopi robusta tersebut ke konsumen luar kota. Konsumen luar kota ini

merupakan konsumen industri yang berada di luar kota yaitu kota Tasikmalaya. Pedagang besar ini mendapatkan kopi robusta dari pedagang pengumpul tiap harinya sekitar 500 kilogram dengan harga sebesar Rp 19.000 per kilogram. pedagang besar juga mengeluarkan biaya untuk transportasi, kemasan, bongkar muat, dan Penyimpanan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Rata-Rata Biaya Pemasaran Kopi Robusta di Tingkat Pedagang Besar

No	Jenis Biaya	Besarnya Biaya	
		Rp/Kg	Persentase (Persen)
1	Transportasi	152,60	39,27
2	Muat	40,00	10,29
3	Penyimpanan	100,00	25,73
4	Kemasan	30,00	7,72
5	Retribusi	66,00	16,98
Jumlah		388,60	100

Tabel 2 memperlihatkan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar adalah biaya transportasi yaitu sekitar 39,27 %, biaya muat yaitu sekitar 10,29 %, penyimpanan sekitar 25,73 %, kemasan sekitar 7,72 % dan retribusi sekitar 16,98 % dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar.

4) Kegiatan ditingkat Konsumen Industri

Konsumen industri dalam penelitian ini ada dua orang yaitu bapak Rasiman dan ibu Ruminah yang mendapat kopi dari Desa Kersaratu yang melewati perantara. Konsumen industri ini mendapat kopi robusta dari para pedagang besar. Konsumen industri mendapatkan kopi robusta dari pedagang besar tiap satu hari sekitar 200 kilogram. Dalam menjalankan usahanya konsumen industri menggunakan modal sendiri. Cara pembelian

kopi robusta oleh konsumen industri yaitu dengan pola memesan kopi ke pedagang besar lewat komunikasi telepon dan pedagang besar langsung mengantarkan kopi ke tempat konsumen industri sesuai dengan pesanan. Harga kopi di pedagang besar seharga Rp 20.150,00 dibayar dengan cara tunai oleh konsumen industri.

Analisis Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran

Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran pada saluran yang digunakan petani kopi robusta dapat dilihat pada Tabel 3. Berikut ini rata-rata biaya, keuntungan dan margin pemasaran kopi robusta di Desa Kersaratu pada saluran pemasaran Pedagang pengumpul dan pedagang besar.

Tabel 3. Rata-Rata Biaya, Keuntungan, Margin dan *Farmer's Share* Pemasaran Kopi di Desa Kersaratu pada Saluran Pemasaran

No	Lembaga Pemasaran	Saluran I
		Satuan (Rp/Kg)
1	Petani Harga Jual	17.500,00
2	Pedagang Pengumpul Harga Beli	17.500,00
	Harga Jual	19.000,00
	Marjin	1.500,00
	Biaya	1.170,00
	Keuntungan	330,00
3	Pedagang Besar Harga Beli	19.000,00
	Harga Jual	20.150,00
	Marjin	1.150,00
	Biaya	388,60
	Keuntungan	761,40
4	Konsumen Industri Harga Beli	20.150,00
Biaya Total		1.558,60
Keuntungan Total		1.091,40
Marjin Total		2.650,00
<i>Farmer's share</i>		86,85%

Berdasarkan data Tabel 3 diketahui bahwa pada saluran pemasaran I petani menjual ke pengepul sebesar Rp 17.500,00 per kilogram. Dalam hal ini petani dapat dikatakan beruntung dalam pengolahan kopi robusta karena petani tidak perlu membeli bahan bakunya yaitu kopi, petani sudah memiliki bahan baku kopi robusta dari pohon kopinya sendiri. Pedagang pengumpul menjual kopi robusta pada pedagang besar dengan harga Rp 19.000,00 per kilogram, dalam penjualan kopi robusta ke pedagang besar, pedagang

pengumpul mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.170,00 per kilogram dan pengumpul memiliki keuntungan sebesar Rp 330,00 per kilogram. Jadi biaya total pemasaran dari dua pedagang yaitu sebesar Rp 1.558,60 per kilogram, marjin total pemasaran sebesar Rp 2.650,00 per kilogram, keuntungan total pemasaran sebesar Rp 1.091,40 per kilogram, dan total *Farmer's share* 86,85 persen

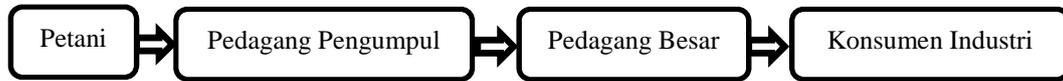
ANALISIS SALURAN PEMASARAN BIJI KOPI ROBUSTA (*Coffea Canephora*)
(Suatu Kasus di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran)
ADI DUROHMAN, SOETORO, CECEP PARDANI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran kopi robusta di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Dalam pemasaran kopi robusta di Desa Kersaratu Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran terdapat dua saluran pemasaran yaitu :



- 2) Marjin pemasaran pada pedagang pengumpul sebesar Rp 1.500,00 per kilogram dan pedagang besar sebesar Rp 1.150,00 per kilogram.
- 3) Biaya pemasaran pada pedagang pengumpul sebesar Rp 1.170,00 per kilogram dan biaya pedagang besar sebesar Rp. 388,60. Biaya pemasaran pada pedagang pengumpul sebesar Rp 388,60 per kilogram dan keuntungan pedagang besar sebesar Rp 761,40 per kilogram.
- 4) Farmer's share atau bagian harga yang diterima petani pada pedagang pengumpul dan pedagang besar adalah 86,85 % dari harga yang dibayarkan konsumen.

- Robusta. Penebaran Swadaya. Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Pengertian Teknik Sampling*. Alfabeta. Bandung.
2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka saran yang diberikan adalah hasil penelitian pada saluran pemasaran dua tingkat, dari dua perantara pemasaran yang melakukan proses pembelian kopi di daerah Desa Kersaratu mempunyai perbedaan biaya atau keuntungan yang diperoleh, dibandingkan dengan penghasilan yang diterima oleh petani lebih besar daripada kedua perantara tersebut, tetapi petani cenderung berpikir bagaimana mendapatkan uang tunai demi mencukupi kebutuhan anggota keluarga. Akan tetapi ketika petani kopi mendatangi pasar dan langsung menjual hasilnya ke konsumen langsung, pasti keuntungan petani lebih bertambah kembali .

DAFTAR PUSTAKA

Angipora. 2007. Marius P. *“Dasar-Dasar Pemasaran”*. Edisi Kedua. Cetakan Kedus. Jakarta. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.

Arikunto , 2006. *“Prosedur Penelitian”*. Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi, PT, Rineka Cipta, Bogor.

Handayani, S.M dan I. Nurlaila. 2011. Analisis Pemasaran Susu Segar di Kabupaten Klaten. *Jurnal Sains Peternakan* Vol. 9 (1). Akses tanggal 1 September 2015. Ciamis.

Raharjo, Puji. 2012. *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan*