



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

ANALISIS RANTAI NILAI (VALUE CHAIN) PEMASARAN KOPI ARABIKA DI KABUPATEN ACEH TENGAH

ABSTRACT

Kabupaten Aceh Tengah adalah sentra produksi kopi di Provinsi Aceh walaupun kopi merupakan salah satu sumber pendapatan masyarakat di Kabupaten Aceh Tengah, terdapat beberapa permasalahan yaitu sulitnya petani mengontrol harga pasar dan petani membutuhkan modal dengan cepat, sehingga para petani menjual hasil produksi dalam bentuk segar, tanpa melakukan pengolahan. Tujuan penelitian untuk mengetahui 1. Struktur, perilaku dan kinerja pasar. 2. Menganalisis Rantai Nilai pemasaran kopi arabika di Kabupaten Aceh Tengah. Besarnya populasi keseluruhan dalam penelitian ini adalah 802 orang petani sampel yang diambil 10 %, dari keseluruhan populasi yaitu 82 responden petani. Sedangkan untuk pedagang pengambilan sampel menggunakan teknik snowball sampling, terdapat 8 orang pedagang agen, 4 orang pedagang besar, 2 orang eksportir dan 5 orang pengusaha pengolah kopi sangrai dan bubuk kopi. Penelitian ini menggunakan analisis structure conduct performace (SCP) yang melihat pemasaran kopi dari petani hingga konsumen akhir, nilai tambah hayami yang melihat dari sisi pengolahan kopi segar menjadi kopi sangrai dan bubuk kopi. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemasaran kopi arabika di daerah penelitian memiliki 4 saluran pemasaran, dengan struktur pasar cenderung oligopsoni. Concentrasi pasar menunjukkan hasil 1,4, pasar terconsentrasi kuat, dan Minimum Efficiency Scale (MES) sebesar 11,6 % yang berarti terdapat hambatan masuk pasar. Margin keuntungan tertinggi terdapat pada pelaku pengolah kopi hijau basah menjadi kopi roasting yaitu mencapai RP.28.700,- per Kg sedangkan Farmer Share tertinggi mencapai 91 % terdapat pada pelaku pedagang besar yaitu dengan melakukan pengolahan kopi gabah menjadi kopi hijau basah hanya melakukan pengilangan pengelupasan kulit tanduk saja, lalu langsung menjual kembali kepada eksportir. Rantai nilai pada pemasaran pengolahan kopi arabika terdapat aktivitas primer dan aktivitas pendukung. Pengolahan kopi dilihat pada proses kopi roasting yang memiliki rasio nilai tambah sebesar 19 % per Kg. Sedangkan rasio nilai tambah pada pengolahan bubuk kopi 7,74 % per Kg. Saran yang diperlukan adalah peningkatan peran pemerintah maupun lembaga dalam pemasaran kopi arabika untuk meningkatkan pendapatan pihak yang terlibat dalam aktivitas tersebut.

Kata kunci: Pemasaran, kopi arabika, analisis rantai nilai.