

**ANALISIS RANTAI PASOKAN DAN EFISIENSI PEMASARAN KOPI
(*Coffea sp*) PADA KELOMPOK TANI SUMBER TANI DESA
SUKODONO
KECAMATAN DAMPIT KABUPATEN MALANG**

Oleh:

**NURUL ANISYAH
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

**Analisis Rantai Pasokan Dan Efisiensi Pemasaran Kopi
(Coffea sp) Pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono
Kecamatan Dampit Kabupaten Malang**

Oleh:

NURUL ANISYAH
125040100111008

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

FAKULTAS PERTANIAN

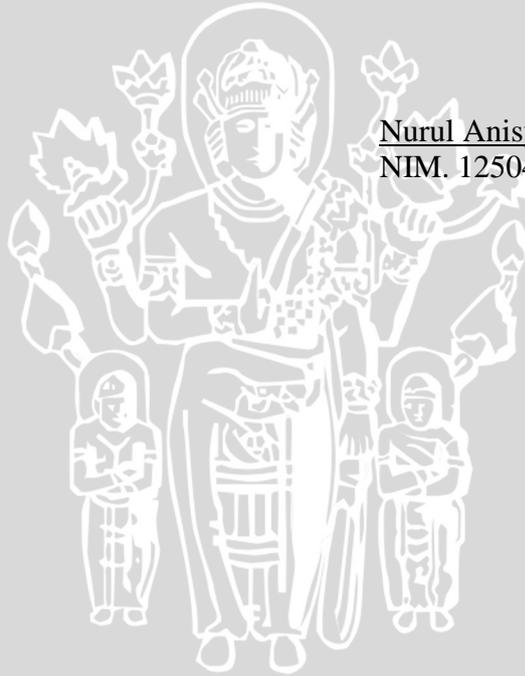
**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, April 2016

Nurul Anisyah
NIM. 125040100111008



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : **Analisis Rantai Pasokan dan Efisiensi Pemasaran Kopi**
(Coffea sp) **Pada Kelompok Tani Sumber Tani**
Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang

Nama Mahasiswa : **Nurul Anisyah**
NIM : 125040100111008
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
Program studi : Agibisnis
Menyetujui : Dosen Pembimbing

Disetujui
Dosen Pembimbing

Mangku Purnomo, SP., MSi., Ph.D
NIP. 19770420 200501 1 001

Diketahui,
a.n
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mangku Purnomo, SP., MSi., Ph.D
NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan :

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Dr. Ir. Abdul Wahib M, MS
NIP. 19561111 198601 1 002

Dwi Retnoningsih, SP., MP.MBA
NIP. 19820110 201504 2 001

Penguji III

Mangku Purnomo, SP. M.Si., Ph.D
NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Lulus:

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Skripsi ini kupersembahkan untuk

Kedua orang tua tercinta, Adikku tersayang,

Teman-teman sebimbangan dan seperjuangan skripsi,

serta seluruh petani yang senantiasa menginspirasi untuk semangat membangun negeri

RINGKASAN

NURUL ANISYAH. 125040100111008. Analisis Rantai Pasok dan Efisiensi Pemasaran Kopi Pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang. Di bawah bimbingan Mangku Purnomo, SP., MSi., Ph.D.

Kopi yang merupakan salah satu komoditi perkebunan yang strategis dan memiliki peran penting untuk memenuhi kebutuhan domestik maupun sebagai penghasil devisa negara. Daerah penghasil kopi terbesar di negara Indonesia adalah Provinsi Sumatera Selatan, Bengkulu dan Lampung. Akan tetapi daerah-daerah lain di wilayah Indonesia juga memiliki potensi untuk budidaya dan pengembangan produksi kopi. Salah satu daerah yang berpotensi untuk budidaya dan pengembangan komoditi kopi Indonesia adalah Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Kualitas dan cita rasa kopi Kecamatan Dampit telah diakui masyarakat dunia dan mendapat sertifikat *Common Code for Coffee Community Association*. Sehingga dengan besarnya potensi yang dimiliki oleh komoditas kopi mendukung perlunya dilakukan suatu upaya agar petani sebagai produsen atau penghasil kopi mampu memenuhi permintaan konsumen baik dari kuantitas maupun kualitas selain itu juga diharapkan pendapat petani dapat meningkat. Konsep *supply chain management* merupakan konsep yang dapat diterapkan pada komoditas kopi untuk dapat meningkatkan nilai efisiensi di setiap rantai pasok kopi. Kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono memiliki permasalahan utama yang dihadapi dalam pemasaran kopi yaitu lemahnya koordinasi antar lembaga yang terlibat didalam rantai pasok kopi kelompok tani Sumbertani, Desa Sukodono mulai dari petani, pengumpul kecil, pengumpul besar sampai ke perusahaan eksportir. Rendahnya kemampuan petani untuk memenuhi standar kualitas pasar juga masih rendah sehingga memicu rendahnya daya tawar yang dimiliki oleh petani terhadap hasil produksinya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kondisi rantai pasok kopi dan menganalisis efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran kopi kelompok tani Sumber Tani, Desa Sukodono, Kecamatan Dampit. Metode penentuan lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu di kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang. Teknik penentuan responden petani adalah dengan metode sensus dan lembaga pemasaran secara *snowball sampling*. Teknik analisis data terdiri dari analisis deskriptif kualitatif menggunakan teori rantai pasok dan analisis deskriptif kuantitatif menggunakan teori pemasaran yang berupa margin pemasaran dan *farmer's share*.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa: 1) Kondisi rantai pasok kopi di kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono belum terintegrasi optimal karena aliran barang belum efektif yang mana masih didominasi oleh satu tingkat lembaga pemasaran yaitu pengumpul besar kopi yang memiliki kekuatan dalam menyediakan modal tanpa anggungan; dan 2) Pola saluran pemasaran yang paling efisien adalah pada pola saluran ketiga yaitu petani menjual langsung hasil panen ke eksportir, dibandingkan dengan pola saluran pemasaran pertama, kedua dan keempat. Hasil tersebut disimpulkan dari total margin pemasaran pada saluran ketiga sebesar Rp 2.000,- per kilogram, yang mana nilai tersebut lebih kecil dari pada total margin pemasaran saluran pertama, kedua dan ketiga yang berturut-turut

sebesar Rp 20.000; Rp. 21.300; dan Rp 3.000,-. Selain itu hasil dari *farmer's share* juga menunjukkan bahwa keuntungan ditingkat petani lebih banyak diperoleh oleh petani yang menggunakan pola saluran pemasaran kopi ketiga. Nilai *farmer's share* pola saluran ketiga adalah 92,31 persen sedangkan pola saluran pertama, kedua dan ketiga adalah lebih rendah secara berturut-turut yaitu 19,03 persen; persen 18,08; dan 88,46 persen. Pola saluran pemasaran ketiga tersebut dapat dijadikan rekomendasi untuk petani dalam menggunakan rantai saluran pemasaran hasil panennya. Hal ini didasarkan pada nilai total margin yang paling rendah dan nilai *farmer's share* yang paling tinggi. Akan tetapi kondisi ini berbanding terbalik dengan nilai sosial yang diterima oleh petani dari pihak pola saluran pemasaran ketiga yakni perusahaan eksportir. Perusahaan eksportir tidak memberikan fasilitas apapun terutama dalam penyediaan modal usahatani, padahal ketersediaan modal dari pihak lembaga pemasaran sangat diperlukan sekali oleh petani. Oleh karena itu, peran pemerintah seperti mendirikan lembaga peminjaman modal usahatani dalam hal ini perlu untuk dilakukan.

Kata kunci: kopi, rantai pasok, efisiensi



SUMMARY

NURUL ANISYAH. 125040100111008. Supply Chain and Marketing Efficiency of Coffee Analysis at Sumber Tani Farmer Group, Sukodono Village, Dampit Sub-district, Malang Regency. Under guidance of Mangku Purnomo, SP., MSi., Ph.D.

Coffee is the one of plantation commodity which strategic and have an important role to fulfill domestic needs as well as a foreign exchange earner of the country. Coffee producer areas of the Indonesian country's largest are Province of South Sumatra, Bengkulu and Lampung. However, other areas in Indonesian region also have a potential for cultivation and development of coffee production. One of the potential areas for cultivation and development of Indonesian coffee commodity is in Dampit Sub-district, Malang Regency, East Java Province. The quality and flavour of Dampit Sub-district coffee has been recognized the world community and got a Common Code for Coffee Community Association certificate. So, with the height potential of coffee commodity needs supports to do an effort in order to the farmer as a manufacturer or producer of coffee were able to satisfy consumer demand from both of the quantity and quality it also increasing farmers income. The concept of supply chain management is a concept that can be applied to the coffee commodity in order to increase the efficiency in each of the coffee supply chain. Sumber Tani Farmer Group at Sukodono Village, Dampit Sub-district have primary problem in the coffee marketing which is weak coordination among agencies involved in the Sumber Tani farmer group coffee supply chain ranging from farmers, middleman, wholesaler, up to exporters. The low ability of farmers to fulfill the quality market standard is also still low so that condition made the farmers production have low bargaining power.

The purpose of this research is to identify the condition of the coffee supply chain and analysis the efficiency of marketing coffee on each marketing channels at Sumber Tani farmer group, Sukodono Village, Dampit Sub-district. Research location was determined by purposive. The farmers respondent was determined by census methods and snowball sampling was used to determined marketing agencies. Data analysis technique consists of descriptive qualitative using supply chain theory and quantitative descriptive using the marketing theory in the form of marketing margins and farmer's share.

The results of this research is: 1) The condition of coffee supply chain at Sumber Tani farmer group, Sukodono Village, Dampit Sub-district had not yet been optimal integrated due to the flow of goods has not been effective because dominated by one level of marketing agency that is coffee wholesaler that has strength in providing capital without collateral; and 2) The most efficient marketing channels model is on a third channel model i.e. farmers selling their coffee directly to the exporter as compared to the first, the second and the fourth of marketing channels model,. The results deduced from the total marketing margins on the third channel as big as IDR 2.000.- per kilogram, which is where the value is smaller than the first, the second and the third of the total margin of marketing channels row as big as IDR 20.000.- per kilogram; IDR 21.300,- per kilogram; and IDR 3.000,- per kilogram. In addition, the results of farmer's share also shown that the farmers level more benefits used by farmers who use the third

coffee marketing channels model. The value of the farmer's share of the third channel model is 92.31 percent while the models of the first channel, the second and third are lower in row i.e. 19.03 percent; 18.08 percent; and 88.46 percent. The third marketing channels model can use to become recommendation for farmers in their marketing channels production. This condition based on lowest of the total margin value and highest of farmers share value. Therefore, this condition inversely proportional with the social value that had accepted by the farmers from exportir cooperation that is the third marketing channels model. The exportir cooperation haven't give a facilities especially in fixing the capital of farming, whereas availability of farming capitals from marketing institution indispensable by the farmers. So, government role such lending institutions capital farming indispensable.

Key words: coffee, supply chain, efficiency



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul “Analisis Rantai Pasokan dan Efisiensi Pemasaran Kopi Pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang” dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua yang senantiasa mendukung kegiatan pendidikan penulis.
2. Mangku Purnomo, SP., MSi., Ph.D. selaku ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dan pembimbing skripsi yang telah membimbing serta memberi kritik dan saran atas penulisan skripsi ini dengan penuh kesabaran.
3. Dr. Ir. Abdul Wahib M., MS dan Dwi Retnoningsih, SP., MP.MBA selaku majelis penguji atas nasehat, arahan dan bimbingan kepada penulis.
4. Pihak Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Dampit, Balai Desa Sukodono Kecamatan Dampit, Petani Kopi, Pengumpul Kopi, Perusahaan Eksportir Kopi atas kesempatan melakukan *small Forum Group Discussion* dan masukan yang membangun untuk penulisan skripsi ini.
5. Semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi materi, sistematika, maupun penyusunan bahasa. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi semakin sempurnanya penulisan skripsi ini. Penulis berharap, semoga penulisan skripsi ini mampu memberikan manfaat kepada pembaca dan bermanfaat dalam pengembangan pengetahuan secara umum.

Malang, April 2016

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jombang pada tanggal 13 Agustus 1994. Penulis merupakan putri pertama dari Bapak Mulyan dan Ibu Ngatin. Jumlah saudara kandung penulis adalah dua bersaudara.

Penulis mulai menempuh pendidikan dasar di SDN Gelaran 1 Jombang pada tahun 2000 sampai dengan tahun 2006. Kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN 1 Bareng Jombang pada tahun 2006 sampai dengan tahun 2009. Pada tahun 2009, penulis menempuh pendidikan menengah atas di SMAN Bareng Jombang sampai dengan tahun 2012. Tahun 2012 di bulan Agustus, penulis terdaftar menjadi salah satu mahasiswa Strata-1 Universitas Brawijaya Malang. Penulis menempuh pendidikan di Universitas Brawijaya sebagai mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Jalur pendidikan yang digunakan untuk melakukan pendidikan adalah jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian, penulis pernah menjadi asisten praktikum mata kuliah Pengantar Ekonomi Pertanian tahun akademik 2012 sampai dengan tahun 2014, mata kuliah Matematika Ekonomi tahun akademik 2013 sampai dengan tahun 2014, mata kuliah Manajemen Agribisnis akademik 2013 sampai dengan tahun 2014, mata kuliah Ekonomi Mikro tahun akademik 2013 sampai dengan tahun 2014, dan mata kuliah Ekonomi Pembangunan Pertanian tahun akademik 2014 sampai dengan tahun 2015. Penulis juga pernah aktif dalam kepengurusan Lembaga Kemahasiswaan Pusat Riset dan Penelitian Mahasiswa (PRISMA) Fakultas Pertanian sebagai Biro Administrasi dan Ketatausahaan pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2014. Selain itu penulis pernah menjadi anggota *Agriculture Leadership Program* FP UB tahun 2012 dan pernah mengikuti kegiatan magang kerja dengan PERMASETA di Artha Bonsai Kota Batu Malang pada bulan Januari tahun 2014. Penghargaan yang pernah diterima penulis selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian adalah menjadi mahasiswa pendamping berprestasi pada program pendampingan upaya khusus peningkatan produksi padi, jagung dan kedelai di Jawa Timur pada tahun 2015. Penghargaan tersebut diberikan oleh Badan Penyuluh dan Pengembangan Sumberdaya Pertanian Kementerian Pertanian pada bulan Desember 2015.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teori Tentang Kopi	9
2.3 Tinjauan Teori Tentang Rantai Pasok	10
2.4 Tinjauan Teori Tentang Pemasaran	15
2.5 Tinjauan Teori Tentang Pemasaran Kopi	21
III. KERANGKA TEORITIS	24
3.1 Kerangka Pemikiran	24
3.2 Hipotesis	27
3.3 Batasan Masalah	27
3.4 Definisi Operasional	27
IV. METODE PENELITIAN	31
4.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian	31
4.2 Metode Penentuan Responden	31
4.3 Metode Pengumpulan Data	32
4.4 Metode Analisis Data	35
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	37

5.1 Hasil	37
5.1.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	37
5.1.2 Gambaran Umum Kelompok Tani Daerah Penelitian	44
5.1.3 Distribusi Karakteristik Responden	49
5.1.4 Deskripsi Proses Budidaya Tanaman Kopi	58
5.2 Pembahasan	79
5.2.1 Identifikasi Kondisi Rantai Pasok Kopi	79
5.2.2 Marjin Pemasaran Kopi Pada Masing-Masing Saluran Pemasaran	96
VI. PENUTUP	105
6.1 Kesimpulan	105
6.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	109



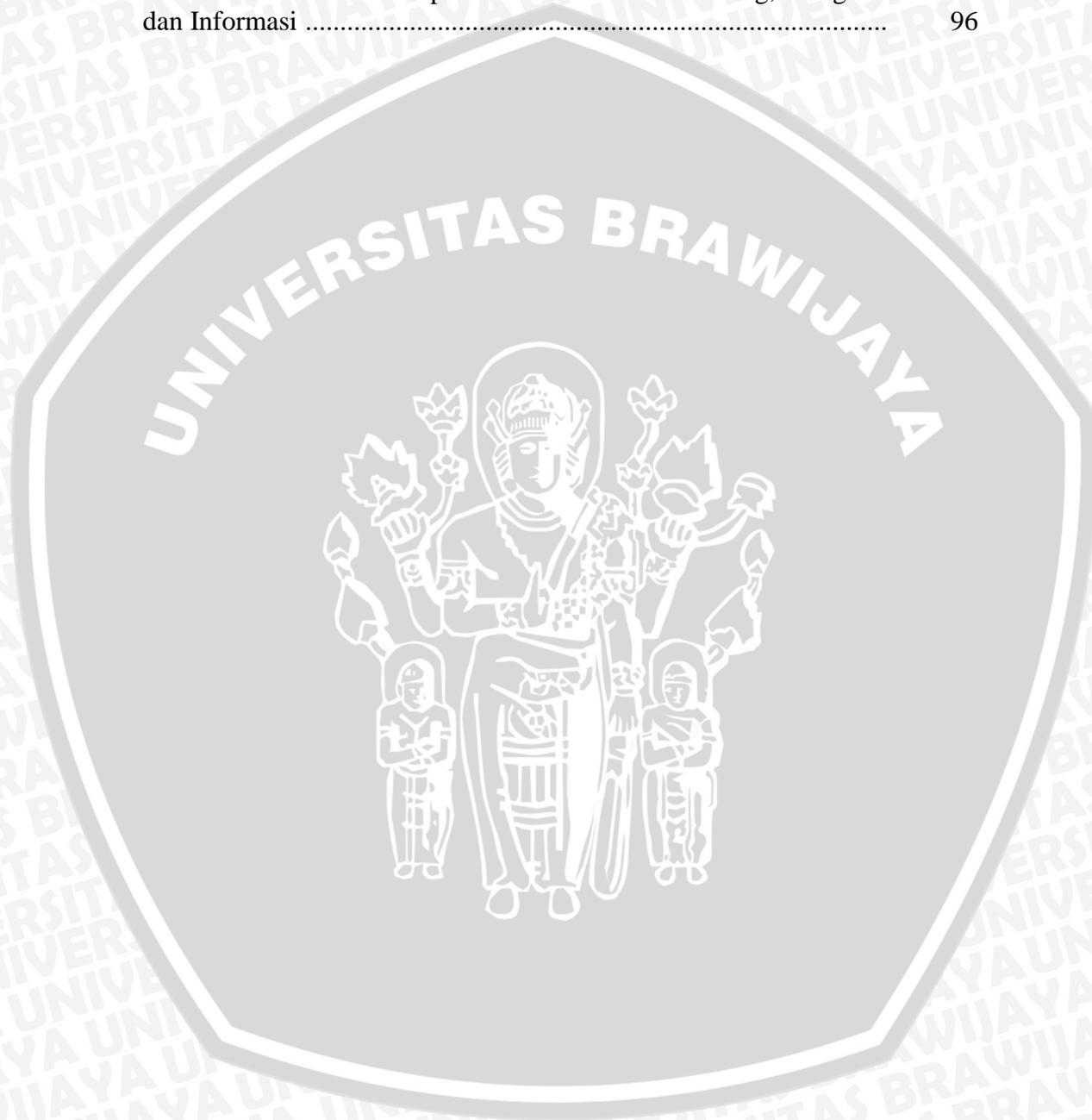
DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1	Perbedaan Karakteristik Kopi Robusta dan Kopi Arabika.....	21
2	Luas Wilayah Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang.....	41
3	Komposisi Penduduk Desa Sukodono Menurut Jenis Kelamin Pada Tahun 2013	42
4	Distribusi Penduduk Desa Sukodono Berdasarkan Mata Pencaharian	42
5	Persebaran Penduduk Desa Sukodono Kecamatan Dampit Tahun 2013 Berdasarkan Tingkat Pendidikan	43
6	Data Anggota Kelompok Tani Sumber Tani	47
7	Data Luas Lahan dan Produksi Kopi Tahun 2015 Kelompok Tani Sumber Tani	49
8	Karakteristik Responden Petani Kopi Kelompok Tani Sumber Tani Berdasarkan Kelompok Umur	50
9	Karakteristik Responden Petani Kopi Berdasarkan Tingkat Pendidikan	51
10	Karakteristik Responden Petani Kopi Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga	52
11	Karakteristik Responden Petani Kopi Berdasarkan Pengalaman Mengusahakan Tanaman Kopi	53
12	Luas Lahan Responden Petani Kopi	54
13	Distribusi Responden Lembaga Pemasaran Kopi Pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono	55
14	Rincian Rata-Rata Biaya Pembelian Pupuk Oleh Petani Responden Tahun 2015	68
15	Penjualan Kopi Menurut Bentuknya	78
16	Distribusi Penjualan Kopi Pada Masing-Masing Lembaga	90
17	Analisis Marjin Pemasaran Saluran 1	97
18	Analisis Marjin Pemasaran Saluran 2	98
19	Analisis Marjin Pemasaran Saluran 3	99
20	Analisis Marjin Pemasaran Saluran 4	101
21	Perbandingan Total Marjin Pemasaran dan Nilai Dari <i>Farmers Share</i> Pada Masing-Masing Saluran	102

DAFTAR GAMBAR

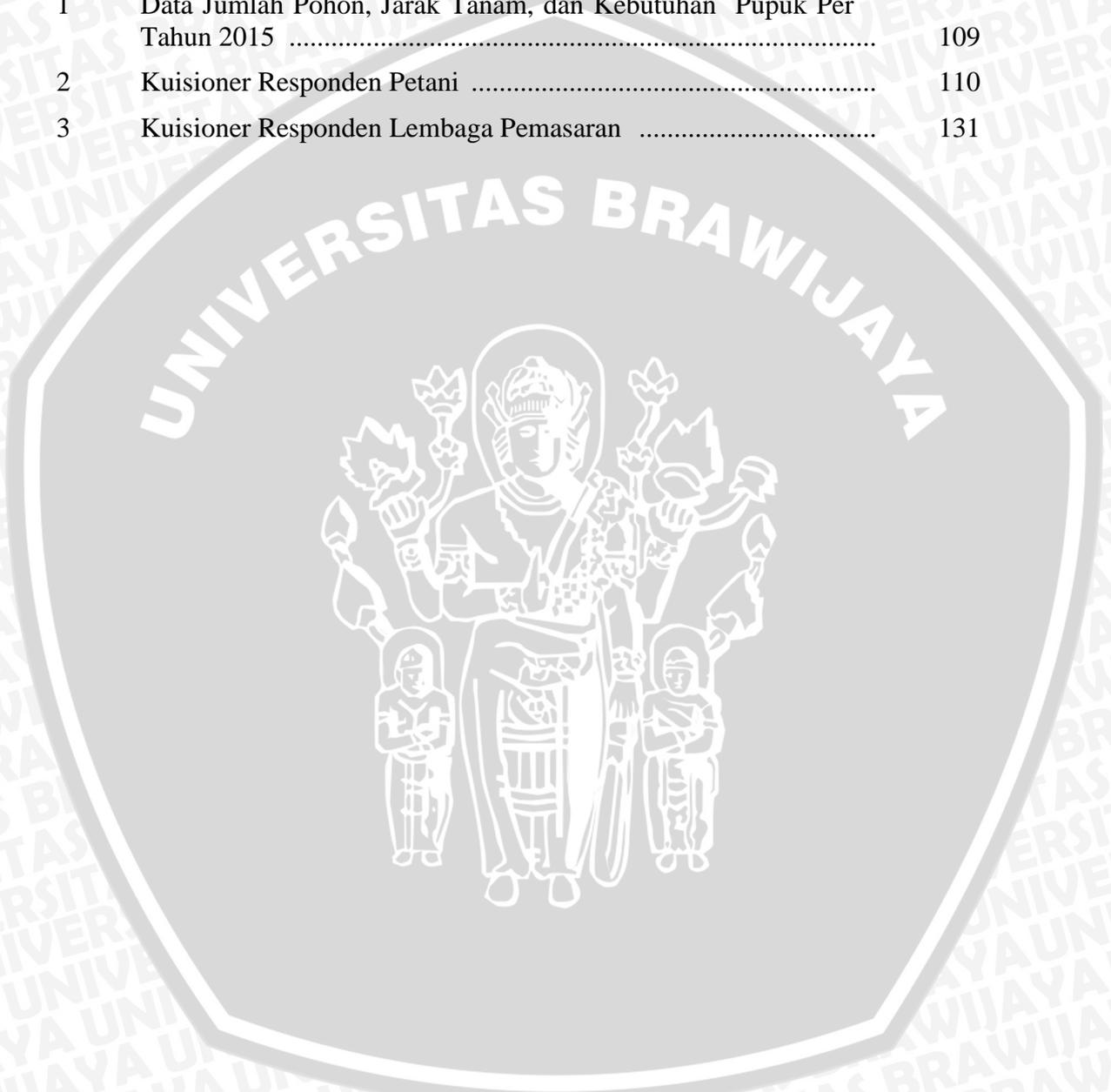
Nomor	Teks	Halaman
1	Penampilan Biji Kopi Robusta dan Kopi Arabika	10
2	Alur Rantai Pasok Kentang di United Kingdom.....	13
3	Saluran Pemasaran Pelanggan	17
4	Skema Pemasaran Kopi Secara Modern	22
5	Skema Penelitian Analisis Rantai pasok Kopi	28
6	Wawancara Dengan Bapak Tarman Sebagai Responden Petani.....	32
7	Hasil Dokumentasi Salah Satu Pupuk yang Digunakan Petani Dalam Usahatani Kopi	34
8	Lokasi Provinsi Jawa Timur dalam Peta Negara Indonesia	37
9	Lokasi Kabupaten Malang di Provinsi Jawa Timur	38
10	Lokasi Kecamatan Dampit di Kabupaten Malang	38
11	Peta Potensi Komoditas Pertanian Kecamatan Dampit	39
12	Peta Desa Sukodono	40
13	Struktur Organisasi Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Tahun 2015	45
14	Grafik Hubungan Petani dengan Pengalaman Petani dalam Usahatani Tanaman Kopi	54
15	Pola Tanam Kebun Kopi di Dekat Rumah dan di Lahan Perhutani	59
16	Contoh Bahan Stek Batang Tanaman Kopi	60
17	Penyulaman Kopi Robusta Klon BP 308 Umur 2 Minggu	63
58	Kegiatan Penyambungan Dengan Entres Kopi Robusta Klon BP 534	66
19	Pemupukan yang Dilakukan	68
20	Alat Pemotong Gulma dan Contoh Herbisida	71
21	Kegiatan Pewiwilan	73
22	Sarang semut pada pohon kopi; Pestisida Ripcord; Senyawa Atrakop	75
23	Penyakit Cabuk Pada Pohon Kopi	75
24	Diagram Alur Penanganan Kopi Glondong Menjadi <i>Coffee Bean</i>	77

25	Pola Aliran Barang	85
26	Skema Saluran Pemasaran Kopi	87
27	Pola Aliran Uang	92
28	Pola Aliran Informasi	93
29	Contoh Profil Petani Responden Dalam Aliran Barang, Uang dan Informasi	96



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1	Data Jumlah Pohon, Jarak Tanam, dan Kebutuhan Pupuk Per Tahun 2015	109
2	Kuisisioner Responden Petani	110
3	Kuisisioner Responden Lembaga Pemasaran	131



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kementerian Pertanian (2015) menyatakan bahwa salah satu subsektor pertanian andalan Indonesia adalah subsektor perkebunan. Selama bulan Agustus sampai September tahun 2015, volume ekspor komoditas perkebunan mengalami peningkatan yaitu dari 3,09 juta ton menjadi 3,40 juta ton. Komoditas perkebunan yang memiliki potensi sumberdaya alam dan peluang pasar untuk dikembangkan diantaranya adalah kelapa, karet, kelapa sawit, kopi, kakao, kemiri, pinang, kacang mede, rami, dan ketumbar.

Kopi merupakan salah satu komoditi strategis yang memiliki peran penting untuk memenuhi kebutuhan domestik. Selain itu kopi juga sebagai komoditi ekspor penghasil devisa negara. Pada tahun 2014, kopi menyumbang devisa negara sebesar US\$1.030,7 juta atau 17,86 persen dari total ekspor komoditi pertanian. Nilai tersebut adalah penyumbang nomor dua setelah udang beku atau segar yang sebesar US\$1.706,8 juta atau 29,58 persen dari total ekspor komoditi pertanian. Sehingga kopi menjadi komoditi unggulan yang perlu untuk dikembangkan (BPS, 2015).

Di Indonesia hampir seluruh pulau merupakan daerah penghasil kopi yakni meliputi Sumatera, Jawa, Bali, Nusa Tenggara, Sulawesi, Kalimantan, Maluku dan Papua. Akan tetapi daerah penghasil kopi terbesar adalah di provinsi Sumatera Selatan, Lampung, dan Bengkulu (Ditjenbun, 2013). Adapun volume ekspor kopi Indonesia pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 menurut BPS (2015) secara berturut adalah 447.010,8 ton; 532.139,3 ton; 382.750,3 ton. Hal ini menunjukkan bahwa volume ekspor kopi di Indonesia dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 tidak selalu konstan dan bahkan mengalami penurunan pada tahun 2014. Penurunan volume ekspor menurut Ditjenbun (2012) dalam Kemendag (2014) dipicu oleh musim kemarau yang datang di awal musim sehingga mampu mengurangi pembungaan tanaman kopi, sementara itu musim hujan yang berlebihan dapat mengurangi hasil panen. Selain itu, kurang lebih 60% luas lahan perkebunan kopi Indonesia telah berumur diatas 25 tahun yang menyebabkan turunnya produktivitas kopi. Sedangkan konsumsi kopi dunia pada

tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 menurut *International Coffee Organization* (2015) dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan yakni secara berturut adalah 143.245 ton; 147.889 ton; dan 150.164 ton.

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu daerah di pulau jawa yang memiliki potensi dalam budidaya tanaman kopi meskipun produktivitasnya masih rendah. Kawasan penghasil kopi yang terkenal meliputi Kabupaten Jember, Bondowoso, Banyuwangi, Situbondo, Lumajang, Malang, Probolinggo, Kediri, Blitar, Madiun, Trenggalek, Magetan, dan Ngawi (Balitbang Pertanian, 2012). Data volume ekspor kopi di Provinsi Jawa Timur pada bulan Juni sampai dengan bulan September tahun 2015 mengalami peningkatan. Pada bulan Juni sampai dengan bulan September volume ekspor berturut-turut sejumlah 4.928,935 ton; 4.517,239 ton; 8.019,487 ton; dan 9.961,455 ton.

Provinsi Jawa Timur mengusahakan komoditi kopi dalam bentuk Perkebunan Rakyat, Perkebunan Besar Negara dan Perkebunan Besar Swasta (Disbun Jatim, 2012). Selanjutnya Dirjenbun (2014) menyebutkan luas areal kopi di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2013 seluas 102.657 ha dengan produksi 5.986 ton. Areal perkebunan kopi rakyat seluas 61.298 ha atau 59,71 persen dari total areal kopi di Jawa Timur. Sisanya merupakan milik Perkebunan Besar Negara seluas 21.327 ha atau 20,77 persen dan Perkebunan Besar Swasta 20.032 ha atau 19,51 persen.

Kabupaten Malang adalah salah satu sentra produksi kopi di wilayah Jawa Timur yang memiliki beberapa wilayah potensial untuk pengembangan komoditas kopi, salah satunya terletak di Kecamatan Dampit. Luas lahan perkebunan kopi di Kabupaten Malang mencapai 13.366,15 Ha. Terdapat tiga kecamatan di Kabupaten Malang yang sebagai wilayah unggulan komoditas kopi yaitu Kecamatan Ampelgading, Tirtoyudo dan Dampit atau yang lebih dikenal sebagai wilayah Amtirdam. Ketiga kecamatan tersebut juga merupakan wilayah yang memiliki luas lahan perkebunan kopi lebih luas dari pada kecamatan lain di Kabupaten Malang. Luas lahan perkebunan kopi di Kecamatan Ampelgading seluas 1.667 Ha dengan produksi biji kopi 625,50 Ton, Kecamatan Tirtoyudo seluas 2.327 Ha dengan produksi biji kopi 1.034,25 Ton, dan Kecamatan Dampit luas lahan usahatani kopi seluas 2.760 ha dan total produksi biji kopi sejumlah

1.435,88 ton (KMDA, 2013). Sementara itu, Arifin (2014) menuliskan bahwa cita rasa dan kualitas kopi Kecamatan Dampit telah diakui masyarakat dunia serta kopi kabupaten Malang telah mendapat sertifikat *Common Code for the Coffee Community Association (4C Association)* yang merupakan asosiasi industri kopi dunia berpusat di Bonn, Jerman.

Melihat potensi yang dimiliki oleh komoditas kopi begitu besar maka perlu dilakukan suatu upaya agar petani sebagai produsen atau penghasil kopi mampu memenuhi permintaan konsumen baik dari kuantitas maupun kualitas. Menurut Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian (2012) untuk menjadikan sektor pertanian menjadi sektor yang bisa sejajar dengan sektor lainnya perlu diterapkan konsep *Supply Chain Management (SCM)* dalam memenuhi permintaan konsumen. Penerapan konsep SCM dalam pertanian akan meningkatkan efisiensi di setiap rantai, sehingga pelaku dalam rantai pasok dapat memperoleh manfaat, mulai dari hulu sampai ke hilir. Oleh karena itu apabila konsep tersebut juga diterapkan pada komoditas kopi, tidak menutup kemungkinan juga dapat meningkatkan nilai efisiensi di setiap rantai pasok kopi.

Budidaya kopi di Kecamatan Dampit berupa kelompok tani kopi rakyat. Salah satu kelompok tani yang melakukan usahatani kopi di Kecamatan Dampit adalah kelompok tani Sumber Tani, Desa Sukodono. Permasalahan utama yang dihadapi pemasaran kopi di Kelompok Sumbertani, Desa Sukodono berdasarkan survei pendahuluan adalah lemahnya koordinasi antar lembaga yang terlibat didalam rantai pasok kopi mulai dari petani, pengumpul kecil, pengumpul besar sampai ke perusahaan eksportir serta rendahnya kualitas yang hasil panen kopi. Selain itu saluran pemasaran kopi juga belum diketahui dengan jelas sedangkan peningkatan efisiensi pemasaran merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat terutama petani kopi.

Lemahnya koordinasi antar lembaga rantai pasok, rendahnya kualitas hasil panen dan belum diketahui dengan jelas saluran pemasaran yang ada merupakan suatu tantangan tersendiri yang harus dijawab oleh petani maupun kelompok tani sebagai produsen kopi. Kunci untuk menjawab tantangan tersebut adalah keunggulan kompetitif yang harus dicapai oleh kelompok tani Sumber Tani dalam memberikan nilai produk ke konsumen. Nilai produk merupakan peningkatan

kualitas hasil panen kopi serta selarasnya kegiatan koordinasi antar lembaga pemasaran dalam kegiatan rantai pasok kopi baik aliran barang, uang dan informasi yang baik.

Permasalahan pada sistem pemasaran kopi yang ada di kelompok tani Sumber Tani penting dan perlu untuk dilakukan identifikasi anggota rantai pasok yang terlibat sehingga akan mengetahui kondisi rantai pasok yang ada. Kondisi rantai pasok digunakan untuk mengetahui pelaku kegiatan rantai pasok dan mengetahui aliran produk, informasi dan uang yang terjadi pada masing-masing pihak-pihak mulai dari hulu ke hilir. Selain itu juga perlu untuk menganalisis tingkat efisiensi pemasaran sehingga diharapkan dapat sebagai upaya petani untuk meningkatkan pendapatannya.

1.2 Rumusan Masalah

Usahatani tanaman kopi pada anggota kelompok tani Sumber Tani berorientasi pada konsumsi pasar, bukan konsumsi sendiri. Petani umumnya menjual hasil panen dalam bentuk *coffee bean* dengan kualitas petik merah 70-80 persen di kebun. Hasil panen yang diperoleh petani anggota kelompok tersebut belum sesuai dengan standar perusahaan ekspor yakni minimal 85% petik merah kebun.

Rendahnya kemampuan petani untuk menyesuaikan standar kualitas yang sesuai dengan perkembangan pasar menjadikan kualitas kopi dan daya tawar petani ikut rendah. Kualitas kopi dan daya tawar rendah menyebabkan lemahnya posisi petani dalam menentukan harga hasil produksi. Sedangkan harga kopi cenderung berfluktuasi sehingga petani harus mengikuti dan menerima berapapun harga yang ditentukan oleh pasar. Seringkali petani menjadi pihak yang paling sedikit menerima keuntungan maupun mengalami kerugian.

Potensi pengembangan usahatani kopi yang cukup tinggi tidak diiringi dengan harga jual yang diterima oleh petani yakni relatif rendah. Hal ini dikarenakan oleh rendahnya daya tawar yang dimiliki oleh petani kepada pedagang. Selain itu, kegiatan pasca panen yang dilakukan oleh petani juga masih sebatas perubahan bentuk menjadi *coffee bean* tanpa adanya sortasi dan *grading*. Padahal permintaan kopi dunia semakin meningkat, sehingga pedagang besar yang bergerak dalam pemenuhan permintaan konsumen belum bisa memenuhi

permintaan. Untuk mendapatkan kuantitas dan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan, maka mendorong adanya pedagang pengumpul maupun lembaga pemasaran lainnya. Hal ini memicu meningkatnya biaya pemasaran. Oleh karena itu, kondisi pasar tersebut dapat menyebabkan terjadinya sistem pemasaran yang kurang efisien.

Sistem pemasaran merupakan hal yang harus mendapatkan perhatian dalam memproduksi suatu komoditas. Esmara (1984) dalam Sustiyana (2013) mengungkapkan bahwa aspek yang paling menonjol dalam meningkatkan sektor basis dalam perekonomian suatu wilayah adalah aktivitas pemasaran komoditas. Berdasarkan penelitian pendahuluan, komoditi perkebunan kopi di kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono masih belum diketahui jelas saluran pemasarannya sedangkan peningkatan efisiensi pemasaran merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat terutama petani kopi.

Indrajit dan Djokopranoto (2005) mengemukakan bahwa rantai pasok adalah masing-masing hubungan yang menjadi satu kesatuan dalam melaksanakan penyaluran pasok barang atau jasa dari tempat asal sampai ke pembeli atau pelanggan. Rantai pasok menyangkut hubungan yang terus menerus mengenai barang, uang dan informasi. Barang umumnya mengalir dari hulu ke hilir, uang mengalir dari hilir ke hulu, sedangkan informasi mengalir baik dari hulu ke hilir maupun sebaliknya.

Rantai pasok kopi yang selama ini telah ada umumnya merupakan rantai pasok yang belum terorganisir dengan baik, sehingga hanya menguntungkan beberapa pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Sehingga perlu dilakukan pengidentifikasian siapa saja pelaku dan bagaimana kondisinya dalam kegiatan rantai pasok kopi dan mengukur efisiensi saluran pemasaran yang ditemukan. Kondisi rantai pasok kopi diidentifikasi melalui aliran barang, uang dan informasi sedangkan mengukur efisiensi saluran pemasaran melalui nilai margin dan *farmer's share* pada setiap saluran pemasaran kopi yang ditemukan. Berikut rumusan masalah dalam penelitian pada kelompok tani Sumber Tani, Desa Sukodono, Kecamatan Dampit adalah:

1. Bagaimana kondisi rantai pasok kopi?

2. Bagaimana saluran pemasaran yang paling efisien di kegiatan pemasaran kopi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian pada kelompok tani Sumber Tani, Desa Sukodono, Kecamatan Dampit adalah:

1. Mengidentifikasi kondisi rantai pasok kopi.
2. Menganalisis efisiensi saluran pemasaran pada setiap saluran pemasaran.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Sebagai referensi untuk menetapkan kebijakan pengembangan komoditas kopi pada kelompok tani Sumbertani, Desa Sukodono, Kecamatan Dampit bagi pelaku industri, wirausahawan, maupun instansi-instansi pemerintahan khususnya Kabupaten Malang.
2. Sebagai referensi bagi petani kopi dalam menjalankan aktifitas rantai pasok agar tercapai sistem rantai pasok yang berkesinambungan, menguntungkan semua pihak, dan meningkatkan daya saing pemasaran kopi, khususnya pada kelompok tani Sumbertani, Desa Sukodono, Kecamatan Dampit.
3. Sebagai referensi bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian tentang kopi maupun penelitian lanjutan tentang rantai pasok kopi.
4. Sebagai tambahan wawasan kepada masyarakat umum tentang gambaran pemasaran kopi, khususnya pada kelompok tani Sumbertani, Desa Sukodono, Kecamatan Dampit.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang analisis rantai pasokan suatu komoditas pertanian khususnya tanaman perkebunan sudah cukup banyak dilakukan, akan tetapi untuk analisis rantai pasok tanaman kopi pada suatu kelompok tani masih belum banyak dilakukan sehingga perlu dilakukan penelitian tentang hal ini. Hasil dari berbagai studi kasus penelitian yang telah dilakukan tentang rantai pasok komoditas perkebunan, menunjukkan beragam hasil yang terdapat dalam pola rantai pasok. Berikut akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu tentang analisis rantai pasok suatu komoditas.

Wuwung (2013) melakukan penelitian dengan judul Manajemen Rantai Pasok Produk Cengkeh Pada Desa Wawona Minahasa Selatan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisa efisiensi alur kerja untuk mempercepat manajemen rantai pasokan produk cengkeh. Alat analisis yang digunakan adalah *supply chain management* (SCM) dengan menggunakan alat analisis rantai pasok dari awal sampai akhir dengan proses aktivitas pengadaan bahan baku, menjadi barang setengah jadi dan produk akhir serta pengiriman ke pelanggan. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ditemukan bahwa petani masih menggunakan metode barter dalam melakukan kegiatan manajemen rantai pasok cengkeh sehingga hal ini tidak efisien serta banyak mengorbankan waktu dan biaya.

Khotimastuti (2013) melakukan penelitian dengan judul Analisis *Supply Chain Management* Rumput Laut *Eucheuma Cottoni* di Indonesia Studi pada Klaster Rumput Laut Waingapu, Sumba Timur. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisa alur *supply chain*, mengetahui pengaruh kemanfaatan sistem minapolitan bagi setiap komponen pelaku usaha, dan mengidentifikasi *value added* dalam *supply chain* rumput laut. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan LFA sebagai alat analisisnya untuk mengetahui perkembangan dari pelaksanaan proses klaster industri rumput laut Waingapu serta mengetahui proses SCM yang telah dijalankan oleh pelaku usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum terbangun sistem SCM yang baik oleh pelaku usaha

dalam klaster industri. Setiap pelaku masih melakukan aktivitas usaha secara parsial, yaitu tidak adanya kerjasama yang terbangun dalam mekanisme pengadaan. Pemerintah masih berkonsentrasi di pembentukan kelembagaan di sektor hulu yaitu sektor budidaya dengan memberikan penguatan pendampingan dan permodalan agar dapat melahirkan kestabilan produksi dan minat bagi pembudidaya untuk senantiasa melakukan aktivitas budidaya.

Nurhuda (2013) melakukan penelitian dengan judul Analisis Manajemen Rantai Pasok Kentang (*Solanum tuberosum* L.) Studi Kasus di Desa Ngadas Kecamatan Poncokusumo Kabupeten Malang. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis rantai pasokan kentang dan menganalisis efisiensi pemasaran kentang pada masing-masing saluran pemasaran. Pengujian variabel dengan menggunakan metode analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif. Hasil penelitian yang pertama menunjukkan bahwa rantai pasok kentang di Desa Ngadas terdiri dari petani, penebas lokal, pedagang besar dan pedagang pengecer. Kedua, distribusi margin pada pemasaran kentang di daerah penelitian belum merata karena adanya lembaga pemasaran yang mengambil keuntungan lebih besar. Sedangkan secara *share* harga yang didapatkan petani semua saluran pemasaran belum efisien karena *farmers share* masih kurang dari 90%.

Anggasasi (2015) melakukan penelitian dengan judul Analisis *Supply Chain Management* Produk Olahan Kopi di Perusahaan Daerah Perkebunan Kahyangan Jember Studi Kasus di Kebun Sumberwadung Desa Karang Harjo Kecamatan Silo. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kinerja rantai pasokan, margin pemasaran dan *share* keuntungan serta kebijakan pengembangan produk olahan kopi. Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analitik. Alat analisis berupa *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) versi 11.0, analisis distribusi margin pemasaran, dan analisis SWOT. Hasil yang diperoleh adalah rantai pasokan produk olahan kopi memiliki kinerja yang baik pada atribut *Reliability*. Margin pemasaran lebih efisien dan *share* keuntungan kopi Kahyangan lebih adil pada aliran rantai pasok dengan Koperasi PDP sebagai anggota pemasaran. Selain itu usaha produk olahan kopi PDP Kahyangan Jember berada pada posisi sedang menghadapi masalah pangsa pasar yang rendah.

Berdasarkan keempat penelitian terdahulu, maka dapat diketahui bahwa

penelitian untuk menganalisis manajemen rantai pasok suatu komoditas mulai dari pengadaan bahan baku produksi sampai ke tangan konsumen akhir dapat dilakukan dengan metode penelitian deskriptif pendekatan kualitatif. Penelitian ini mengangkat judul “Analisis Rantai Pasokan dan Efisiensi Pemasaran Kopi Pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah lokasi penelitian yang dilakukan fokus pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang. Metode yang digunakan adalah dengan analisis *Supply Chain* untuk melihat kondisi rantai pasok kopi dan analisis margin pemasaran untuk melihat perbedaan margin pemasaran masing-masing saluran pemasaran pada pola pemasaran yang ditemukan. Selain itu juga menggunakan dan analisis *farmer share* untuk melihat *share* keuntungan yang diterima oleh petani pada setiap pola saluran pemasaran yang ditemukan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan kondisi rantai pasok kopi dan menganalisis margin pemasaran serta *farmer share* masing-masing pola saluran pemasaran yang ada pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang.

2.2 Tinjauan Teori Tentang Kopi

Kopi (*Coffea sp*) merupakan tanaman yang termasuk keluarga besar Rubiaceae dan genus *Coffea*. Tanaman kopi memiliki perakaran tunggang, lurus ke bawah, pendek dan kuat. Daun kopi mempunyai bentuk bulat telur, ujungnya agak meruncing samapi bulat yang tumbuh pada batang, cabang dan ranting yang tersusun secara berdampingan. Besar kecil dan tebal tipis daun kopi dipengaruhi oleh varietas. Bunga tanaman kopi muncul pada cabang primer atau cabang sekunder, tersusun secara berkelompok. Tiap-tiap kelompok terdiri atas 4-6 kuntum bunga yang bertangkai pendek, berwarna putih ketika sudah mekar. Buah terdapat yang lokasi yang sama dengan bunga. Dari bunga sampai menjadi buah itu masak, membutuhkan waktu 7-9 bulan. Buah kopi yang masih muda berwarna hijau, sedangkan yang tua atau masak warnanya merah (AAK, 1988).

Kopi di Indonesia saat ini umumnya dapat tumbuh baik pada ketinggian tempat di atas 700 m di atas permukaan laut (dpl). Curah hujan yang sesuai untuk kopi adalah 1500-2500 mm per tahun, dengan rata-rata bulan kering 1-3 bulan dan

suhu rata-rata 15-25 derajat celcius dengan lahan kelas S1 atau S2 (Puslitkoka, 2006). Lebih lanjut Puslitbangbun (2010) menjelaskan bahwa tanaman kopi yang banyak dibudidayakan di Indonesia adalah varietas kopi robusta dan arabika. Akan tetapi varietas robusta saat ini lebih kurang 90 persen sedang diusahakan dari pada kopi varietas arabika. Hal ini dikarenakan, kopi robusta memiliki adaptasi yang lebih baik serta tahan terhadap penyakit karat daun. Sedangkan kopi arabika cenderung tidak tahan terhadap Adapun perbedaan karakteristik fisik antara biji kopi robusta dan arabika adalah biji kopi robusta memiliki bentuk biji bulat utuh, dan ukurannya lebih kecil dari arabika, sedangkan biji kopi arabika bentuk biji lonjong, gepeng, dan agak memanjang. Berikut Gambar 1 penampilan visual perbedaan biji kopi robusta dan arabika:



(a)

(b)

Gambar 6. Penampilan Biji Kopi Robusta (a) dan Kopi Arabika (b)
Sumber: *Specialty Coffee Indonesia*, 2014

2.3 Tinjauan Teori Tentang Rantai Pasok

Menurut Chopra dan Peter (2001), rantai pasok merupakan sebagai semua langkah yang terlibat dalam memenuhi permintaan setiap pelanggan. Rantai pasok terdiri dari perusahaan, pemasok, pengangkut, gudang, pengecer dan pelanggan. Panjang pendek rantai pasok berbeda-beda, tergantung dari jenis barang yang disimpan. Desain yang tepat dalam rantai tergantung dari tiap kebutuhan pelanggan dan peran setiap tahap yang terlibat dalam pemenuhan setiap kebutuhan. Setiap tahap dalam rantai pasok akan meningkatkan kesan dari produk atau penawaran melalui perpindahan yang terjadi dari pemasok kepada pengolah,-distributor, pengecer dan akhirnya kepada pelanggan secara berantai.

Indrajit dan Djokopranoto (2005) mengemukakan rantai pasok adalah masing-masing hubungan yang menjadi satu kesatuan dalam melaksanakan penyaluran pasok barang atau jasa dari tempat asal sampai ke pembeli atau pelanggan. Rantai pasok menyangkut hubungan yang terus menerus mengenai barang, uang dan informasi. Barang umumnya mengalir dari hulu ke hilir yang menggambarkan perjalanan produk secara fisik dari bahan mentah sampai ke konsumen akhir. Uang mengalir dari hilir ke hulu yang menggambarkan sistem penyaluran dan pembayaran para konsumen terhadap barang yang mereka konsumsi. Sedangkan informasi mengalir baik dari hulu ke hilir maupun sebaliknya yang menggambarkan arus pengaruh ataupun pengetahuan yang setiap lembaga pemasaran peroleh. Secara horizontal terdapat lima komponen pelaku dalam rantai pasok yaitu pemasok, pabrik pembuat barang, pedagang besar, pengecer, dan pelanggan. Secara vertikal terdiri dari pembeli, pengangkut, penyimpanan, penjual dan sebagainya. Secara umum beberapa pelaku utama dalam rantai pasok terdiri dari:

1. Pemasok

Pemasok dalam rantai pasok merupakan sebagai sumber yang menyediakan bahan pertama umumnya berupa bahan baku, bahan penolong, ataupun bahan lainnya yang diperlukan oleh produsen untuk menciptakan atau membuat produk sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen.

2. Produsen

Pemasok sebagai mata rantai pertama kemudian dihubungkan dengan *manufacturer* atau bentuk lain yang melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, mengassembling, merakit, mengkonversikan, atau menyelesaikan barang.

3. Distributor

Barang yang sudah dihasilkan produsen disalurkan kepada pelanggan melalui distributor. Barang dari pabrik melalui gudangnya disalurkan ke gudang distributor atau pedagang besar dalam jumlah besar.

4. Pengecer

Pedagang besar umumnya memiliki fasilitas gudang untuk menyimpan barang sebelum disalurkan ke pihak pengecer. Pada tahap ini terdapat kesempatan

untuk memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah persediaan dan biaya gudang, dengan cara melakukan desain kembali pola-pola pengiriman barang baik dari gudang pengolahan maupun ke toko pengecer.

5. Pelanggan

Pelanggan merupakan mata rantai pasok terakhir yang akan mengakhiri kegiatan rantai pasok. Pelanggan diharapkan ketika menerima barang yang bersangkutan dengan rasa puas dan menerima manfaat yang maksimal.

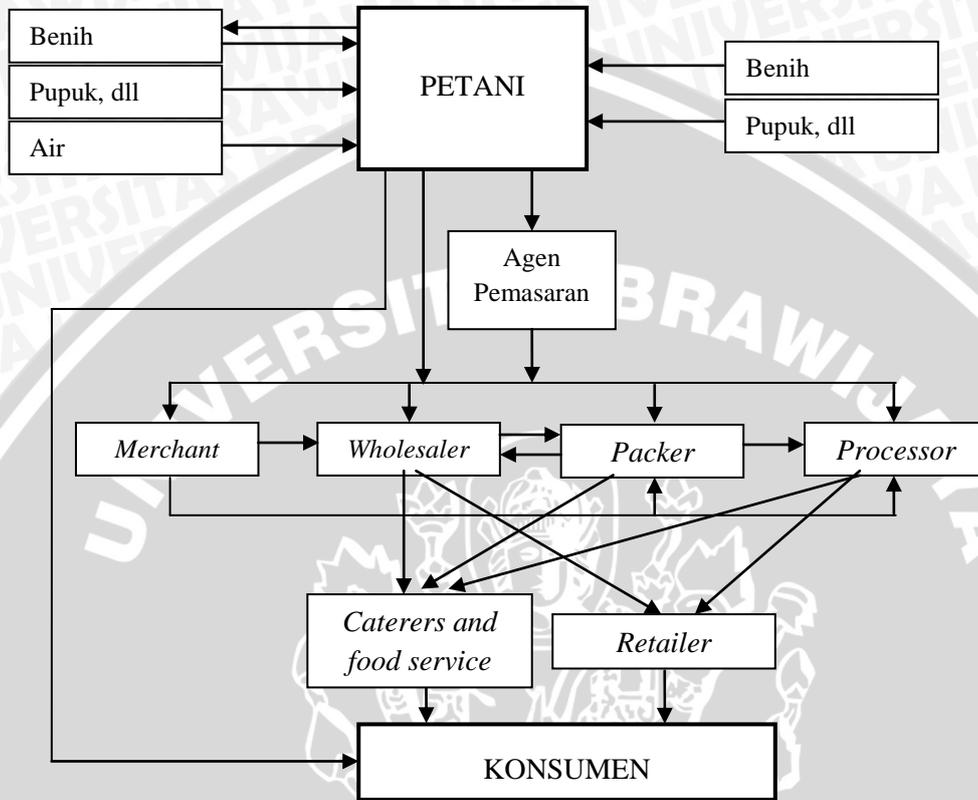
Definisi rantai pasok menurut Pujawan (2005) adalah suatu jaringan yang terdiri dari perusahaan-perusahaan untuk menciptakan suatu barang yang kemudian barang atau produk tersebut akan disalurkan ke pihak konsumen akhir. Perusahaan yang terlibat dalam kegiatan rantai pasok umumnya adalah supplier, pabrik, distributor, ritel, serta perusahaan pendukung lainnya. Terdapat tiga macam aliran yang harus dikelola dalam kegiatan rantai pasok yaitu aliran barang, aliran uang dan aliran informasi. Aliran barang merupakan suatu aliran yang mengalir dari hulu ke hilir; aliran uang mengalir dari hilir ke hulu; sedangkan aliran informasi bisa mengalir dari hulu ke hilir maupun hilir ke hulu. Pada aliran informasi umumnya informasi tentang persediaan produk, ketersediaan kapasitas produksi, dan status pengiriman bahan baku sering dibutuhkan oleh pelaku yang mengirim maupun menerima dalam suatu rantai pasok.

Lebih lanjut Pujawan menjelaskan bahwa kegiatan-kegiatan dalam cakupan *Supply Chain Management* secara umum adalah kegiatan yang terkait dengan aliran barang, uang dan informasi. Pada perusahaan manufaktur kegiatan-kegiatan utama yang masuk dalam klasifikasi *Supply Chain Management* meliputi:

1. Kegiatan merancang produk baru
2. Kegiatan mendapatkan bahan baku
3. kegiatan merencanakan produksi dan persediaan
4. Kegiatan melakukan produksi
5. Kegiatan pengiriman

S. Wilcockson dalam Bourlakis dan Wightman (2004) menguraikan rantai pasok kentang yang berada di United Kingdom (UK). Alasan S. Wilcockson memberikan penjelasan dari rantai pasok kentang adalah karena konsumen

membeli kentang dalam bentuk segar maupun bentuk olahan baik dari petani langsung maupun melalui perantara. Secara umum rantai pasok komoditas kentang relatif pendek dan jelas. Adapun skema atau alur rantai pasok kentang di UK disajikan pada Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 7. Alur Rantai Pasok Kentang di United Kingdom
 Sumber: Bourlakis dan Wightman, 2004

Petani memproduksi kentang untuk benih atau untuk dijual dalam bentuk segar maupun pengolahan. Sekitar 10% dari total produksi digunakan sebagai benih oleh petani. Sedangkan sekitar 60% dari total produksi yang sudah diambil untuk benih untuk penjualan dalam bentuk segar dan 40% dijual untuk pengolahan. Petani sebagai produsen memungkinkan menjual hasil tanaman mereka sendiri, terutama jika jumlah produksi tanaman kentang dalam skala luas, atau sebagai anggota dari sebuah koperasi atau kelompok pemasaran, dan biasanya menjual secara langsung kepada pembeli atau melalui agen pemasaran.

Ada beberapa pelaku dalam rantai pasok mencakup benih, pengemasan awal, pengolahan dan toko ikan dan keripik. Produsen utama memasok satu atau lebih dari rantai-rantai dan konsumen akhir akan membeli berbagai produk kentang yang berbeda dari berbagai toko-toko yang berbeda. Rantai pertama yang

ada adalah rantai paling pendek yang merupakan produsen dan konsumen adalah pelaku yang sama. Hal ini ditunjukkan dari hasil panen kentang petani yang digunakan sendiri oleh petani tersebut sebagai benih untuk menanam di musim tanam kentang selanjutnya, atau kentang hasil panen digunakan untuk konsumsi sendiri. Rantai kedua adalah petani menjual kentang secara langsung ke konsumen akhir di tingkat petani, toko pertanian, atau pasar pertanian. Rantai pasok yang lain lebih panjang yakni kegiatan pemasaran kentang untuk proses pengolahan dan untuk tujuan peningkatan nilai tambah. Konsumen akhir membeli kentang umumnya untuk persiapan di rumah atau untuk konsumsi di tempat *catering* dan pelayanan makanan seperti restoran.

Petani kentang juga menjual hasil panennya langsung ke pedagang kecil, pedagang besar, perusahaan pengepak, dan perusahaan pengolahan. Kentang yang dijual ke pedagang kecil, selanjutnya dijual ke pedagang besar, ke perusahaan pengepak ataupun langsung ke perusahaan pengolahan. Setelah kentang di tangan pedagang besar kemudian disalurkan ke perusahaan pengepak, pengecer dan jasa *catering* dan pelayanan makanan. Selanjutnya perusahaan pengepak kentang akan mencuci dan mengemas kentang dengan tas transparan untuk melindungi kulit kentang. Perusahaan pengepak menyalurkan kentang ke pedagang besar kembali, pengecer, dan ke perusahaan pengolahan.

Kemudian kentang pada perusahaan pengolahan yang telah diterima dari petani langsung, pedagang kecil, dan perusahaan pengepak kentang akan diolah menjadi keripik. Perusahaan pengolahan juga dapat menyediakan benih unggul untuk petani, petunjuk manajemen tanaman dan saran teknik, penilaian kualitas tanaman di lapang dan di toko. Selain itu perusahaan pengolahan juga mungkin memiliki fasilitas penyimpanan dan pengangkutan untuk mereka sendiri. Setelah kentang selesai diolah, kentang akan di salurkan ke pengecer yang selanjutnya akan di salurkan ke konsumen akhir.

Selain itu, petani juga menyalurkan hasil panen kentang kepada agen-agen pemasaran. Kemudian dari agen-agen pemasaran tersebut kentang akan disalurkan pada pedagang kecil, pedagang besar, perusahaan pengepak atau ke perusahaan pengolah. Peran dari agen pemasaran ini adalah sebagai perantara produk ke para pedagang-pedagang ataupun perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam pema-



saran ataupun pengolahan kentang.

2.4 Tinjauan Teori Tentang Pemasaran

Menurut Saladin (1994) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang, untuk merancang, menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Tujuan dari pemasaran adalah memuaskan kepentingan konsumen, memperhatikan semua kepentingan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran meliputi kesejahteraan sosial karyawan, kepentingan masyarakat sekitar, kepentingan para pemegang saham, pencemaran lingkungan dan lain-lain. Dalam keadaan ekonomi serba cukup pemasaran memiliki arti penting sebagai pendorong supaya konsumen mau untuk mengonsumsi atau membeli barang ditawarkan. Selain itu pentingnya pemasaran untuk suatu negara adalah sebagai kunci utama pendorong pertumbuhan ekonomi bangsa.

Sistem pemasaran merupakan sekelompok item yang saling berhubungan dan saling berinteraksi secara tetap dan terpadu, yang meliputi gabungan organisasi yang melaksanakan kegiatan pemasaran, produk atau jasa dan gagasan yang dipasarkan, target pasar, perantara yang membentuk arus tukar menukar serta kendala lingkungan dalam pemasaran. Lingkungan pemasaran terdapat faktor dari makro eksternal, mikro eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan makro eksternal terdiri dari kependudukan (distribusi penduduk, usia, jenis kelamin dll), kondisi ekonomi (tingkat pertumbuhan ekonomi dan daya beli), persaingan, kekuatan sosial dan budaya (gaya hidup dan nilai-nilai sosial perorangan, kesehatan dan keselamatan kerja dan dorongan dalam pembelian), kekuatan politik dan hukum (hubungan pemerintah dengan industri dan perundang-undangan yang khusus mempengaruhi pemasaran) dan teknologi. Lingkungan mikro eksternal terdiri dari pasar, perantara, pemasok dan produsen itu sendiri. Sedangkan dalam lingkungan internal perusahaan meliputi fasilitas produksi, kemampuan keuangan, sumber daya manusia, lokasi perusahaan, kemampuan penelitian dan pengembangan, dan manajemen perusahaan. Secara visual kekuatan lingkungan makro eksternal dan lingkungan internal perusahaan mempengaruhi lingkungan mikro eksternal (Saladin, 1994).

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) saluran pemasaran adalah sekelompok organisasi saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Perusahaan atau produsen dalam memilih saluran pemasaran akan mempengaruhi semua keputusan pemasaran yang lain. Sedangkan W. J Stanton dalam Saladin (1994) mengemukakan bahwa saluran distribusi barang konsumsi terdiri dari lima macam. Adapun saluran distribusi barang konsumsi tersebut sebagai berikut:

1. Produsen → Konsumen

Produsen memasarkan produknya atau menjual produknya langsung ke tangan konsumen akhir. Sebagai contoh pada perusahaan penerbit buku yang menggunakan cara menjual dari sekolah ke sekolah.

2. Produsen → Pengecer → Konsumen

Pengecer bertindak sebagai perantara pemasaran atau penjualan produk yang dihasilkan oleh produsen ke tangan konsumen akhir.

3. Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Pedagang besar sebagai pihak perantara atau pihak perantara grosir dari produsen ke pengecer, kemudian dari pengecer disalurkan ke konsumen akhir.

4. Produsen → Agen → Pengecer → Konsumen

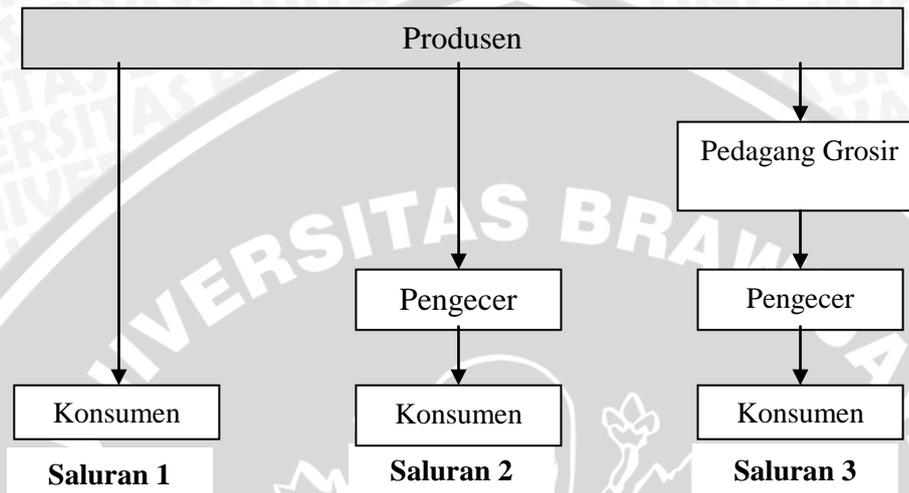
Produsen dalam menyalurkan produknya untuk ke pengecer juga dapat menggunakan jasa agen. Sebagai contoh adalah produsen makanan ringan menggunakan broker untuk menyalurkan produknya ke supermarket atau toko-toko kecil.

5. Produsen → Agen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Untuk mencapai pengecer kecil, produsen umumnya menggunakan perantara agen dengan menggunakan pedagang besar. Kemudian barang atau produk disalurkan ke para pengecer kecil yang selanjutnya akan disalurkan ke konsumen akhir.

Produsen dalam memilih saluran distribusi atau saluran pemasaran terdapat alasan-alasan. Dari sudut pandang sistem ekonomi, peran perantara pemasaran adalah untuk mengubah pilihan produk yang dibuat produsen menjadi pilihan produk yang sesuai dengan harapan dan permintaan konsumen. Dalam

menyediakan produk atau jasa untuk konsumen, anggota saluran menambah nilai dengan membuat kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan utama yang memisahkan barang atau jasa dari mereka yang akan menggunakan atau mengonsumsinya. Bagan saluran pemasaran yang dapat digunakan oleh produsen atau perusahaan disajikan pada Gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 8. Saluran Pemasaran Pelanggan
 Sumber: Kotler dan Armstrong, 2008

Menurut Firdaus (2012) dalam Anggasasi (2015) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pemasaran salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha petani dalam melakukan usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk mendapatkan laba dan untuk mengembangkan usaha. Sedangkan berhasil atau tidaknya suatu usaha tersebut sangat tergantung pada keahlian individu pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia.

Dalam sistem pemasaran terdapat aspek yang perlu diperhatikan sebagai upaya meningkatkan aliran barang dari produsen ke konsumen yakni aspek efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat dilihat dari perbedaan harga yang diterima oleh petani sampai barang dibayar oleh konsumen akhir atau umumnya disebut sebagai margin. Selain itu juga dapat ketahui dari pendapatan yang diterima pada tingkat petani maupun lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas



pemasaran. Rantai pemasaran pada komoditas pertanian umumnya panjang, sehingga cenderung mempengaruhi kualitas produk, besarnya margin pemasaran dan harga baik di tingkat petani maupun tingkat konsumen. Menurut Soekartawi (2010) dalam Januwata *et al* (2014) komoditas pertanian umumnya dicirikan dengan sifat yang skala produknya musiman, segar, mudah rusak, jumlahnya banyak tetapi nilainya relative sedikit, lokal dan spesifik sehingga dapat mempengaruhi mekanisme kegiatan pemasaran.

Untuk melihat efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan menentukan nilai besarnya margin pemasaran yang diperoleh dari masing-masing saluran pada pola pemasaran. Herawati, Amzul dan Netti (2015) mendefinisikan bahwa analisis margin digunakan untuk mengetahui biaya pemasaran yang menyebabkan adanya perbedaan harga jual di antara lembaga-lembaga pemasaran. Margin pemasaran merupakan perbedaan harga di antara lembaga pemasaran. Besarnya margin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh dari lembaga pemasaran. Menurut Anindita (2004), margin pemasaran setiap lembaga pemasaran dapat dihitung dengan secara absolut atau secara persentase. Margin absolut merupakan perhitungan margin dengan menggunakan nilai barang tanpa mempertimbangkan nilai volume barang (volume barang konstan). Model matematika perhitungan margin absolut sebagai berikut:

$$M = H_k - H_p$$

Keterangan:

M : Margin Pemasaran (Rp)

H_k : Harga pada tingkat konsumen (Rp)

H_p : Harga yang diterima produsen (Rp)

Selain margin pemasaran lebih lanjut Anindita (2004) juga menjelaskan persentase bagian margin yang ada pada masing-masing tingkat lembaga pemasaran yang secara umum sebagai perwakilan dari margin-margin absolut pada berbagai tingkat lembaga pemasaran. Model matematis untuk menghitung nilai dari persentase margin adalah sebagai berikut:

$$\% \text{ Bagian Margin} = \frac{M_{ij}}{H_e} \times 100\%$$

Keterangan:

% Bagian Marjin : Persentase bagian margin yang diterima (%)

Mij : Marjin absolut antara dua tingkat lembaga (Rp)

He : Harga eceran (Rp)

Jenis biaya pemasaran yang umumnya terlibat dalam kegiatan pemasaran hasil pertanian meliputi biaya persiapan penjualan, biaya pengepakan, biaya handling, biaya transportasi, biaya produk yang hilang, biaya penyimpanan, biaya proses, biaya modal dan biaya-biaya tidak resmi. Berikut uraian masing-masing biaya yang terlibat dalam kegiatan pemasaran hasil pertanian tersebut (Anindita, (2004):

1. Biaya persiapan penjualan

Barang atau hasil produksi petani yang telah dipanen akan dijual ke lembaga pemasaran dengan adanya pengepakan, biaya penjualan maupun sortasi, grading dan pembersihan yang dilakukan oleh petani. Biaya-biaya tersebut yang dikeluarkan petani sebelum produk panennya dijual disebut sebagai biaya persiapan penjualan

2. Biaya *handling*

Biaya *handling* adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran, umumnya jenis-jenis kegiatan dalam *handling* berupa biaya pengepakan dan bongkar muat.

3. Biaya transportasi

Untuk memindahkan atau mengirim barang dari tingkat lembaga pemasaran ke tingkat selanjutnya perlu adanya angkutan. Angkutan yang digunakan untuk pengiriman barang umumnya berupa truk, *container*, sepeda motor ataupun bentuk lainnya.

4. Biaya produk yang hilang

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, bahwa produk dari pertanian merupakan produk yang bersifat mudah mengalami kerusakan. Kerusakan dapat terjadi akibat dari adanya kegiatan sortasi, grading, pembersihan, *handling* maupun pengangkutan. Bentuk dari kerusakan tidak berupa menyusutnya jumlah satuan berat akan tetapi dapat menyusut akibat turunya kualitas.

5. Biaya penyimpanan

Biaya penyimpanan diperlukan akibat adanya perubahan waktu, sedangkan dengan adanya perbedaan waktu harga dapat mengalami perubahan. Tujuan adanya penyimpanan barang umumnya adalah agar ketersediaan barang dapat selalu ada sepanjang waktu.

6. Biaya proses

Biaya proses adalah biaya perubahan bentuk produk yang umumnya akan mengalami penurunan volume. Sehingga dalam biaya proses tergantung terhadap nilai konversi dan biaya-biaya yang digunakan selama melakukan pengubahan bentuk seperti harga BBM dan upah tenaga kerja.

7. Biaya modal

Biaya awal usaha atau biaya dalam melakukan usahanya untuk komoditas pertanian.

8. Biaya-biaya tidak resmi

Biaya-biaya tidak resmi adalah biaya-biaya yang dipungut akibat adanya redistribusi pasar, atau upah adanya pedagang perantara ataupun pajak-pajak yang diambil oleh pihak-pihak tidak resmi.

Selanjutnya untuk mengetahui efisiensi pemasaran dilihat dari pendapatan petani dapat menggunakan *farmer's share*. Menurut Kohls dan Uhl (2002) dalam Hapsary (2014) *farmer's share* merupakan besarnya nilai persentase harga yang diterima oleh petani yang berperan sebagai produsen suatu komoditas atas hasil penjualan dari hasil usahatannya tersebut. Model untuk mendapatkan nilai dari *farmer's share* adalah sebagai berikut:

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

FS : Farmer share (%)

Pf : Harga yang diterima oleh petani sebagai produsen (Rp/Kg)

Pr : Harga yang dibayar oleh konsumen (Rp/Kg)

Adapun syarat yang harus dipenuhi agar nilai dari *farmer share* tersebut menunjukkan nilai yang efisien atau tidak dalam suatu pemasaran. Syarat tersebut adalah apabila nilai dari *farmer share* lebih dari sama dengan 40 persen ($\geq 40\%$)

maka menunjukkan efisien dan apabila nilai *farmer share* kurang dari 40 persen (< 40%) maka suatu pemasaran tidak efisien.

2.5 Tinjauan Teori Tentang Pemasaran Kopi

Kopi merupakan salah satu komoditas tanaman perkebunan yang aktif dan ikut mendominasi dalam perdagangan dunia. Negara eksportir kopi terbesar di dunia sebagai peringkat satu adalah Negara Brazil. Kemudian pada peringkat dua dari Negara Kolumbia dan peringkat ketiga dari Negara Vietnam. Sedangkan Indonesia berada pada peringkat keempat (Panggabean, 2011). Indonesia mengekspor komoditas kopi dengan kepada negara tujuan Negara Amerika, Jepang, Belanda, Jerman dan Italia. Persentase rata-rata pertumbuhan konsumsi kopi dari tahun 2009 sampai tahun 2012 mencapai 2,4%, dengan jumlah konsumsi pada tahun 2012 sebesar 8.520.000 ton (Badan Pengurus Pusat Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia, 2014).

Potensi varietas kopi yang banyak dibudidaya di Indonesia adalah kopi robusta yakni sekitar 90%. Hal ini dipengaruhi kondisi lingkungan Negara Indonesia lebih sesuai dengan syarat tumbuh tanaman kopi robusta serta lebih tahan terhadap serangan hama dan penyakit dari pada kopi arabika. Meskipun kopi robusta merupakan kopi yang sesuai untuk dibudidayakan di Indonesia, pemerintahan Indonesia juga tetap melakukan pengembangan untuk budidaya tanaman kopi arabika maupun kopi jenis lainnya. Adapun perbedaan karakteristik antara kopi robusta dengan kopi arabika yang disajikan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Perbedaan Karakteristik Kopi Robusta dan Kopi Arabika

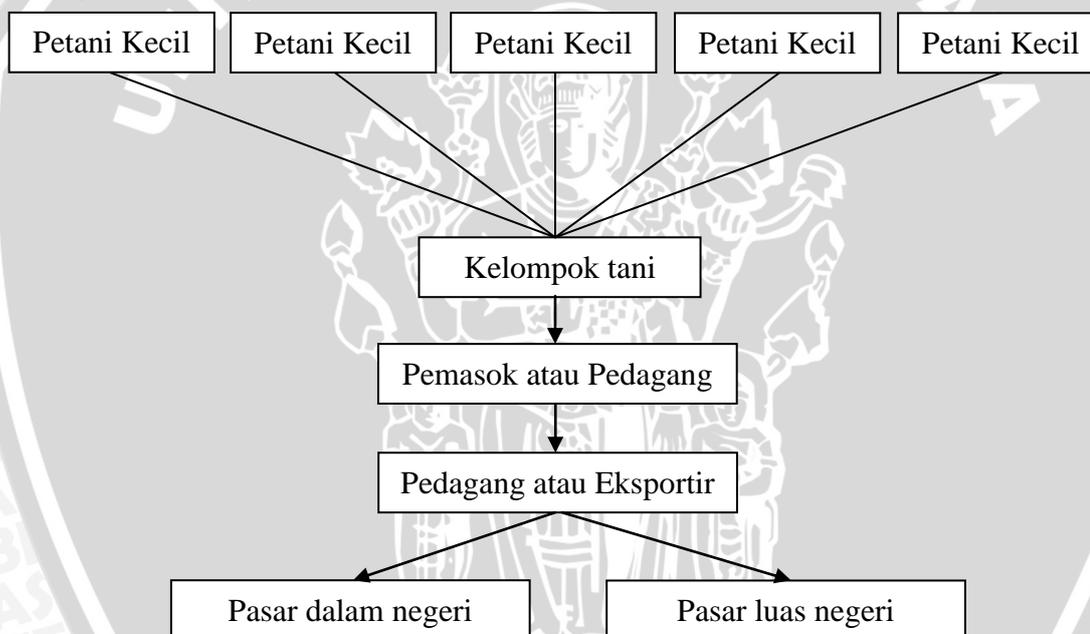
Perbedaan	Kopi Robusta	Kopi Arabika
Rasa	Memiliki karakter rasa yang cenderung pahit Tidak memiliki banyak karakter rasa, umumnya kopi robusta memiliki karakter rasa lebih ke kacang-kacangan	Memiliki karakter rasa yang cenderung asam
Kandungan kafein	sekitar 2%	sekitar 0,8%-1,4%
Penguasaan pasar	Menguasai 40% pasar kopi dunia	Menguasai 60% pasar kopi dunia

Tabel 1 (Lanjutan)

Perbedaan	Kopi Robusta	Kopi Arabika
Kekuatan harga pasar	Harga lebih murah dibandingkan Arabika	Harga lebih mahal dibandingkan jenis kopi lainnya
Penghasil di Indonesia	Sumatera (66 %), Jawa (12 %), Bali dan Nusa Tenggara (8 %), Sulawesi (7%), Kalimantan (4%), serta Maluku dan Papua (1%)	Sumatra (56 %), Sulawesi (22 %), Bali dan Nusa Tenggara (10 %), Jawa (8 %), dan Papua (4 %)

Sumber: Ditjenbun, 2013 dan *Specialty Coffee Indonesia*, 2014

Panggabean (2011) menyajikan skema jaringan pemasaran dan perdagangan kopi yang umum dilakukan di Indonesia seperti pada Gambar 4 sebagai berikut:

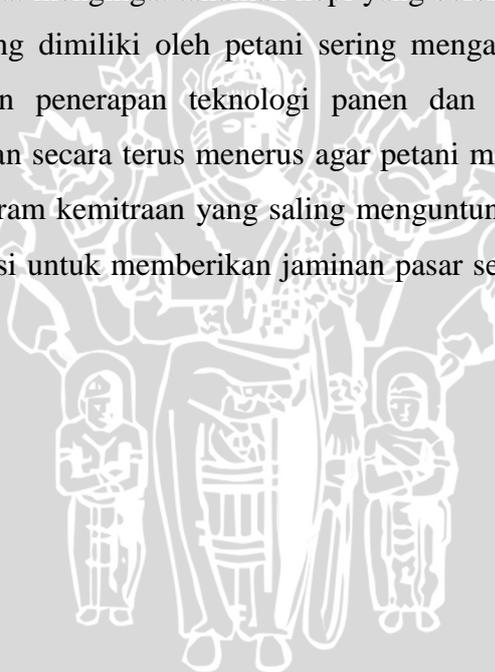


Gambar 9. Skema Pemasaran Kopi Secara Modern

Sumber: Panggabean, 2011

Pada Gambar 4 dapat diketahui bahwa pada umumnya petani-petani kopi kecil di Indonesia melakukan asosiasi yang tergabung dalam sebuah kelompok tani kopi untuk memudahkan penjualan hasil usahatani kopinya. Selanjutnya kelompok tani kopi menjual kopi anggota-anggotanya kepada pemasok atau pedagang kopi. Kemudian dari pedagang atau pemasok, kopi dijual kepada pedagang besar atau eksportir yang akhirnya disalurkan dalam pasar baik dalam negeri maupun pasar luar negeri (ekspor).

Sedangkan menurut Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian (2012), secara umum rantai pasok biji kopi Indonesia dikuasai oleh perusahaan *roaster* domestik yang merupakan cabang *roaster* luar negeri dan merupakan pengeksport dengan fasilitas penanaman modal asing (PMA) di dalam negeri. Pengeksport yang mempunyai fasilitas PMA cenderung mendominasi pasar biji kopi. Hal ini dikarenakan adanya kemampuan dalam menguasai jalur distribusi pasokan yang didukung dengan modal kerja dari induk perusahaan di luar negeri dan bunga pinjaman dari bank negara asal yang lebih kecil yakni 6 persen per tahun serta memiliki penguasaan dalam informasi pasar. Harga kopi dunia cenderung mengalami peningkatan yang dapat sebagai insentif dan dapat memicu respon positif petani kopi. Akan tetapi, hal ini tidak dapat diantisipasi oleh petani dalam negeri secara cepat mengingat tanaman kopi yang bersifat sebagai tanaman tahunan dan modal yang dimiliki oleh petani sering mengalami kendala. Oleh karena penguasaan dan penerapan teknologi panen dan pasca panen perlu dilakukan pengembangan secara terus menerus agar petani memiliki peningkatan efisiensi kegiatan. Program kemitraan yang saling menguntungkan dan seimbang juga dapat sebagai solusi untuk memberikan jaminan pasar serta harga yang baik bagi petani kopi.



III. KERANGKA TEORITIS

3.1 Kerangka Pemikiran

Kopi merupakan komoditas tanaman perkebunan yang bukan tanaman asli negara Indonesia. Kopi berasal dari negara Afrika yang dibawa ke Indonesia mulai tahun 1696. Meskipun tanaman kopi bukan merupakan tanaman asli Indonesia tetapi syarat tumbuh tanaman ini sesuai dengan iklim dan lahan di beberapa bagian wilayah negara Indonesia. Sehingga tanaman kopi dapat budidayakan dengan baik di Indonesia. Salah satu wilayah yang sesuai dengan syarat tumbuh tanaman kopi adalah Desa Sukodono, Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur.

Kesesuaian lahan dan iklim yang mendukung membuat pemerintah Indonesia selalu berusaha untuk mengembangkan produksi dari tanaman kopi. Hal ini mengingat kopi yang merupakan salah satu komoditas perkebunan berpotensi dalam pemasaran dunia. Permintaan pasar dunia akan kopi juga semakin meningkat pada lima tahun terakhir ini sehingga membuat peluang tersendiri bagi petani dan pelaku pemasaran kopi.

Kegiatan ekspor kopi pada tahun 2015 menjadi komoditi penyumbang devisa negara nomor dua dari komoditas pertanian. Kondisi ini juga menjadi salah satu potensi yang perlu dikembangkan selain karena kesesuaian lahan dan iklim serta permintaan pasar yang tinggi. Sehingga akhirnya dapat diharapkan dapat sebagai penyumbang devisa negara yang jumlahnya selalu meningkat.

Melihat potensi yang ada tersebut perlu adanya suatu pengembangan-pengembangan yang diupayakan oleh pemerintah untuk memenuhi permintaan pasar. Akan tetapi yang ada di lapang bahwa pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 terjadi penurunan produksi kopi. Hal ini dikarenakan oleh musim kemarau yang datang lebih awal dan tingginya curah hujan. Hal ini mengakibatkan pula pada penurunan volume ekspor negara. Selain itu kesejahteraan petani juga masih belum sepadan dengan potensi yang dimiliki komoditi kopi sebagai penyumbang devisa negara. Hal ini dapat dilihat dari kesulitan petani dalam mendapatkan pupuk. Sebagaimana pupuk merupakan input usahatani kopi yang cukup penting dalam proses budidaya khususnya kopi.

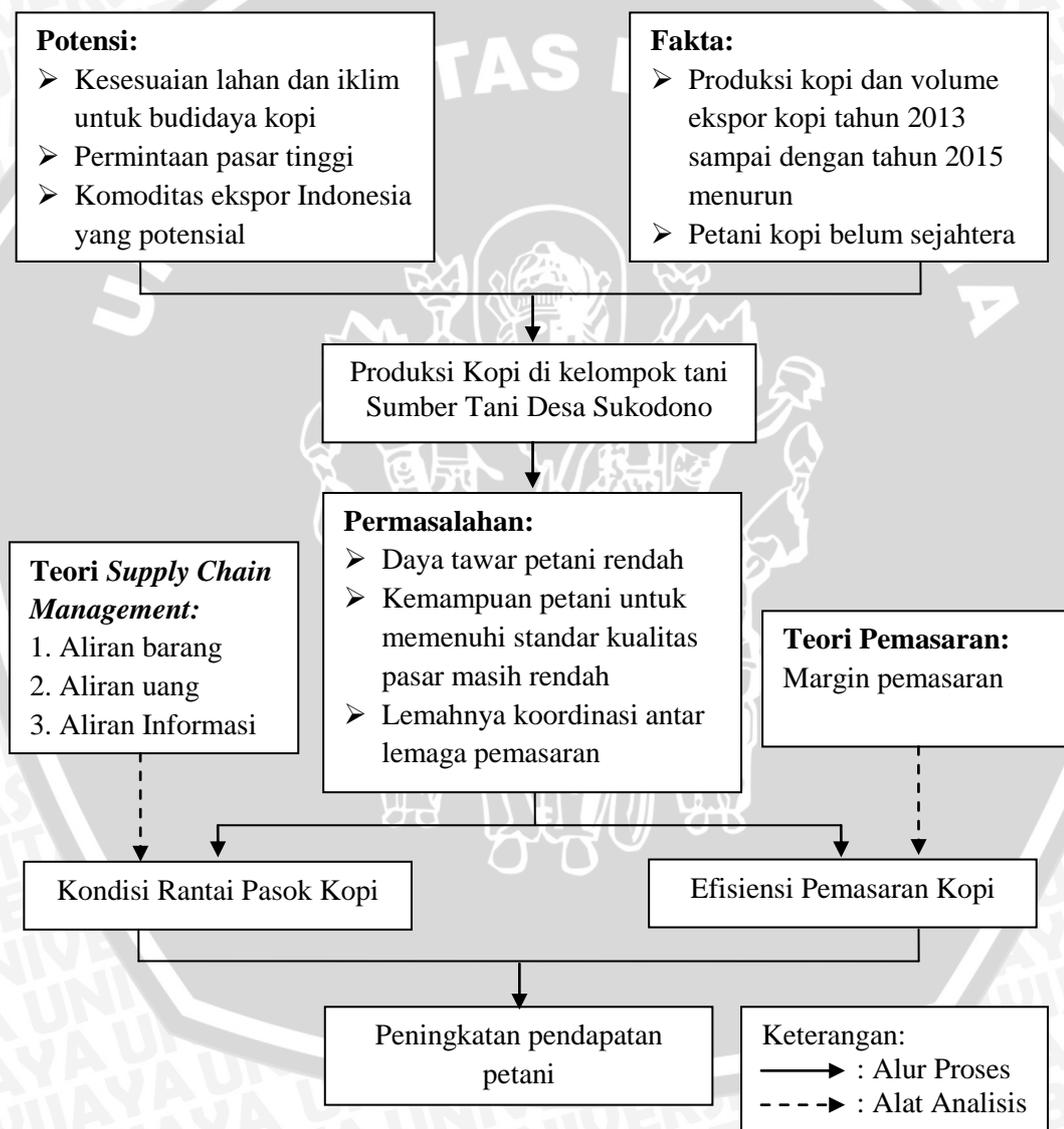
Permasalahan yang mendorong petani belum sejahtera adalah lemahnya daya tawar yang dimiliki petani terhadap hasil panen kopinya dan rendahnya kemampuan petani untuk memenuhi standart kualitas permintaan pasar kopi. Rendahnya kemampuan petani untuk memenuhi standart kualitas permintaan pasar mengakibatkan banyaknya lembaga pemasaran sehingga dapat menimbulkan kurang efisiennya suatu saluran pemasaran Dengan banyaknya lembaga pemasaran mendorong terjadi lemahnya koordinasi petani dengan lembaga pemasaran maupun antar lembaga pemasaran kopi itu sendiri.

Kondisi perekonomian petani yang belum sejahtera dan lemahnya koordinasi petani dengan lembaga pemasaran maupun antar lembaga pemasaran kopi mencerminkan belum terorganisirnya kegiatan rantai pasokan komoditi kopi dengan baik. Sehingga kegiatan ini hanya menguntungkan beberapa pihak yang terlibat dalam kegiatan rantai pasok kopi pada kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono. Untuk itu perlu dilakukan penelitian mengenai kondisi rantai pasok dan analisis marjin pemasaran dengan harapan dapat mengetahui anggota-anggota yang terlibat dalam kegiatan rantai pasok dan mampu meningkatkan efisiensi pemasaran kopi yang dilakukan oleh petani.

Kondisi rantai pasok kopi pada penelitian dianalisis dengan menggunakan teori rantai pasok yang meliputi aliran barang, aliran uang dan aliran informasi yang terjadi pada anggota rantai pasok kopi yang terlibat. Aliran barang merupakan pergerakan input usahatani kopi yang digunakan oleh petani pada tahun 2015 dan pergerakan kopi hasil panen petani pada tahun 2015. Aliran uang merupakan pergerakan uang atas terjadinya pergerakan barang pada tahun 2015. Sedangkan aliran informasi merupakan alur informasi yang terjadi pada setiap anggota rantai pasok kopi serta informasi apa saja yang disalurkan.

Efisiensi pemasaran kopi dilakukan dengan analisis marjin pemasaran pada masing-masing tingkat lembaga saluran pemasaran yang ditemukan pada penelitian. Selanjutnya dapat diketahui proporsi harga pada masing-masing tingkat lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran kopi. Selain itu juga menggunakan analisis *farmer's share* untuk mengetahui keuntungan yang diterima petani dengan menggunakan saluran pemasaran yang dipilih.

Berdasarkan alat analisis yang digunakan diatas maka akan diketahui pelaku-pelaku yang terlibat dalam kegiatan rantai pasok kopi dan saluran pemasaran yang lebih efisien dengan tingkat marjin antar lembaga pemasaran di kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit Malang yang paling rendah. Selain itu apabila farmer's share yang diterima oleh petani diatas 40 persen maka pemasaran kopi pada saluran yang digunakan dapat dikatakan efisien secara harga. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut maka skema alur pemikiran penelitian dapat disajikan seperti pada Gambar 5 sebagai berikut:



Gambar 5. Skema Penelitian Analisis Rantai pasok Kopi

3.2 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori yang digunakan maka dapat dirumuskan hipotesis untuk menjawab sementara permasalahan kedua bahwa kegiatan pemasaran di kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono belum efisien akibat tidak meratanya distribusi marjin dan kecilnya nilai *farmer's share* seiring dengan panjangnya saluran pemasaran.

3.3 Batasan Masalah

Penelitian rantai pasok kopi di kelompok tani Sumber Tani, Desa Sukodono, Kecamatan Dampit perlu diberikan batasan masalah untuk memperjelas permasalahan yang ada dan mempermudah dalam pembahasan. Adapun batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada anggota kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit yang masih aktif melakukan kegiatan budidaya kopi dan panen kopi pada tahun 2015.
2. Penelitian ini dibatasi pada pembahasan tentang kondisi pasca panen dan pemasaran kopi secara parsial pada masing-masing anggota rantai pasok kopi yang masih aktif melakukan kegiatan rantai pasok mulai dari kegiatan usahatani, panen, penanganan pasca panen, dan kegiatan distribusi di Kelompok tani Sumbertani, Desa Sukodono, Kecamatan Dampit Malang selama bulan Desember sampai Februari.
3. Penelitian ini sebatas pada kegiatan pemasaran pada perusahaan eksportir dalam wilayah Kabupaten Malang.
4. Analisis efisiensi pemasaran dilakukan dengan menggunakan pendekatan marjin pemasaran dan *farmer share*.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau mespesifikasi kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Sehingga definisi operasional dapat digunakan untuk menghindari adanya kesalahan dalam penafsiran dan untuk memperoleh keseragaman dalam menginterpretasikan pengertian variabel yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu, definisi

operasional yang digunakan dalam penelitian analisis rantai pasok kopi pada kelompok tani Sumber Tani, Desa Sukodono, Kecamatan Dampit, Malang adalah sebagai berikut:

1. Umur adalah umur nyata dari setiap responden yang terpilih sebagai sampel yang dihitung sejak responden tersebut lahir sampai saat dilakukan penelitian (Tahun);
2. Tingkat pendidikan adalah bentuk pendidikan dan pelatihan yang diterima secara terorganisir dan berjenjang baik yang bersifat umum maupun khusus dari setiap responden yang diukur dari ijazah tertinggi yang dimiliki responden;
3. Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah orang yang ditanggung biaya hidupnya dalam keluarga;
4. Pengalaman Usahatani adalah lama responden menekuni kegiatan bercocok tanam khususnya tanaman kopi (Tahun);
5. Lahan adalah suatu ekosistem daratan yang berpotensi untuk melangsungkan usahatani (Ha);
6. Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang menawarkan jasa untuk melakukan suatu kegiatan (HOK);
7. Pupuk adalah substansi yang mengandung satu atau lebih unsur hara yang dibutuhkan oleh tanaman (Kg/Ha);
8. Pestisida adalah bahan kimia yang digunakan untuk mengendalikan organisme pengganggu tanaman (OPT) (L/Ha);
9. Herbisida bahan kimia yang digunakan untuk mengendalikan gulma (L/Ha);
10. Bibit adalah tanaman hasil perbanyakan yang siap untuk ditanam (Batang);
11. Pengetahuan adalah informasi yang diketahui atau disadari oleh seseorang;
12. Upah adalah sejumlah nominal yang dikeluarkan atas jasa yang diberikan tenaga kerja (Rp);
13. Pengupahan adalah sistem balas jasa atas jasa yang diberikan tenaga kerja;
14. *Reward and punishment* adalah sistem penilaian kinerja dari keseluruhan tenaga kerja yang dipekerjakan;
15. Relasi gender adalah perbandingan banyaknya pria dan wanita yang dipekerjakan dalam suatu usaha berdasarkan kegiatan yang harus dikerjakan;

16. Panen adalah kegiatan memetik hasil dari kegiatan usahatani;
17. Sistem panen adalah tatacara dalam memetik hasil usahatani atau budidaya;
18. Pasca panen adalah kegiatan penanganan terhadap hasil panen;
19. Rantai pasok adalah serangkaian aktifitas dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen mulai dari pengadaan bahan baku, proses transformasi bahan baku menjadi produk setengah jadi atau produk jadi, dan distribusinya hingga sampai ke tangan konsumen;
20. Pelaku rantai pasok adalah orang, kelompok orang, atau lembaga yang terlibat dalam kegiatan rantai pasok;
21. Pemasaran adalah kegiatan pemindah tangan suatu produk dari produsen ke konsumen;
22. Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling terkait dan kegiatan penyaluran produk dan kepemilikannya dari produsen ke konsumen;
23. Petani adalah seseorang yang melakukan usahatani;
24. Pengumpul kecil adalah pedagang perantara yang membeli hasil bumi petani dalam skala kecil untuk kemudian dijual kembali;
25. Pengumpul besar adalah pedagang perantara yang membeli hasil bumi petani dalam skala besar untuk kemudian dijual kembali;
26. Eksportir adalah suatu organisasi yang memasarkan produk dalam negeri ke luar negeri;
27. Konsumen adalah orang, kelompok orang, organisasi atau lembaga yang memakai suatu barang atau produk;
28. Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa ditambahkan dengan besar laba yang dikehendaki (Rp);
29. Harga beli adalah nominal yang dikeluarkan untuk membeli suatu produk (Rp);
30. Biaya adalah sejumlah nominal yang dikeluarkan dalam melakukan suatu kegiatan (Rp);
31. Marjin pemasaran adalah selisih harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen (Rp/Kg);
32. Distribusi marjin adalah bagian keuntungan lembaga pemasaran atas biaya jasa yang telah dialokasikan untuk melakukan fungsi pemasaran (%);

33. Keuntungan adalah sejumlah nominal yang merupakan selisih antara harga jual dan harga beli dikurangi dengan sejumlah biaya yang dikeluarkan (Rp);
34. *Farmer's share* adalah tingkat keuntungan yang diterima oleh petani berdasarkan nilai harga barang yang dijual (%).



IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pemilihan lokasi tersebut karena Kecamatan Dampit merupakan salah satu sentra produksi kopi di Kabupaten Malang. Berdasarkan data KMDA Tahun 2013 luas lahan usahatani kopi adalah 2.760 ha dan total produksi biji kopi sejumlah 1.435,88 ton. Salah satu sentra produksi kopi yang menjadi lokasi penelitian di Kecamatan Dampit yaitu terdapat pada Kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono, karena pada lokasi tersebut masih aktif melakukan aktifitas budidaya kopi. Selain itu, di Kecamatan Dampit terdapat pedagang besar dan eksportir kopi sehingga banyak hal yang dapat diidentifikasi dan diteliti untuk aktifitas rantai pasokan kopi di lokasi tersebut. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada Januari hingga Februari 2016.

4.2 Metode Penentuan Responden

Penentuan responden dalam penelitian ini yaitu responden yang berasal dari anggota rantai pasokan kopi di Desa Sukodono, Kecamatan Dampit. Penentuan responden yang berasal dari anggota rantai pasokan terdiri dari petani, lembaga dan konsumen kopi. Responden petani pada penelitian adalah seluruh petani anggota kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit yang masih aktif melakukan kegiatan budidaya kopi dan memiliki hasil panen pada tahun 2015, sehingga metode yang digunakan adalah sensus. Jumlah responden petani dalam penelitian ini adalah 21 orang petani. Responden pada tingkat lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling*. Penggunaan metode ini karena jumlah anggota rantai pasokan kopi tidak diketahui dengan pasti sehingga peneliti mengumpulkan informasi terlebih dahulu dari responden petani tentang lembaga pemasaran kopi. Jumlah responden pada tingkat lembaga pemasaran adalah 6 lembaga pemasaran.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang diperoleh dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian pada lokasi penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari petani kopi, pedagang kopi dan konsumen kopi. Bentuk data primer berupa informasi tentang luas lahan kopi, budidaya kopi, hasil panen, asal perolehan input usahatani, harga jual dan harga beli, dan lembaga pemasaran yang digunakan. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan melalui tanya jawab dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan langsung kepada petani kopi, pedagang kopi dan konsumen kopi. Wawancara responden dalam penelitian ini dilakukan secara *individual discussion*. Berikut pelaksanaan wawancara yang peneliti lakukan dengan salah satu responden petani disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Wawancara Dengan Bapak Tarman Sebagai Responden Petani
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

Daftar pertanyaan yang diajukan kepada petani responden meliputi identifikasi anggota rantai pasokan, luas lahan yang diusahakan oleh rantai pasokan pada tingkat petani, proses bisnis budidaya tanaman kopi pada tahun 2015, dan kegiatan pemasaran hasil panen kopi. Identifikasi anggota rantai pasokan di tingkat petani adalah informasi tentang nama, hubungan dalam kartu keluarga, jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan terakhir baik formal maupun nonformal, dan pekerjaan pokok dan sampingan. Informasi luas lahan yang

disahakan oleh rantai pasokan pada tingkat petani adalah informasi luas lahan yang diusahakan, pola tanam, jenis atau varietas kopi yang diusahakan, jenis tanaman naungan dan sela yang digunakan, jarak tanam dan jumlah pohon dalam kebun. Informasi proses bisnis budidaya tanaman kopi pada tahun 2015 meliputi kegiatan pembibitan, penyulaman, penyambungan, pemupukan, pewiwilan berat, pewiwilan ringan, penyiangan, pengendalian hama dan penyakit, panen, dan pasca panen. Selanjutnya informasi kegiatan pemasaran hasil panen kopi meliputi informasi tentang saluran yang digunakan dalam penjualan hasil panen, jumlah yang disalurkan, harga yang diterima, cara penjualan, lokasi penjualan, sistem pembayaran yang dilakukan dan bagaimana cara mendapatkan informasi tentang harga yang diterima serta alat transportasi apa yang digunakan dalam transaksi penjualan.

Kemudian daftar pertanyaan yang diajukan kepada lembaga pemasaran adalah informasi tentang status dalam lembaga pemasaran, pengalaman sebagai lembaga pemasaran kopi, wilayah aktivitas pembelian dan penjualan kopi, alasan melakukan pemasaran kopi, bentuk pembelian kopi, bentuk penjualan kopi, kegiatan dalam pembelian dan penjualan kopi, biaya pemasaran, biaya konversi, informasi harga yang diperoleh, sarana transportasi yang digunakan, dan bentuk ikatan dengan petani. Adapun daftar pertanyaan untuk wawancara dapat dilihat pada Lampiran 2 dan 3.

2. Observasi

Teknik observasi pengamatan langsung menjadi penting karena dilakukan dengan turun langsung ke lokasi penelitian untuk mengamati gambaran kondisi pemasaran kopi termasuk didalamnya pola dalam saluran pemasaran kopi. Kegiatan observasi dilakukan ketika sebagian informasi penting atau akurat tidak dapat diperoleh melalui kuisioner karena responden kurang peduli dengan keterlibatan mereka dalam penelitian. Situasi pengumpulan data dengan cara observasi dilakukan untuk mengetahui harga dan identitas saluran atau lembaga pemasaran yang ada pada beberapa petani responden yang merasa sulit untuk melakukan interaksi dengan peneliti. Kegiatan observasi berupa membandingkan informasi yang diperoleh dari responden petani yang memiliki informasi lengkap dengan petani yang memiliki informasi kurang lengkap.

3. Dokumentasi

Untuk mencari sumber data dan hal-hal lain yang bersangkutan dengan penelitian. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian adalah mengambil gambar peta desa yang berada di kantor desa, peta desa dari ketua kelompok tani, pupuk yang digunakan petani dalam usahatani kopi, pestisida dan herbisida yang digunakan oleh petani dalam usahatani kopi, alat pemotong gulma, alat pewiwilan, dan beberapa dokumentasi kegiatan dalam budidaya tanaman kopi. Berikut contoh hasil dokumentasi kegiatan yang peneliti lakukan dengan salah satu responden petani dan pedagang kopi disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Hasil Dokumentasi Salah Satu Pupuk yang Digunakan Petani Dalam Usahatani Kopi

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

Data sekunder adalah data yang tersedia baik dari penelitian terdahulu, laporan atau catatan pribadi, media massa, publikasi lembaga pemerintahan atau non pemerintahan maupun sumber lain yang terkait. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan metode studi kepustakaan. Metode penelitian ini dengan membaca dan mempelajari buku-buku tentang rantai pasok dan pemasaran hasil pertanian, data dari internet tentang gambaran umum wilayah penelitian dan sejarah kopi di wilayah penelitian, skripsi maupun penelitian terdahulu tentang rantai pasok dan efisiensi pemasaran komoditas pertanian, jurnal tentang rantai pasok dan efisiensi pemasaran komoditas pertanian, data dari arsip desa berupa profil desa dan arsip kelompok tani berupa profil kelompok tani.

4.4 Metode Analisis Data

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif. Metode deskriptif bersifat menggambarkan tentang suatu hal yang sedang diteliti. Menggambarkan yang didapat dari data lapangan atau peneliti dapat menjelaskan hasil penelitian dengan kata-kata. Metode deskriptif dapat berupa kualitatif dan kuantitatif atau berupa kombinasi keduanya. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian dengan memahami makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Sehingga, peneliti dalam mengumpulkan data harus melakukan sendiri ke lapangan secara aktif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi yaitu dengan proses pencatatan untuk menggambarkan keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta di lapangan. Tujuan wawancara dan dokumentasi untuk memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa menarik kesimpulan yang berlaku secara umum. Sedangkan penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan pendekatan terstruktur terhadap penelitian. Hal ini bertujuan untuk mengukur tingkat variasi dalam suatu fenomena atau situasi. Sehingga data yang ditemukan akan dianalisis sesuai dengan prosedur statistika.

Penelitian kualitatif pada penelitian kali ini digunakan untuk menjawab tujuan penelitian pertama, sehingga ketika informasi kualitatif telah terkumpul dapat dianalisis untuk mengidentifikasi kondisi rantai pasok kopi pada kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit. Identifikasi kondisi rantai pasok meliputi anggota-anggota yang terlibat dalam kegiatan rantai pasok dan pola aliran barang, uang serta informasi dalam kegiatan rantai pasok.

Sedangkan penelitian kuantitatif digunakan untuk menjawab tujuan kedua dalam penelitian yakni menganalisis margin masing-masing saluran pada pola pemasaran pada kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit yang ditemukan. Adapun model yang digunakan untuk mengetahui margin masing-masing saluran pada pola pemasaran tersebut adalah sebagai berikut:

$$M = H_k - H_p$$

Keterangan:

M : Margin Pemasaran kopi (Rp/Kg)

Hk : Harga pada tingkat lembaga pemasaran kopi sebagai konsumen (Rp/Kg)

Hp : Harga yang diterima petani dan tingkat lembag pemasaran sebagai produsen (Rp/Kg)

Kemudian setelah mengetahui nilai dari marjin absolut kopi tersebut dilanjutkan dengan mencari persentase bagian marjin kopi. Secara matematika perhitungan persentase bagian marjin kopi adalah sebagai berikut:

$$\% \text{ Bagian Marjin} = \frac{Mij}{He} \times 100\%$$

Keterangan:

% Bagian Marjin : Persentase bagian margin yang diterima pada tingkat lembaga pemasaran (%)

Mij : Marjin absolut kopi antara dua tingkat lembaga (Rp)

He : Harga eceran kopi (Rp)

Selain itu untuk mengetahui efisiensi pemasaran dilihat dari pendapatan petani kopi kelompok tani Sumber Tani menggunakan *farmer's share*. Model untuk mendapatkan nilai dari *farmer's share* adalah sebagai berikut:

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

FS : Farmer share (%)

Pf : Harga yang diterima oleh petani sebagai produsen (Rp/Kg)

Pr : Harga yang dibayar oleh konsumen (Rp/Kg)

Syarat:

Jika nilai $FS \geq 40\%$ maka efisien, dan

Jika nilai $FS < 40\%$ maka tidak efisien.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil

5.1.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian

1. Kondisi Astronomis dan Geografis Lokasi Penelitian

Kecamatan Dampit merupakan salah satu kecamatan di wilayah administrasi Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Secara astronomis, Kecamatan Dampit terletak diantara $8,1806^{\circ}$ Lintang Selatan sampai $8,0968^{\circ}$ Lintang Selatan dan $112,4271^{\circ}$ Bujur Timur sampai $112,4849^{\circ}$ Bujur Timur. Secara geografis, Kecamatan Dampit terletak di sebelah Tenggara kurang lebih 36 km dari kantor Bupati Malang, yang berada di jalur utama Malang-Lumajang. Kecamatan Dampit terdiri dari 12 desa dengan topografi desa yang tergolong perbukitan dan dataran. Desa pada Kecamatan Dampit meliputi Desa Sukodono, Srimulyo, Baturetno, Bumirejo, Sumber Suko, Amadanom, Dampit, Pamotan, Majang Tengah, Rembun, Pojok, dan Jambangan. Adapun lokasi Kecamatan Dampit ditunjukkan pada Gambar 8, 9 dan 10 sedangkan peta potensi komoditas pertanian Kecamatan Dampit disajikan pada Gambar 11.



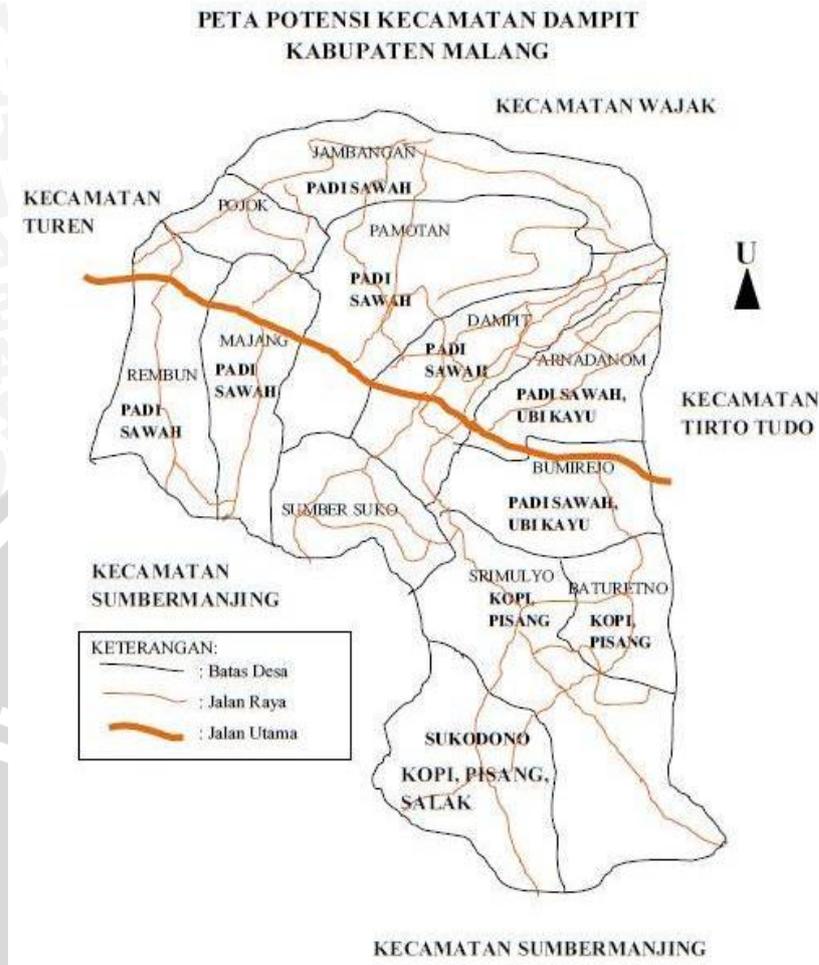
Gambar 8. Lokasi Provinsi Jawa Timur dalam Peta Negara Indonesia
Sumber: ruthloister.wordpress.com



Gambar 9. Lokasi Kabupaten Malang di Provinsi Jawa Timur
 Sumber: karangploso.jatim.bmkg.go.id



Gambar 10. Lokasi Kecamatan Dampit di Kabupaten Malang
 Sumber: karangploso.jatim.bmkg.go.id



Gambar 11. Peta Potensi Komoditas Pertanian Kecamatan Dampit
Sumber: PPL Pertanian Kecamatan Dampit, 2015

Pada peta potensi komoditas pertanian Kecamatan Dampit seperti yang disajikan pada Gambar 11 diatas menunjukkan bahwa dari 12 desa yang ada terdapat 3 desa yang memiliki potensi dalam pengembangan usahatani tanaman kopi sedangkan sisanya merupakan desa yang memiliki potensi dalam pengembangan usahatani tanaman pangan seperti padi dan ubi kayu. Ketiga desa yang memiliki potensi sebagai pengembangan usahatani tanaman kopi tersebut adalah Desa Srimulyo, Desa Baturetno dan Desa Sukodono. Akan tetapi, penelitian kali ini fokus dilakukan di Desa Sukodono.

Desa Sukodono mempunyai luas wilayah ± 1.858 Ha, dengan ketinggian 550-725 mdpl dan kontur lahan bergunung. Desa Sukodono dikenal sebagai daerah penghasil kopi. Selain itu, tanaman pisang merupakan tanaman sela yang telah diusahakan secara intensif oleh petani setempat.

Jarak Desa Sukodono ke ibukota kecamatan adalah 17 Km, dengan waktu tempuh menggunakan kendaraan bermotor 1,5 Jam. Sedangkan jarak dari desa ke ibu kota kabupaten atau kota adalah 53 Km, dengan jarak tempuh menggunakan kendaraan bermotor 2 Jam. Oleh karena itu, dengan jarak tempuh yang cukup jauh umumnya kegiatan penjualan kopi yang dilakukan oleh petani adalah dengan menggunakan kendaraan umum dalam desa. Batas-batas wilayah Desa Sukodono, Kecamatan Dampit adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Desa Srimulyo, Kecamatan Dampit

Sebelah Timur : Desa Srimulyo, Kecamatan Dampit

Sebelah Selatan : Desa Tambak Asri, Kecamatan Sumber Manjing Wetan

Sebelah Barat : Desa Tegal Rejo, Kecamatan Sumber Manjing Wetan.

Berikut Gambar 12 yang menunjukkan peta Desa Sukodono Kecamatan Dampit:



Gambar 12. Peta Desa Sukodono
Sumber: Arsip Desa Sukodono, 2016

Berdasarkan data profil kelompok dari BP3K, di Desa Sukodono terdapat sembilan Kelompok Tani yang terdiri dari Kelompok Tani Sekarlindu dan Kelompok Tani Abdi Tani yang berada di Dusun Kampung Teh, Kelompok Tani Suko Makmur yang berada di Dusun Sukorejo, Kelompok Tani Suka Tani 1 dan Kelompok Tani Suka Tani 2 yang berada di Dusun Petung Sigar, Kelompok Tani Kopisari I dan Kelompok Tani Kopisari II yang berada di Dusun Wonorejo, Kelompok Tani Sumber Tani dan Kelompok Tani Anugrah Tani yang berada di Dusun Wonosari. Penelitian rantai pasok kopi yang dilakukan dikerucutkan lagi

menjadi fokus pada salah satu kelompok tani yakni Kelompok Tani Sumber Tani yang berada di Dusun Wonosari.

Desa Sukodono memiliki luas wilayah 1.858 Ha dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2. Luas Wilayah Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang

No.	Areal	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Pemukiman	200	10,76
2	Perkebunan Rakyat	457	24,60
3	Sawah	15	0,81
4	Lain-lain	1.186	63,83
Jumlah		1.858	100,00

Sumber: Profil Desa Sukodono diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa Desa Sukodono Kecamatan Dampit sebesar 10,76% dari total luas daerah digunakan sebagai pemukiman. Sebesar 24,60% dari total luas daerah digunakan untuk perkebunan rakyat serta 0,81% dari total luas daerah digunakan sebagai sawah. Sedangkan 63,83% digunakan untuk lain-lainnya. Kondisi ini menunjukkan terdapat peluang untuk mengembangkan usahatani kopi sebagai budidaya tanaman utama karena ditunjang dengan potensi luas perkebunan rakyat dan areal lain-lain yang luas, sehingga produktifitas kopi dapat meningkat.

2. Kondisi Demografi Penelitian

Data kependudukan merupakan salah satu data pokok yang diperlukan dalam perencanaan dan evaluasi pembangunan karena penduduk merupakan obyek sekaligus subyek pembangunan. Fungsi obyek menunjukkan bahwa penduduk menjadi target dan sasaran pembangunan yang dilakukan oleh penduduk. Sedangkan fungsi subyek menunjukkan bahwa penduduk adalah pelaku tunggal dari pembangunan. Kedua fungsi tersebut diharapkan berjalan seiring dan sejalan secara integral. Sedangkan, kondisi demografi digunakan untuk mengetahui kependudukan daerah penelitian.

Berdasarkan data profil desa jumlah penduduk Desa Sukodono Kecamatan Dampit tahun 2013 sebanyak 10.579 jiwa dengan tingkat kepadatan 2.671 KK. Adapun data komposisi penduduk menurut jenis kelamin pada Tahun 2013 disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Komposisi Penduduk Desa Sukodono Menurut Jenis Kelamin Pada Tahun 2013

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Laki-laki	5.295	50,05
2	Perempuan	5.284	49,95
Total		10.579	100,00

Sumber: Profil Desa Sukodono, 2016

Pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa jumlah penduduk di Desa Sukodono yang terdiri dari penduduk berjenis kelamin laki-laki sejumlah 5.295 orang dan penduduk jenis kelamin perempuan sejumlah 5.284 orang. Antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan memiliki selisih yang kecil, yakni 0,10% atau 11 orang lebih banyak penduduk dengan jenis kelamin laki-laki. Jumlah penduduk laki-laki yang lebih banyak dapat mendukung perkembangan usahatani kopi di Desa Sukodono. Hal ini dikarenakan dalam budidaya tanaman kopi tenaga kerja laki-laki lebih berperan baik dari kegiatan pembibitan sampai kegiatan panen. Sedangkan tenaga kerja dengan jenis kelamin perempuan hanya sedikit berperan yakni ketika kegiatan pewiwilan, pemupukan dan pemetikan ketika panen.

Selanjutnya distribusi penduduk berdasarkan mata pencaharian, yang menunjukkan kegiatan penduduk dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Mata pencaharian dapat digunakan untuk menunjukkan peranan beberapa sektor dalam mendukung kegiatan perekonomian suatu negara. Jumlah keseluruhan penduduk Desa Sukodono Kecamatan Dampit yang memiliki mata pencaharian sebesar 5.031 orang. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Distribusi Penduduk Desa Sukodono Berdasarkan Mata Pencaharian

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Petani	3.997	79,45
2	Buruh tani	936	18,61
3	Peternak	1	0,01
4	Pengrajin industri rumah tangga	13	0,26
5	Lainnya	84	1,67
Total		5.031	100,00

Sumber: Profil Desa Sukodono diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa dari berbagai macam jenis mata pencaharian penduduk Desa Sukodono sebagian besar sekitar 97,62% bergerak pada sektor pertanian yang meliputi pekerjaan sebagai petani, buruh tani dan peternak. Sedangkan 2,38% bergerak di sektor non pertanian meliputi pekerjaan

sebagai pengrajin industri rumah tangga, pegawai negeri sipil, dan lainnya. Kondisi ini salah satunya disebabkan karena potensi wilayah Desa Sukodono yang baik untuk pertanian. Penduduk yang berprofesi sebagai petani sebanyak 3.997 orang, buruh tani 936 orang dan peternak 1 orang. Kemudian penduduk yang berprofesi sebagai pengrajin industri rumah tangga sebanyak 13 orang, dan profesi lainnya sebanyak 84 orang.

Persebaran penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Sukodono Kecamatan Dampit disajikan pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Persebaran Penduduk Desa Sukodono Kecamatan Dampit Tahun 2013 Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Tamat SD/ sederajat	4.470	75,19
2	Tamat SMP/ sederajat	1.272	21,40
3	Tamat SMA/ sederajat	179	3,01
4	Tamat D1/D2/D3	24	0,40
Total		5.945	100.00

Sumber: Profil Desa Sukodono, 2016

Pada Tabel 5 disajikan data bahwa jumlah penduduk yang tamat melakukan pendidikan formal adalah 5.945 orang dari total jumlah penduduk Desa Sukodono Kecamatan Dampit sejumlah 10.579. Artinya penduduk Desa Sukodono yang tamat melakukan pendidikan formal hanya sebesar 56,20% dari total jumlah penduduk keseluruhan. Pendidikan formal yang diselesaikan sebagian besar adalah tamat Sekolah Dasar (SD) atau sederajat dengan persentase 75,15% dari total keseluruhan penduduk Desa Sukodono yang melakukan tamat pendidikan formal. Kemudian penduduk desa yang tamat Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau sederajat sebesar 21,40% dari total keseluruhan penduduk Desa Sukodono yang melakukan tamat pendidikan formal. Penduduk desa yang tamat Sekolah Menengah Atas (SMA) atau sederajat sebesar 3,01% dari total keseluruhan penduduk Desa Sukodono yang melakukan tamat pendidikan formal. Sedangkan penduduk desa yang tamat Perguruan Tinggi sebesar 0,40% dari total keseluruhan penduduk Desa Sukodono yang melakukan tamat pendidikan formal.

Kondisi persebaran penduduk Desa Sukodono menurut tingkat pendidikan menunjukkan bahwa tingkat pendidikan di dalam desa tersebut masih tergolong rendah. Hal ini diketahui dari persentase jumlah penduduk tamat SD yang sebesar

75,15% dari total keseluruhan penduduk Desa Sukodono yang melakukan tamat pendidikan formal. Oleh karena itu, kondisi ini sejajar dengan jumlah penduduk desa yang memiliki mata pencaharian sebagai petani maupun buruh tani yang sebesar 97,62%.

5.1.2 Gambaran Umum Kelompok Tani Daerah Penelitian

Penelitian ini menggunakan petani responden dari seluruh jumlah anggota Kelompok Tani Sumber Tani Dusun Wonosari Desa Sukodono. Sehingga dalam pelaksanaan penelitian kali ini, peneliti melakukan kegiatan sensus untuk mengumpulkan data dan informasi pada tingkat petani. Adapun gambaran umum Kelompok Tani Sumber Tani meliputi sejarah berdiri, struktur organisasi, kegiatan dan potensi kelompok tani.

1. Sejarah Berdiri Kelompok Tani

Menurut Ketua Kelompok Tani Sumber Tani Tahun 2016, sebelum tahun 2002 di Desa Sukodono, Kecamatan Dampit hanya terdapat satu kelompok tani yaitu kelompok Suka Makmur yang terletak di Dusun Sukorejo. Kemudian semakin tahun jumlah masyarakat yang menekuni pekerjaan sebagai petani semakin meningkat sehingga Kelompok Tani Suka Makmur tidak dapat menerima semua jumlah petani yang ingin ikut kelompok tani. Mengingat jumlah anggota kelompok tani telah dibatasi oleh Peraturan Menteri Pertanian. Sedangkan ilmu dan pengetahuan tentang teknologi dalam pertanian menurut masyarakat saat itu dirasa sangat penting. Sehingga dilakukan pengusulan pembuatan kelompok tani baru ke BP3K. Kelompok tani yang baru yakni bernama Sumber Tani dengan jumlah anggota yang sesuai dengan aturan kementerian pertanian, maka dilakukan Rapat Pembentukan Kelompok dan Pembentukan Pengurus yang dihadiri oleh 25 orang petani dan 1 orang PPL dari BP3K. Oleh karena itu Kelompok Tani Sumber Tani resmi dibentuk pada tanggal 1 Januari 2002 yang beranggotakan petani dari RT 22, 23 dan 24 RW 3 Dusun Wonosari Desa Sukodono. Adapun secara administratif Kelompok Tani Sumber Tani berbatasan sebagai berikut:

Sebelah Barat berbatasan dengan : Dusun Wonorejo

Sebelah Timur berbatasan dengan : Dusun Sukorejo

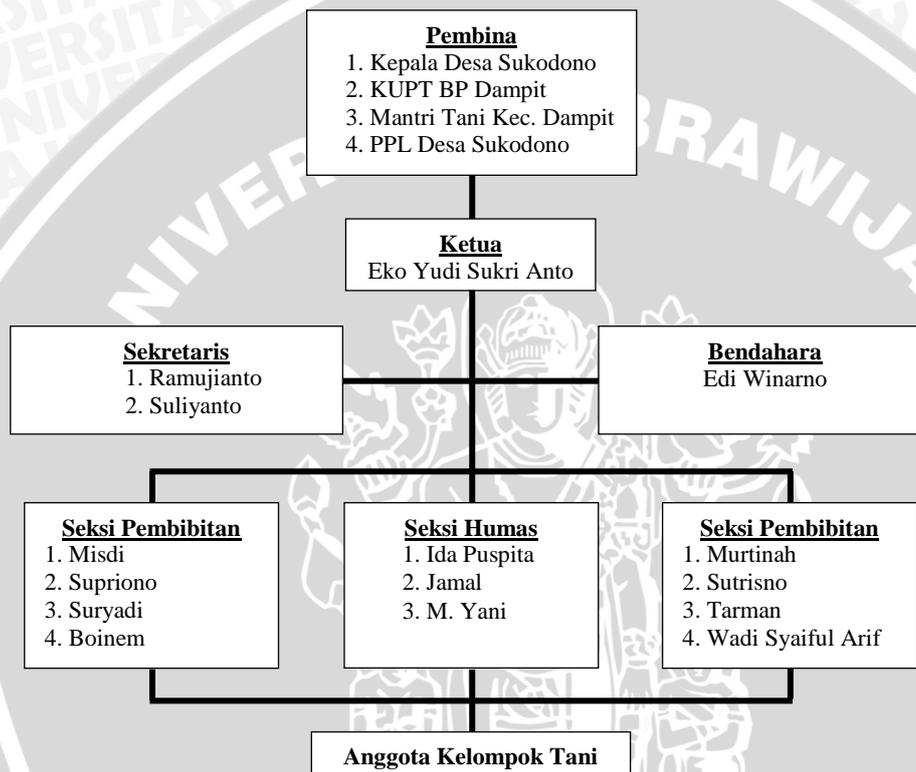
Sebelah Utara berbatasan dengan : Dusun Sukorejo

Sebelah Selatan berbatasan dengan : Kampung Dam

2. Struktur Organisasi Kelompok Tani

Struktur organisasi pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono terdiri dari Ketua, Sekretaris, Bendahara, Seksi pembibitan, Seksi humas dan Seksi pemasaran. Berikut bagan dari struktur organisasi pada Kelompok Tani Sumber Tani pada tahun 2016 disajikan pada Gambar 13 sebagai berikut:

Struktur Organisasi Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit Tahun 2015



Gambar 13. Struktur Organisasi Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Tahun 2015

Sumber: Profil Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono, 2016

Adapun tugas dan kewajiban dari masing-masing jabatan dalam struktur organisasi Kelompok Tani Sumber Tani adalah sebagai berikut:

1. Ketua, bertugas sepenuhnya untuk memimpin rapat bulanan, rapat tahunan dan pertemuan-pertemuan dengan anggotanya. Ketua kelompok tani bertugas dalam melaporkan perkembangan kegiatan kelompok pada anggota kelompok tani. Selain itu ketua kelompok tani juga bertugas dalam bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan yang ada dalam kelompok tani.
2. Wakil Ketua, tugas dan kewajiban untuk mengambil alih tugas dan kewajiban ketua kelompok tani ketika ketua kelompok tani berhalangan hadir dalam ke-

- giatan pertemuan atau rapat.
3. Sekretaris, bertugas dan berkewajiban dalam mengatur kegiatan administrasi, menulis hasil-hasil pertemuan kelompok tani, dan mengarsipkan setiap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh kelompok tani.
 4. Bendahara, bertugas dan berkewajiban dalam mengatur keuangan dan melaksanakan catatan keuangan kelompok tani secara tertib transparan dan teratur. Selain itu bendahara juga bertugas dan berkewajiban melaporkan kegiatan keuangan setiap pertemuan bulanan dan rapat umum anggota.
 5. Seksi Pembibitan, bertugas dan kewajiban untuk menyediakan bibit tanaman kepada anggota kelompok tani.
 6. Seksi Pemasaran, bertugas dan kewajiban untuk memberikan informasi tentang saluran pemasaran atau pedagang untuk hasil produksi kebun kepada anggota kelompok tani.
 7. Seksi Humas, bertugas dan berkewajiban untuk melaksanakan hubungan keluar dan ke dalam sesuai dengan garis kebijakan kelompok tani dan melakukan hubungan kerjasama dengan pihak-pihak terkait dengan mengutamakan misi kelompok. Selain itu juga perlu menciptakan kondisi yang lebih antara sesama anggota kelompok tani.

3. Kegiatan Kelompok Tani

Kelompok Tani Sumber Tani tidak terdapat kegiatan rutin yang dilakukan. Hal ini terjadi karena kondisi keuangan yang tidak dapat berputar dengan seharusnya. Sehingga beberapa anggota tidak mau melakukan iuran lagi untuk keberlangsungan aliran uang kas kelompok. Akan tetapi pada bulan April 2003 ada kegiatan Sekolah Lapangan Pengendalian Hama Terpadu (SLPHT) dari BP3K selama 15 hari dengan fasilitas bantuan gunting. Kemudian pada bulan Maret 2015 diadakan kegiatan pembaharuan anggota kelompok tani. Hal ini dikarenakan ada beberapa anggota yang sudah tidak berumur produktif sehingga harus digantikan oleh anggota petani yang berumur produktif. Kemudian pada bulan Juni 2015 dilakukan kegiatan diskusi dan pengusulan untuk kegiatan bantuan rehabilitasi kebun. Kemudian pada bulan Oktober 2015 usulan tersebut terealisasi berupa bantuan pupuk organik. Hasil dari bantuan pupuk organik tersebut

kemudian dibagikan ke setiap anggota petani masing-masing mendapatkan 5 Kw per petani.

4. Potensi Kelompok Tani

Potensi Kelompok Tani Sumber Tani merupakan data anggota kelompok tani, komoditas yang diusahakan kelompok tani serta luas lahan dan produksi kopi kelompok tani. Berikut penjelasan data sebagai potensi Kelompok Tani Sumber Tani:

a. Anggota Kelompok Tani

Jumlah anggota Kelompok Tani Sumber Tani adalah 21 orang dengan rincian yang tercantum dalam Tabel 6. Jumlah tersebut sesuai dengan data yang direkomendasikan oleh Ketua Kelompok Tani Sumber Tani dengan berdasarkan petani anggota kelompok tani yang aktif dalam kegiatan kelompok tani selama lima tahun terakhir.

Tabel 6. Data Anggota Kelompok Tani Sumber Tani

No.	Nama	L/P	RT/RW	Umur (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Jumlah Keluarga (Orang)
1	Eko Yudi Sukrianto	L	24/03	46	SMA	4
2	Juma'in Wibisono	L	24/03	50	SD	5
3	Muhammad Yani	L	24/03	41	SMA	4
4	Mujiono	L	24/03	43	SMP	6
5	Boinem	P	24/03	50	SD	2
6	Sutrisno	L	22/03	50	SD	2
7	Wadi Syaiful Arif	L	22/03	50	SD	3
8	Ida Puspita	P	23/03	33	SMA	4
9	Tarman	L	22/03	78	SD	6
10	Jamal	L	23/03	50	SD	4
11	Sunardi	L	23/03	60	SMA	3
12	Sutiyo	L	23/03	50	SD	6
13	Sulianto	L	23/03	39	SMP	2
14	Misdi	L	24/03	62	SD	2
15	Suryadi	L	24/03	64	SD	2
16	Murtinah	L	24/03	45	SD	2
17	Suliyanto	L	24/03	40	SD	4
18	Jumari	L	24/03	51	SD	3
19	Supriono	L	24/03	58	SMP	3
20	Edi Winarko	L	24/03	47	SD	3
21	Ramujiyanto	L	24/03	40	SMP	5

Sumber: Data Primer, 2016

Anggota kelompok tani Sumbertani terdiri dari 21 orang petani yang terbesar dari RT 22, 23 dan 24 RW 03. Anggota paling banyak adalah dari RT 24, hal ini dikarenakan dekat dengan rumah ketua kelompok tani dan beberapa anggota merupakan saudara dari ketua kelompok tani. Selain itu dari segi gender, anggota kelompok tani yang berjenis kelamin perempuan hanya terdapat dua orang yakni Ibu Ida Puspita dan Ibu Boinem. Hal ini dipicu karena menurut ketua kelompok tani bagian usahatani tanaman kopi lebih banyak dikerjakan oleh tenaga kerja orang laki-laki sehingga apabila ada kegiatan pelatihan bisa tepat sasaran. Sedangkan tenaga kerja perempuan umumnya hanya pada kegiatan pemetikan saat panen dan penjemuran.

b. Komoditas Potensi Yang Diusahakan Kelompok Tani

Komoditas yang diusahakan oleh anggota Kelompok Tani Sumber Tani selain kopi juga terdapat komoditas tanaman perkebunan lainnya. Komoditas lain tersebut berupa tanaman pisang, kelapa, cengkeh, sengon dan salak. Keenam jenis tanaman tersebut pada umumnya ditanam sebagai tanaman tumpang sari atau tanaman sela, kecuali tanaman salak dengan kopi yang tidak dapat ditumpang sarikan. Alasan utama petani responden mengambil keputusan untuk menanam komoditas lain di kebun kopi adalah untuk menghasilkan uang secara berkelanjutan. Sebagai contoh, tanaman kopi hanya bisa dipanen satu kali dalam satu tahun dan hasil panen tersebut tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup selama 12 bulan, sehingga petani perlu menanam tanaman seperti pisang yang dapat dipanen secara berkala baik satu minggu sekali, satu minggu dua kali atau bahkan lebih.

c. Luas Lahan dan Produksi Kopi Kelompok Tani

Data luas lahan dan produksi kopi pada Kelompok Tani Sumber Tani merupakan data primer yang peneliti ketahui dari hasil wawancara pada setiap masing-masing petani anggota Kelompok Tani Sumber Tani. Sehingga dapat diperoleh data bahwa luas lahan perkebunan kopi yang diusahakan oleh Kelompok Tani Sumber Tani pada tahun 2015 adalah seluas 28,05 ha dengan hasil produksi kopi kering ose atau lebih dikenal dengan sebutan *coffee bean* 331 kuintal.

Petani responden sejumlah 21 orang mengusahakan budidaya kopi pada lahan milik sendiri dan lahan milik negara. Terdapat lima orang petani responden yang sekaligus mengusahakan tanaman kopi di lahan milik negara dan milik sendiri. Sedangkan 16 petani lainnya mengusahakan tanaman kopinya di lahan milik sendiri. Adapun secara rinci data tersebut disajikan pada Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Data Luas Lahan dan Produksi Kopi Tahun 2015 Kelompok Tani Sumber Tani

No.	Nama	Luas Lahan (Ha)	Hasil Panen Tahun 2015 (Kw)
1	Eko Yudi Sukrianto	2.5	36
2	Juma'in Wibisono	1.45	25
3	Muhammad Yani	1	11
4	Mujiono	1	5
5	Boinem	0.5	13
6	Sutrisno	2	30
7	Wadi Syaiful Arif	0.5	8
8	Ida Puspita	0.25	3
9	Tarman	2	15
10	Jamal	1	9
11	Sunardi	0.5	7
12	Sutiyo	1	4
13	Sulianto	0.2	2
14	Misdi	1.5	30
15	Suryadi	1	5
16	Murtinah	1.9	20
17	Suliyanto	1	9
18	Jumari	1	16
19	Supriono	6	60
20	Edi Winarko	1	15
21	Ramujiyanto	0.75	8
Total		331	28,05

Sumber: Data Primer, 2016

5.1.3 Distribusi Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Petani Kopi

Karakteristik petani yang menjadi responden penelitian di Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono merupakan ciri-ciri yang menjadi pembeda antara petani kopi yang satu dengan petani kopi yang lain. Karakteristik petani kopi dalam penelitian ini meliputi umur, tingkat pendidikan formal, jumlah tanggungan

dalam keluarga, dan pengalaman mengusahakan kopi. Penjelasan mengenai karakteristik-karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

a. Umur Responden Petani Kopi

Umur seseorang pada umumnya dapat mempengaruhi aktivitas bekerja, sama halnya dengan umur petani yang dapat mempengaruhi aktivitas dalam mengelolah usahatannya. Hal yang dipengaruhi berupa kondisi fisik dan kemampuan berpikir. Semakin muda umur petani, diharapkan memiliki fisik yang kuat dan dinamis dalam mengelola usahatannya. Sehingga mampu bekerja lebih kuat dari petani yang umurnya tua. Selain itu petani yang lebih muda diharapkan lebih mempunyai keberanian untuk menanggung resiko dalam mencoba inovasi baru demi kemajuan usahatannya. Data karakteristik responden petani kopi Kelompok Tani Sumber Tani berdasarkan kelompok umur ditunjukkan pada Tabel 8 berikut ini.

Tabel 8. Karakteristik Responden Petani Kopi Kelompok Tani Sumber Tani Berdasarkan Kelompok Umur

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	15 – 39	2	9,52
2	40 – 64	18	85,71
3	65 – 89	1	4,76
Jumlah		21	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2016

Menurut Tjiptoherijanto (2001), kelompok umur produktif yaitu pada umur 15-64 tahun. Dari hasil penelitian diketahui bahwa petani responden sebesar atau 95,23 % dari jumlah total petani responden merupakan petani pada kelompok umur produktif yakni terdapat 85,71% atau sejumlah 18 orang berada pada kelompok umur 40-64 tahun dan terdapat 9,52% atau sejumlah 2 orang berada pada kelompok umur 15-39 tahun. Sedangkan sebesar 4,76% dari jumlah total petani responden atau sejumlah 1 orang petani berada pada kelompok umur 65-89 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa petani kopi pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit merupakan kelompok umur yang produktif. Sehingga ditinjau dari kelompok umur petani responden pada penelitian kali ini memiliki kemampuan yang baik dan terampil dalam melakukan usahatani dan pemasaran kopi.

b. Tingkat Pendidikan Responden Petani Kopi

Tingkat pendidikan merupakan lama pendidikan formal yang ditempuh oleh petani kopi yang menjadi responden dalam penelitian ini. Tingkat pendidikan dapat menggambarkan tingkat kemajuan pembangunan suatu wilayah. Pendidikan formal merupakan salah satu faktor penting dalam mengelola usahatani. Pendidikan formal juga berkaitan dengan kemampuan petani kopi dalam hal menerima informasi untuk mengoptimalkan usahatannya. Semakin tinggi tingkat pendidikan petani kopi, maka semakin cepat petani kopi tersebut dalam menerapkan teknik budidaya kopi berdasarkan pengetahuan dan bimbingan penyuluh. Selain itu dari segi pemasaran kopi, petani yang memiliki pengetahuan dengan baik akan lebih mudah mencari dan menangkap informasi pasar sehingga kopi yang dijual dapat disesuaikan dengan kondisi pasar, baik dari segi harga maupun kualitas. Berikut data responden berdasarkan tingkat pendidikan petani kopi di Kelompok Tani Sumber Tani yang disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Responden Petani Kopi Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Tamat SD/ sederajat	13	61,90
2	Tamat SMP/ sederajat	4	19,05
3	Tamat SMA/ sederajat	4	19,05
4	Tamat D1/D2/D3	0	0,00
Jumlah		21	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar responden petani kopi pada penelitian ini berpendidikan terakhir Sekolah Dasar (SD) sebesar 61,90% dari total 21 responden petani kopi. Dari data yang disajikan pada Tabel 9, disimpulkan bahwa rata-rata tingkat pendidikan petani responden di Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit tergolong rendah, sehingga kualitas sumber daya manusianya juga masih rendah. Tingkat pendidikan yang rendah akan mempengaruhi petani kopi dalam menerima adopsi inovasi, sehingga akan lebih lambat dalam menentukan sikap terkait keputusan dalam aktifitas budidaya maupun keputusan dalam memasarkan kopi.

Selain pendidikan formal juga ada pendidikan non formal yang pernah diikuti oleh petani responden. Kegiatan pendidikan non formal yang pernah diikuti oleh petani responden adalah Sekolah Lapang Pengendalian Hama Terpadu

(SLPHT). Kegiatan SLPHT dilaksanakan tiga bulan setelah pembentukan Kelompok Tani Sumber Tani dan diikuti oleh semua anggota kelompok. Kegiatan sekolah lapang tersebut bertujuan untuk membina para petani kopi khususnya petani anggota kelompok tani dalam hal pengendalian hama penyakit tanaman, sehingga petani dapat mengambil keputusan dengan bijak dalam pengendalian hama penyakit tanaman dan tidak bergantung pada pestisida kimia. Kegiatan tersebut berlangsung selama 10 minggu dengan satu kali pertemuan disetiap minggunya dan disetiap pertemuannya berlangsung selama 4 jam.

c. Tanggungan Keluarga Responden Petani Kopi

Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggung jawab kepala keluarga yang dalam hal ini adalah petani kopi. Pada penelitian ini, responden juga termasuk dalam jumlah tanggungan keluarga, karena biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan sehari-hari mencakup kebutuhan kepala keluarga dan anggota keluarganya. Jumlah tanggungan keluarga ini penting untuk diketahui karena sangat berpengaruh pada kondisi keuangan. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga, maka semakin banyak biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Jumlah anggota keluarga responden di lokasi penelitian ditunjukkan Tabel 10 berikut ini.

Tabel 10. Karakteristik Responden Petani Kopi Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

No.	Kelompok Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1 – 2	6	28,57
2	3 – 5	12	57,14
3	6 – 7	3	14,29
Jumlah		21	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2016

Tabel 10 menyajikan bahwa jumlah tanggungan keluarga petani responden terbanyak yaitu antara 3-5 orang dengan persentase sebesar 57,14% dari total 21 responden. Sedangkan pada kelompok jumlah anggota keluarga antara 1-2 orang sebesar 28,57% dari total 21 responden dan kelompok jumlah anggota keluarga antara 6-8 orang sebesar 14,28% dari total 21 responden. Besarnya jumlah tanggungan keluarga dapat berpengaruh terhadap keputusan berusahatani. Hal ini dikarenakan semakin banyak jumlah anggota keluarga maka dalam pengambilan

keputusan akan lebih beragam dibandingkan dengan jumlah anggota keluarga yang sedikit. Namun di sisi lain, jumlah tanggungan keluarga juga dapat menjadi motivasi bagi petani kopi dalam mengambil keputusan dan lebih termotivasi untuk kerja keras dalam berusaha kopi guna mencukupi kebutuhan keluarga. Selain itu, jumlah tanggungan keluarga ini dapat dimanfaatkan untuk membantu dalam proses kegiatan usahatani sampai kegiatan pemasaran kopi terutama pada penyediaan tenaga kerja dalam keluarga.

d. Pengalaman Responden Petani Kopi

Pengalaman responden dalam mengusahakan kopi merupakan waktu petani memulai usahatani kopi sampai dengan tahun sekarang. Pengalaman berusaha kopi menjadi salah satu faktor penting dalam melakukan budidaya kopi untuk menghasilkan biji kopi yang berkualitas. Petani yang memiliki pengalaman usahatani lebih lama akan cenderung dapat mengurangi resiko kegagalan. Berikut ini Tabel 11 menyajikan data responden tentang pengalaman mengusahakan tanaman kopi.

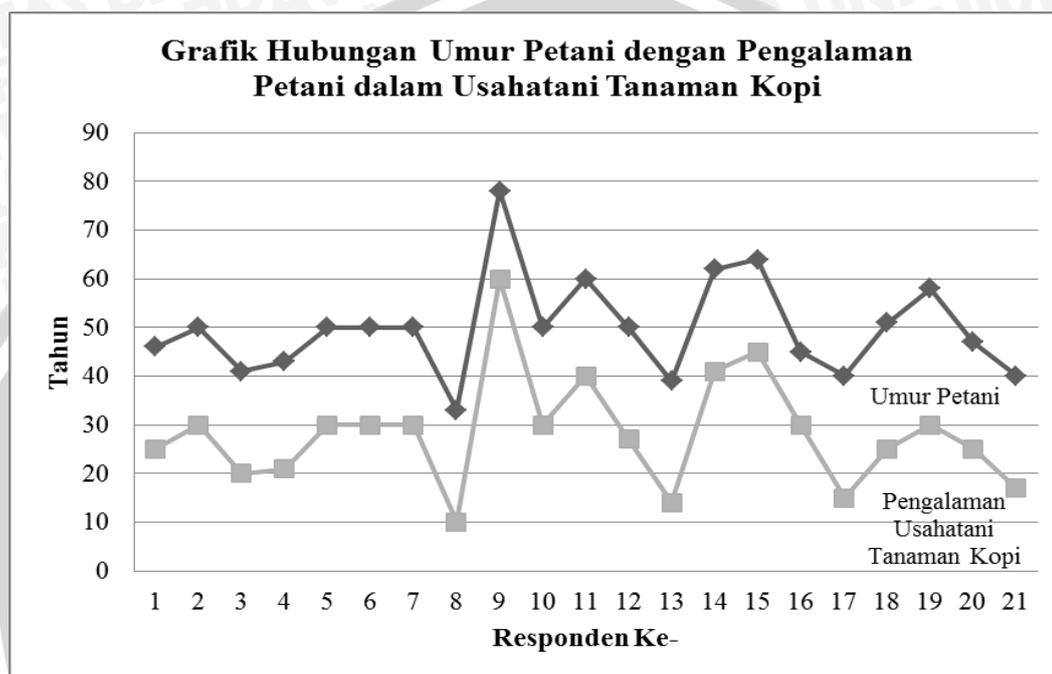
Tabel 21. Karakteristik Responden Petani Kopi Berdasarkan Pengalaman Mengusahakan Tanaman Kopi

No.	Pengalaman Mengusahakan Kopi (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0 – 10	1	4,76
2	11 – 20	4	19,05
3	21 – 30	12	57,14
4	31 – 40	1	4,76
5	>40	3	14,29
Jumlah		21	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan data pada Tabel 11 menyajikan bahwa pengalaman responden petani kopi dalam mengusahakan kopi yang terbanyak yaitu selama 21-30 tahun sebesar 57,14%. Untuk petani kopi yang berpengalaman antara 0-10 tahun sebesar 4,76%, petani kopi yang berpengalaman selama 11-20 tahun sebesar 19,04%. Kemudian, untuk petani kopi yang berpengalaman selama 31-40 tahun sebesar 4,76%. Sedangkan untuk petani kopi yang berpengalaman lebih dari 40 tahun sebesar 14,28%. Dengan pengalaman dalam mengusahakan kopi yang lebih lama maka akan membantu petani kopi dalam mengambil keputusan baik dari segi usahatani, pengolahan sampai pemasaran kopi. Sehingga pada petani responden

yang termasuk anggota kelompok tani Sumber Tani ini lebih dari lima puluh persen memiliki kemampuan yang baik dalam mengambil keputusan baik dari segi usahatani, pengolahan sampai pemasaran kopi. Hal ini juga ditunjang dengan umur petani, yang mana grafik umur petani diikuti dengan grafik lamanya pengalaman petani dalam berusahatani kopi (Gambar 14). Semakin berumurnya seorang petani maka pengalaman usahatani tanaman kopi juga semakin lama.



Gambar 14. Grafik Hubungan Petani dengan Pengalaman Petani dalam Usahatani Tanaman Kopi

e. Luas Lahan Petani Kopi

Luas lahan memiliki pengaruh terhadap produksi tanaman kopi pada suatu areal pertanaman kopi per satuan luas. Semakin besar luas lahan yang ditanami dengan tanaman kopi maka potensi produksi tanaman kopi juga akan semakin besar. Berikut disajikan pada Tabel 12 data luas lahan yang dimiliki oleh petani kopi yang menjadi responden dalam penelitian ini:

Tabel 12. Luas Lahan Responden Petani Kopi

No.	Luas Lahan Responden (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0,2 – 2,1	19	90,48
2	2,2 – 4,1	1	4,76
3	4,2 – 6,1	1	4,76
Jumlah		21	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan data pada Tabel 12 luas lahan petani responden pada Kelompok Tani Sumber Tani dikelompokkan menjadi tiga golongan yakni golongan 1 pada luas lahan interval 0,2 – 2,1 Ha; golongan 2 pada luas lahan interval 2,2 – 4,1 Ha; dan golongan 3 pada luas lahan interval 4,2 – 6,1 Ha. Luas lahan yang paling banyak dimiliki oleh responden petani kopi adalah pada golongan 1 yakni interval lahan 0,2 – 2,1 Ha sebanyak 19 responden atau sebesar 90,48% dari total responden petani kopi. Golongan 2 untuk luas lahan 2,2 – 4,1 Ha dan golongan 3 pada luas lahan interval 4,2 – 6,1 Ha masing-masing sebanyak 1 orang atau masing-masing sebesar 4,76% dari total responden petani kopi.

Hal ini dipengaruhi oleh adanya pergantian jenis tanaman yang diusahakan oleh petani responden. Dari total responden petani sejumlah 21 orang petani semuanya melakukan pergantian tanaman dari tanaman kopi menjadi tanaman salak. Umumnya petani responden telah mengganti sebagian besar lahan tanaman kopinya ke untuk ditanami salak sekitar 5 tahun yang lalu. Hal ini disebabkan oleh produksi kopi pada anggota kelompok tani Sumber Tani mengalami penurunan hingga hampir selama 7 tahun terakhir ini atau mulai turun pada tahun 2008. Menurut petani responden penurunan hasil panen dikarenakan oleh cuaca yang tidak stabil.

2. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran memiliki peranan penting dalam membantu menyalurkan atau mendistribusikan hasil panen kopi ke pedagang hingga sampai ke konsumen. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kopi di kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit adalah pengumpul kecil kopi. Pengumpul kecil kopi dalam penelitian ini adalah kelompok perantara yang membeli atau sebagai perantara kopi dari petani yang kemudian kopi tersebut dijual atau disalurkan kepada konsumen ataupun perusahaan eksportir kopi. Selain itu juga terdapat pengumpul besar kopi yang merupakan pedagang kopi yang membeli kopi dalam kapasitas lebih besar dari pada pengumpul kecil, kemudian kopi akan disalurkan ke perusahaan eksportir maupun ke konsumen. Selain itu juga terdapat perusahaan eksportir yang terlibat dalam penyaluran kopi kelompok tani Sumber Tani.

Karakteristik responden lembaga pemasaran kopi pada kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono menggambarkan pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran kopi pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono. Berdasarkan teknik *snowball sampling*, didapatkan satu kelompok pengumpul kecil kopi, empat pengumpul besar kopi dan satu perusahaan eksportir kopi. Responden lembaga pemasaran dari pengumpul kecil adalah Asosiasi Petani Sridonoretno. Responden lembaga pemasaran dari pengumpul besar kopi adalah CV Sumber Agung, UD Tirta Sari, UD Anugerah Palawija, dan UD Wijaya. Sedangkan responden lembaga pemasaran dari perusahaan eksportir adalah PT. Asal Jaya.

Distribusi penjualan hasil panen kopi petani responden kelompok tani Sumber Tani kepada lembaga responden yang disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Distribusi Responden Lembaga Pemasaran Kopi Pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono

No.	Lembaga Pemasaran	Jumlah (Orang)	Kapasitas Beli (Kw)	Presentase (%)
1	Pengumpul Kecil	6	10,76	17,65
2	Pengumpul Besar	20	212,72	58,82
3	Perusahaan Eksportir	8	121,52	23,53
Total		34	345,00	100,00

Sumber : Data Primer, 2016

Berdasarkan data distribusi responden lembaga pemasaran pada Tabel 13 diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar petani menjual hasil panen berupa *coffee bean* ke pedagang besar dengan jumlah petani responden sebanyak 20 orang atau sekitar 58,82% dari total keseluruhan responden. Hal ini dikarenakan terdapat kemudahan yang diberikan oleh pedagang besar kepada petani yang menjual hasil panen kopi khususnya berupa *coffee bean*. Kemudahan tersebut berupa transaksi jual beli yang mudah dan lancar, petani tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan uang hasil penjualannya, terdapat sistem peminjaman uang maupun saprodi bagi petani yang membutuhkan. Untuk peminjaman uang yang dilakukan oleh petani tidak harus digunakan sebagai modal usahatani kopi, akan tetapi bisa digunakan untuk kebutuhan lainnya. Selain itu, dalam sistem peminjaman tidak terdapat syarat khusus ataupun jaminan sehingga peminjaman hanya membutuhkan sifat kepercayaan saja. Bunga yang diberikan oleh pihak pedagang besar juga sangat rendah yakni 2% per bulan. Apabila petani yang

meminjam merupakan orang-orang yang sudah berlangganan dan sudah kenal lama, maka tidak ada bunga yang diberikan dari pihak pedagang besar. Akan tetapi, dengan kemudahan proses jual beli maupun peminjaman modal usahatani kopi tersebut membuat petani-petani merasa terikat untuk harus menjual hasil panen kopinya ke pedagang besar tersebut. Selain itu cara pengembalian uang ataupun saprodi yang telah dipinjam oleh petani adalah dengan menjual hasil panen kopi petani ke pedagang besar tersebut. Jarak lokasi pedagang besar dari masing-masing rumah petani responden lebih kurang 30 menit, sehingga menjadi faktor lain tertariknya petani responden untuk menjual ke pedagang tersebut.

Selanjutnya petani responden yang menjual hasil panen berupa *coffee bean* ke perusahaan eksportir sebanyak 8 orang atau sekitar 23,53% dari total keseluruhan responden. Apabila dibandingkan dengan penjualan petani responden ke pedagang besar terdapat selisih 35,29%. Selisih tersebut dipengaruhi oleh lamanya proses penjualan kopi ke perusahaan tersebut. Panjangnya antrian yang membuat petani harus menunggu lama menjadikan salah satu alasan utama yang menjadikan petani responden tidak tertarik menjual hasil panen kopi ke perusahaan eksportir. Selain itu, pihak perusahaan eksportir tidak menyediakan peminjaman modal baik bentuk uang maupun lainnya. Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan eksportir kepada petani adalah berupa pelatihan dan penyediaan gudang. Jarak lokasi perusahaan eksportir dari masing-masing rumah petani responden lebih kurang 45 menit, sehingga menjadi faktor lain kurang tertariknya petani responden untuk menjual ke perusahaan eksportir.

Lembaga pemasaran selanjutnya adalah sebagai pengumpul. Petani responden yang menjual hasil panen kopi ke pengumpul sejumlah 6 orang atau 17,65% dari total keseluruhan responden. Lokasi lembaga pengumpul adalah di Desa Srimulyo Kecamatan Dampit. Petani responden yang menjual hasil panen berupa kopi glondong merah 85-90% merah petik kebun. Apabila dibandingkan dengan penjualan petani responden ke pedagang besar terdapat selisih 41,17%. Hal ini dipengaruhi oleh tidak setiap petani responden mampu melakukan pemetikan buah kopi sesuai dengan standart yang diterapkan oleh lembaga. Selain itu lembaga pengumpul tersebut melakukan kegiatan pengumpulan kopi baru

mulai tahun 2015. Sehingga kesiapan petani untuk mengikuti standart yang diberikan masih kurang.

5.1.4 Deskripsi Proses Budidaya Tanaman Kopi

Proses bisnis budidaya tanaman kopi pada penelitian kali ini merupakan seluruh rangkaian kegiatan budidaya tanaman kopi mulai dari kegiatan pembibitan, penyulaman, penyambungan, pemupukan, penyiangan gulma, perompesan (pangkas lepas panen), pewiwilan, dan pengendalian hama penyakit serta kegiatan panen dan pasca panen yang dilakukan selama tahun 2015 yang dilakukan oleh petani responden. Selain itu juga perlu dijelaskan keadaan pola tanam yang dilakukan oleh petani responden. Berikut uraian pola tanam dan proses bisnis budidaya tanaman kopi selama tahun 2015 yang dilakukan oleh petani responden:

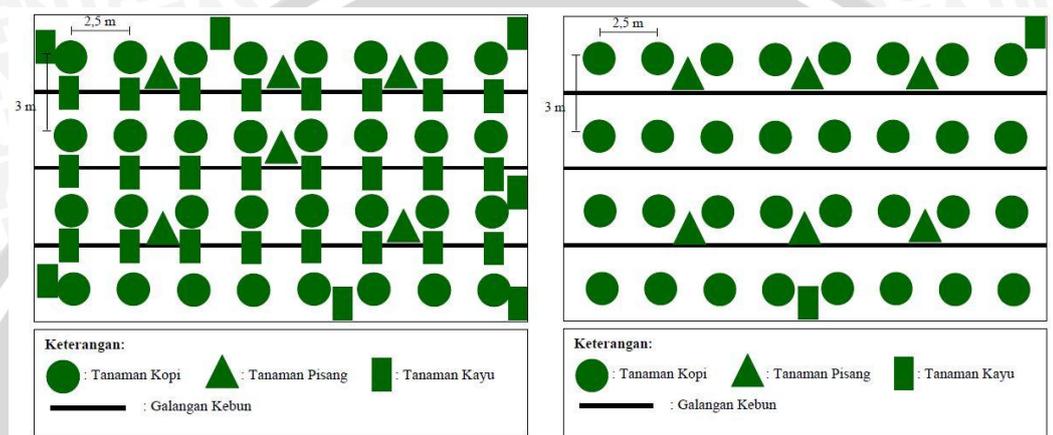
1. Pola Tanam Tanaman Kopi

Tanaman kopi merupakan salah satu dari jenis tanaman tahunan yang dapat dipanen buahnya satu kali dalam satu tahun. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari umumnya petani responden melakukan sistem tanam secara tumpang sari dengan tanaman sela tanaman pisang (*Musa sp.*). Sedangkan tanaman naungan ataupun tanaman pinggir yang usahakan adalah tanaman kayu yakni pohon sengon laut (*Albizia falcataria* L.), pohon cengkeh (*Syzygium aromaticum* L.), pohon kelor (*Moringa oleifera* L.), pohon petai (*Parkia speciosa* Hassk), pohon durian (*Durio zibethinus* Murr), pohon lamtoro (*Leucaena leucocephala* (Lam). de Wit) dan pohon kelapa (*Cocos nuciferal*).

Jarak tanam untuk tanaman kopi pada kebun petani responden umumnya adalah 2,5 x 3 m. Sedangkan untuk jarak tanam tanaman sela tidak dapat ditentukan karena tidak setiap sela terdapat tanaman selanya. Begitu pula dengan tanaman naungan, yang tidak dapat diketahui dengan pasti jarak tanamannya karena petani responden menanam sesuai selera dan menurut beliau terdapat ruang kosong maka akan ditanam tanaman naungan. Selain itu terkadang tanaman naungan merupakan tanaman yang tumbuh liar kemudian dibiarkan hidup ataupun tanaman naungan yang sudah ditebang dan tidak disulam kembali.

Pola tanam yang dilakukan oleh petani responden antara kebun yang dekat rumah dengan kebun yang berada di lahan Perhutani sangat berbeda. Hal ini dapat

diketahui dari kerapatan tanaman naungan yang ada dan ada tidaknya tanaman sela. Umumnya tanaman naungan yang ada di kebun dekat rumah lebih banyak dan lebih beragam sedangkan tanaman naungan pada kebun perhutani sangat sedikit. Untuk tanaman sela hanya dibudidayakan pada kebun yang dekat rumah saja, sedangkan di kebun milik perhutani hanya terdapat sedikit terdapat tanaman sela. Adapun macam-macam gambar pola tanam secara umum pada kebun petani responden disajikan pada Gambar 15.



Gambar 15. Pola Tanam Kebun Kopi di Dekat Rumah (a) dan di Lahan Perhutani (b)
 Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

2. Gambaran Umum Budidaya Tanaman Kopi Selama Tahun 2015

Terdapat sepuluh (10) macam kegiatan yang dilakukan oleh petani anggota Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono dalam melaksanakan budidaya tanaman kopi selama tahun 2015. Berikut uraian masing-masing kegiatan yang dilakukan:

a. Pembibitan

Kegiatan pembibitan petani responden pada tahun 2015 umumnya dilakukan pada awal atau akhir tahun yaitu bulan Desember sampai bulan Januari. Bulan-bulan ini merupakan bulan awal musim hujan. Sehingga ketersediaan air akan tercukupi apabila melakukan pembibitan di waktu ini. Kegiatan pembibitan pada kelompok tani Sumber Tani dilakukan secara individu dengan menggunakan perbanyakan secara vegetatif ataupun generatif.

Perbanyakan generatif adalah perbanyakan dengan menggunakan biji dari tanaman kopi. Teknik pembibitan yang dilakukan dengan menanam pada media tanam berupa tanah yang telah dimasukkan ke dalam polibag. Setiap polibag

diisikan satu biji kopi saja. Selain itu, petani responden juga ada yang melakukan pembibitan langsung pada sebidang tanah yang telah diolah. Kemudian biji disebar diatas bedengan dan ditutup dengan tanah atau pupuk kandang yang telah dicampur dengan tanah. Perawatan yang dilakukan hanya penyiraman saja. Setelah lebih kurang 12 bulan atau minimal daun sudah 6-8 helai, maka bibit perbanyakkan secara generatif tanaman kopi siap untuk dipindah ke kebun.

Perbanyakkan vegetatif dilakukan dengan menggunakan stek. Bagian tanaman yang digunakan untuk stek adalah batang pohon kopi yang tidak terlalu muda dan tidak terlalu tua. Bahan stek diambil dari dalam kebun milik petani responden sendiri. Kemudian ditanam dalam bedengan yang telah dibuat sebelumnya atau di dalam polibag seperti media tanam pada perbnnyakan generatif. Panjang bahan stek batang yang digunakan kurang lebih 2 - 4 ruas dari pucuk. Pemotongan bahan stek adalah 6 – 8 ruas dengan pangkal bawah dipotong meruncing. Setelah bahan stek ditanam di media tanam, selanjutnya diberi sungkup yang biasanya dari plastik transparan. Tujuan pemberian sungkup adalah untuk menjaga kelembaban udara. Setelah dua minggu, sungkup bisa dibuka 1 – 2 jam/ hari untuk menyesuaikan kondisi tanaman setek dengan suhu lingkungan luar. Selain itu juga diberikan penyiraman dengan cara disemprot. Setelah tiga bulan sungkup dapat dibuka dan penyimaran dapat dilakukan dengan pengocoran. Pada bulan ke 8 – 9, bibit stek sudah siap dipindah ke kebun sebagai bahan penyulaman. Berikut disajikan Gambar 16 dokumentasi bahan perbanyakkan kopi secara vegetatif yang dilakukan oleh petani.



Gambar 16. Contoh Bahan Stek Batang Tanaman Kopi oleh Bapak Jamal
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

Jenis biji kopi yang digunakan dalam pembibitan oleh petani responden umumnya adalah kopi ekselsa dan kopi robusta klon BP 308. Kopi ekselsa merupakan biji kopi dari kelompok liberoid atau nama latinnya *Dewevrei coffea*. Kopi ekselsa merupakan kopi yang berbeda dari kopi robusta maupun arabika. Biji kopi ekselsa memiliki ciri fisik biji cenderung lebih besar dari kopi arabika dan robusta. Sedangkan kopi robusta klon BP 308 dipilih karena tahan terhadap nematoda dan dapat ditanam di tanah yang kurang subur atau tahan kekeringan.

Contoh petani yang melakukan kegiatan pembibitan

Petani yang melakukan perbanyakan secara generatif contohnya adalah Bapak Ramujianto. Beliau melakukan pembibitan dengan menggunakan biji kopi ekselsa. Alasan pemilihan pembibitan jenis kopi tersebut adalah karena tahan terhadap kekeringan dan memiliki ukuran biji yang lebih besar. Pelaksanaan pembibitan dilakukan oleh Bapak Raujianto pada awal bulan Januari sejumlah 150 batang. Biji yang digunakan berasal dari hasil panen tahun sebelumnya.

Pembibitan dilakukan pada media tanaman 100% tanah yang telah diisikan ke polibag. Selanjutnya biji kopi dimasukkan ke dalam polibag tersebut. Selama kegiatan pembibitan dilakukan sendiri oleh beliau. Perawatan pembibitan berupa penyiraman saja. Kegiatan pembibitan dilaksanakan di pekarangan rumah, sehingga dalam memperoleh bahan untuk perawatan yakni air sangat mudah. Selain itu pemantauan terhadap biji yang tidak tumbuh juga sangat mudah sehingga dapat langsung diganti dengan biji kopi yang lain agar umur bibit sulaman dengan yang awal tanam tidak memiliki selisih waktu yang lama.

Contoh petani yang melakukan perbanyakan secara vegetatif adalah Bapak Supriono. Beliau melakukan perbanyakan vegetatif dengan menggunakan batang dari kopi robusta klon BP 308. Pembibitan dilakukan pada bulan November. Jumlah batang yang dibibit lebih kurang 600 batang yang diperoleh dari tanaman kopi di dalam kebun milik Bapak Supriono sendiri.

Kegiatan pembibitan dilakukan sendiri oleh Bapak Supriono mulai dari pengolahan lahan sampai perawata. Lokasi pembibitan adalah di kebun secara langsung. Media tanam berupa bedengan tanah yang telah diolah terlebih dahulu. Pengolahan dengan menggunakan cangkul secara manual. Setelah tanah diolah kemudian batang sebagai bahan perbanyakan ditanam ke bedengan secara rapi

untuk mempermudah pemindahan nanti setelah berumur 8-12 bulan.

Berbeda dengan bapak Ramujianto, Bapak Supriono memilih tempat pembibitan di kebun karena tidak memiliki pekarangan rumah yang cukup untuk melakukan pembibitan. Sehingga beliau lebih memilih melakukan pembibitan di kebun langsung. Selain itu juga mempermudah beliau dalam pemindahan setelah bibit siap dipindahkan mengingat media tanam yang berupa bedengan.

Pada tahun 2015 tidak semua petani responden melakukan kegiatan pembibitan. Dari 21 petani responden hanya 10 petani responden yang melakukan kegiatan pembibitan. Alasan petani melakukan pembibitan sendiri adalah untuk mengurangi biaya usahatani dan mengisi waktu luang. Sedangkan petani yang tidak melakukan pembibitan, karena kurang terampil dan telaten serta tidak ada waktu untuk merawatnya. Kegiatan pembibitan yang dilakukan petani pada kelompok tani Sumber Tani umumnya untuk digunakan sendiri bukan untuk diperjual belikan.

Petani responden sejumlah 10 orang semuanya melakukan kegiatan pembibitan sendiri baik yang secara generatif maupun vegetatif tanpa dibantu tenaga kerja lain (tidak ada pengupahan). Tempat melakukan pembibitan ada yang di kebun dan ada yang di pekarangan rumah, tergantung keinginan petani dan ketersediaan lahan yang dimiliki petani. Benih atau bahan perbanyak untuk pembibitan diperoleh dari dalam kebun milik sendiri. Sedangkan untuk jumlah pembibitan tergantung kebutuhan petani dan kemampuan petani itu sendiri.

b. Penyulaman

Kegiatan penyulaman dilakukan pada awal musim hujan. Pada tahun 2015 umumnya kegiatan penyulaman dilakukan pada bulan Desember. Dari 21 petani responden, terdapat 17 petani yang melakukan kegiatan penyulaman. Sedangkan 4 petani lainnya tidak melakukan penyulaman dengan alasan tidak tersedianya bibit untuk menyulam dan tidak ada waktu untuk melakukan penyulaman.

Bibit yang disulam pada tahun 2015 oleh petani responden adalah hasil dari pembibitan sendiri dan ada juga yang hasil dari pembelian. Petani yang melakukan penyulaman dari hasil pembibitan sendiri sebanyak 10 orang sesuai dengan jumlah petani yang melakukan pembibitan. Sedangkan petani yang melakukan penyulaman dari hasil pembelian sejumlah 7 orang. Bibit tanaman

kopi dibeli dari kelompok tani lain. Dari hasil wawancara, ketujuh petani tersebut ada yang membeli ke kelompok tani Petung Sigar, Kelompok Tani Sumber Asin dan di Gapoktan Sridonoretno. Harga pembelian per polibag atau per batang adalah Rp 4.000,- sampai dengan Rp 4.500,- tergantung tingi tanaman.

Penyulaman yang dilakukan oleh petani responden kelompok tani Sumber Tani adalah dilakukan sendiri yang dibantu tenaga kerja lain dari dalam keluarga. Pengerjaan penyulaman yang dilakukan sendiri oleh petani responden pada kelompok tani yang memiliki luas lahan golongan satu dan dua tidak harus diselesaikan dalam satu hari dengan target sekian batang bibit. Akan tetapi dilakukan apabila ke kebun sambil membawa bibit secukupnya, apabila pagi hari membawa 30-50 batang dan disore hari 20-30 batang. Sedangkan untuk petani responden yang memiliki luas lahan pada golongan tiga yakni Bapak Supriono yang memiliki luas lahan seluas 6 Ha pengerjaan sulaman dibantu oleh tenaga kerja lain dari luar keluarga. Sehingga Bapak Supriono mengeluarkan biaya untuk pengupahan tenaga kerja penyulaman.

Teknik penyulaman yang dilakukan oleh petani adalah sebelum dilakukan penanaman bibit sulam, satu tahun sebelumnya lubang untuk menanam sudah dibuat. Pembuatannya menggunakan alat bantu cangkul dengan kedalaman 60 cm, panjang dan lebar lebih kurang 60-80 cm. Setelah tanah digali, kemudian lubang didiamkan selama 8-12 bulan untuk siap digunakan menanam bibit sulaman. Berikut hasil dokumentasi hasil penyulaman umur 2 minggu setelah tanam yang dilakukan di salah satu kebun milik petani responden disajikan pada Gambar 17.



Gambar 17. Penyulaman Kopi Robusta Klon BP 308 Umur 2 Minggu di Kebun Bapak Sutiyo

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

Contoh petani yang melakukan kegiatan penyulaman:

Petani yang melakukan kegiatan penyulaman dengan dibantu tenaga kerja dari dalam keluarga adalah Bapak Tarman. Penyulaman dilakukan pada bulan Desember. Jumlah pohon yang disulamkan sebanyak 100 pohon dari hasil pembibitan sendiri dan 25 pohon dari hasil pembelian. Oleh karena itu jumlah bibit yang disulamkan sejumlah 125 pohon untuk luas lahan 2 Ha. Varietas kopi yang digunakan adalah kopi robusta klon BP 308. Harga bibit tanaman kopi yang dibeli oleh Bapak Tarman dari Gapoktan Sridonoretno adalah seharga Rp 4.000,- per pohon. Beliau melakukan penyulaman dibantu oleh istrinya, 2 anak laki-laki, dan 1 anak perempuan. Dalam penyulaman setiap harinya lebih kurang Bapak Tarman dan keluarga menyelesaikan 50 pohon. Sehingga dengan jumlah bibit 125 pohon, kegiatan penyulaman di kebun Bapak Tarman selesai dalam waktu 3 hari.

Petani yang melakukan kegiatan penyulaman dengan dibantu tenaga kerja dari luar keluarga adalah Bapak Supriono. Bapak Supriono memiliki luas lahan 6 Ha menyulam kebun tanaman kopi sebanyak 600 pohon bibit tanaman kopi robusta klon BP 308 yang diperoleh dari hasil pembibitan sendiri. 600 pohon tersebut disulamkan dengan bantuan 5 orang tenaga kerja laki-laki dan diselesaikan dalam waktu 6 hari. Setiap harinya upah tenaga kerja sebesar Rp 40.000,- yang bekerja dari jam 06.30 – 15.00 WIB.

c. Penyambungan

Penyambungan pohon kopi merupakan kegiatan penggabungan antara batang atas dan batang bawah. Tujuan dilakukan penyambungan adalah untuk mendapatkan buah kopi dari varietas kopi yang memiliki sifat unggul. Batang atas merupakan entres pada tanaman kopi dari varietas yang memiliki sifat unggul, sedangkan batang bawah merupakan tanaman kopi dewasa yang ada di dalam kebun yang tahan terhadap hama dan penyakit. Umumnya petani responden pada kelompok tani Sumber Tani melakukan penyambungan kopi pada bulan Desember dan Januari, dikarenakan pada bulan tersebut banyak tumbuh entres yang digunakan untuk penyambungan. Varietas yang banyak digunakan untuk entres adalah kopi robusta klon BP 534 atau petani sering menyebutnya sebagai kopi tugusari. Hal ini dikarenakan menurut petani responden varietas tersebut

memiliki keunggulan apabila disambung percabangan tumbuh mendatar dan lebih kokoh serta hasil buah kopinya berukuran besar.

Pada tahun 2015, semua petani responden melakukan penyambungan meskipun tidak seluruh pohon yang ada dikebun. Hal ini disebabkan oleh jumlah entres yang ada dalam kebun sangat sedikit akibat dari kemarau panjang. Entres yang baik menurut petani adalah entres yang segar dan memiliki 3 ruas batang karena kalau kurang dari 3 ruas umumnya penyambungan akan gagal. Petani mendapatkan entres berasal dari lahan kopinya sendiri. Kegiatan penyambungan dilakukan sendiri oleh petani, tidak menggunakan tenaga kerja lain karena mereka takut banyak yang gagal ketika penyambungan dilakukan oleh orang lain. Akan tetapi juga ada beberapa petani yang mempekerjakan tenaga kerja lain untuk kegiatan penyambungan karena kurang terampil dalam teknik penyambungan. Berikut dokumentasi kegiatan penyambungan yang dilakukan pada salah satu kebun milik petani responden disajikan pada Gambar 18.



Gambar 108. Kegiatan Penyambungan Dengan Entres Kopi Robusta Klon BP 534 di Kebun Kopi Pak Sutiyo
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

Kegiatan penyambungan adalah dengan cara memotong batang bibit pada batang bawah ketinggian 15 – 20 cm dan daun bibit batang bawah disisakan 1 – 3 pasang helai. Batang bawah yang telah dipotong kemudian diiris bagian tengah sepanjang 2 – 3 cm untuk penyambungan entres batang atas. Entres yang digunakan dipotong 1 - 2 ruas dengan pangkal diiris dua sisi menyerupai huruf V serta daunnya dihilangkan. Kemudian entres batang atas disambungkan ke batang bawah dengan cara ikat menggunakan plastik ataupun tali rafia. Setelah selesai ditali, kemudian batang atas dibungkus dengan plastik transparan sampai batas

pangkal ikatan kemudian diikat kembali. Setelah dua minggu apabila hasil sambungan masih segar dan hijau, maka entres sambungan hidup. Selanjutnya plastik pembungkus dan tali dapat dilepaskan.

Contoh petani yang melakukan kegiatan penyambungan:

Contoh anggota kelompok tani Sumber Tani yang melakukan kegiatan penyambungan pada tahun 2015 adalah Ibu Ida Puspita. Penyambungan dengan menggunakan kopi varietas ekselsa. Luas lahan tanaman kopi yang dimiliki Ibu Ida adalah 0,25 Ha dengan jumlah tanaman lebih kurang 400 pohon. Dari 400 pohon tersebut yang dilakukan penyambungan hanya sebanyak 120 pohon. Penyambungan dilakukan pada bulan Desember yang dikerjakan oleh satu orang tenaga kerja laki-laki dengan sistem upah borongan yakni Rp 120.000,-. Alasan pengerjaan penyambungan oleh Ibu Ida dilakukan tenaga kerja lain adalah karena beliau sendiri tidak bisa dan suaminya juga tidak telaten sehingga untuk mengurangi resiko kegagalan dan menghemat waktu, beliau memilih untuk mempekerjakan kegiatan penyambungan tersebut kepada orang lain.

d. Pemupukan

Anggota Kelompok Tani Sumber Tani umumnya melakukan kegiatan pemupukan satu dan dua kali pada tahun 2015. Rekomendasi dari Puslitkoka untuk pemupukan tanaman perkebunan khususnya tanaman kopi sebaiknya adalah dua kali dalam satu tahun yakni pada awal musim hujan dan akhir musim hujan. Sedangkan rekomendasi pemupukan dari Penyuluh Lapangan Tanaman Perkebunan menurut penuturan petani adalah satu kali dalam satu tahun. Oleh karena itu terdapat 14 petani yang melakukan kegiatan pemupukan sebanyak satu kali dalam satu tahun dan sebanyak 7 petani yang melakukan pemupukan dua kali dalam satu tahun. Sehingga anggota kelompok tani Sumber Tani 75% dari jumlah anggota telah melakukan frekuensi aplikasi pemupukan yang sesuai dengan rekomendasi Penyuluh Lapangan Tanaman Perkebunan. Sedangkan 25% dari jumlah anggota kelompok tani Sumber Tani yang melakukan pemupukan dua kali atas dasar rekomendasi Puslitkoka.

Pemupukan pada tahun 2015 dilakukan pada bulan Mei yang merupakan akhir musim hujan dan bulan November yang merupakan awal musim hujan pada. Sehingga intensitas turunnya air masih rendah yang dapat mendukung peresapan

pupuk ke dalam tanah. Waktu pemupukan juga dilakukan atas dasar waktu sebelum panen dan setelah panen. Umumnya pemupukan sebelum panen dilakukan antara bulan April sampai dengan bulan Mei, sedangkan pemupukan setelah panen adalah antara bulan September sampai dengan bulan November. Ataupun terdapat petani yang melakukan pemupukan bukan atas dasar kedua waktu tersebut, akan tetapi karena ketersediaan pupuk yang ada.

Jenis pupuk yang digunakan oleh petani responden adalah pupuk Urea (N), pupuk Za (N dan S), pupuk Phonska (NPK), pupuk SP36 (P2O5), pupuk petroganik (organik) dan pupuk pesanggem (organik) maupun pupuk kandang dari kotoran kambing. Anggota kelompok tani yang terdiri dari 21 orang, terdapat 15 petani yang menggunakan pupuk phonska, pupuk za dan pupuk organik, 12 petani menggunakan pupuk urea dan 10 petani menggunakan pupuk Sp36. Alasan penggunaan pupuk dari masing-masing petani beragam. Hal ini dipicu dari pemahaman petani itu sendiri dan sifat kebiasaan yang telah mereka lakukan dari tahun ke tahun.

Teknik pemupukan yang dilakukan oleh petani responden adalah dengan menaburkan disekitar pohon kopi antara 50-80 cm. Kemudian seluruh pupuk jenis kimia dicampur menjadi satu dan ditaburkan di sekitar pohon. Setelah pupuk kimia taburkan kemudian pupuk organik dimasukkan dan ditutup dengan tanah dan seresah disekitar pohon kopi. Tujuan pembuatan lubang dan penutupan kembali menurut penuturan petani responden adalah untuk mengurangi terjadinya penguapan pupuk ke udara. Meskipun petani responden mengetahui manfaat dari pembuatan lubang dan penutupan pupuk hanya ada 2 petani dari 21 petani responden yang melakukan tersebut. Hal ini menurut petani yang tidak melakukan pembuatan lubang dan penutupan pupuk adalah waktu yang digunakan untuk kegiatan pemupukan akan lebih lama. Sedangkan petani harus mengerjakan kegiatan lain seperti pewiwilan dan perompesan. Dosis yang digunakan oleh masing-masing petani responden berbeda, tetapi umumnya adalah 5 Kw/Ha untuk campuran pupuk jenis kimia dan 3 Kw/Ha untuk pupuk organik. Berikut dokumentasi pelaksanaan pemupupukan yang dilakukan pada salah satu lahan petani responden disajikan pada Gambar 19.



Gambar 19. Pemupukan yang Dilakukan Pada Kebun Kopi Pak Jumain
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

Petani responden dalam mendapatkan pupuk baik jenis kimia maupun organik untuk pemupukan tahun 2015 adalah dengan cara membeli di toko pertanian. Berikut disajikan pada Tabel 14 rincian harga pembelian pupuk per kuintal yang dilakukan oleh petani responden.

Tabel 14. Rincian Rata-Rata Biaya Pembelian Pupuk Oleh Petani Responden Tahun 2015

No.	Jenis Pupuk	Asal Perolehan	Harga Per Kuintal (Rp)
1	Urea		190.000
2	Za		150.000
3	Phonska	Toko Pertanian	240.000
4	SP36	Kecamatan Dampit	210.000
5	Organik		80.000

Sumber: Data Primer, 2016

Pada Tabel 14 dapat diketahui bahwa biaya yang dikeluarkan oleh petani responden untuk membeli pupuk urea per kuintal adalah sebesar Rp 190.000,-. Pupuk Za per kuintal sebesar Rp 150.000,-; pupuk phonska per kuintal sebesar Rp 240.000; pupuk SP36 per kuintal sebesar Rp 210.000,- dan pupuk Organik sebesar Rp 80.000,-/ kuintal. Sedangkan untuk pembelian pupuk, petani responden harus membayar uang transport sebesar Rp 10.000 – Rp 15.000,-/ kuintal. Hal ini dikarenakan jarak toko dengan rumah petani responden yang mencapai 2 Km serta tidak semua petani responden memiliki kendaraan yang bisa digunakan untuk mengangkut pupuk dalam jumlah banyak sekaligus.

Kegiatan pemupukan yang dilakukan oleh anggota kelompok tani Sumber Tani umumnya dilakukan sendiri oleh petani, terdapat 6 orang petani yang kegiatan pemupukan dibantu oleh tenaga kerja lain dari luar keluarga. petani tersebut memiliki luas lahan kopi 1 Ha; 1,5 Ha; 2,5 Ha dan 6 Ha. Mereka adalah

kelompok petani semua golongan kelompok luas lahan. Sehingga kegiatan pemupukan yang dibantu oleh tenaga kerja lain bukan atas dasar luas lahan yang dimiliki oleh petani, akan tetapi cenderung didasarkan ada tidaknya biaya yang digunakan untuk mengupah tenaga kerja seperti yang dilakukan oleh keenam petani tersebut. Upah yang petani berikan untuk tenaga kerja pemupukan adalah Rp 40.000,- sampai dengan Rp 50.000,- per hari.

Contoh kegiatan pemupukan yang dilakukan oleh petani pada tahun 2015:

Sebagai contoh petani yang melakukan kegiatan pemupukan adalah Bapak Eko Yudi Sukrianto. Bapak Sukri memiliki luas lahan kebun kopi 2,5 Ha dan dipupuk satu kali saja dalam satu tahun. Beliau menggunakan pupuk N sebanyak 1 Kw; Za sebanyak 2,5 Kw; NPK sebanyak 3,5 Kw; Sp36 sebanyak 5 Kw dan pupuk organik 2 Ton. Pemupukan dilakukan pada bulan Mei.

Teknik pemupukan yang dilakukan oleh beliau adalah dengan mencampur semua pupuk kecuali pupuk organik. Kemudian membersihkan sekeliling sekitar jarak 50-80 cm pohon kopi dari rumput dan seresah. Selanjutnya pupuk kimia yang telah dicampur dan pupuk organik ditaburkan disekeliling pohon kopi yang telah dibersihkan tersebut. Setelah pupuk ditaburkan kemudian dilakukan penutupan kembali dengan seresah-seresah yang sebelumnya telah disisihkan. Dosis yang digunakan adalah 5 Kw pupuk kimia campur dan 3 kw pupuk organik untuk satu hektar.

Jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam kegiatan pemupukan oleh Bapak Sukri adalah dua orang laki-laki dari luar keluarga. Upah yang diberikan adalah Rp 40.000,- per hari per orang. Jam kerja mulai dari pukul 06.30 sampai dengan 14.30 WIB dan selesai dalam waktu 12 hari. Selain 2 tenaga kerja tersebut, Bapak Sukri juga ikut membantu dalam kegiatan pemupukan. Sehingga biaya yang dikeluarkan oleh beliau untuk pengupahan tenaga kerja pemupukan adalah sebesar Rp 960.000,- per tahun.

Biaya untuk pembelian pupuk N, Za, NPK, Sp36 dan organik oleh Bapak Sukri secara berurutan adalah Rp 190.000,-; Rp 375.000,-; Rp 840.000,-; 1.050.000,-; dan Rp 1.500.000,-. Sehingga total dari biaya pembelian pupuk adalah sebesar Rp 3.955.000,- per tahun. Pembelian semua pupuk dilakukan di toko pertanian di Kecamatan Dampit.

e. Penyiangan Gulma

Pada tahun 2015 kegiatan penyiangan gulma dilakukan pada bulan Juni yakni menjelang musim panen kopi atau pada saat musim hujan yang mana rumput tumbuh dengan cepat sehingga perlu untuk dibersihkan. Pelaksanaan penyiangan dilakukan dengan menggunakan sabit, mesin penyang gulma atau dengan penyemprotan herbisida merek dagang Roundup dan Gramoxone. Terdapat tiga petani yang melakukan kegiatan penyiangan dengan menggunakan bantuan tenaga kerja lain dari luar keluarga. Petani tersebut adalah Ibu Murtinah, Bapak Sukri dan Bapak Supriono. Alasan menggunakan bantuan tenaga kerja adalah tidak mampunya petani melakukan kegiatan penyiangan sendiri, serta untuk mempercepat kegiatan penyiangan. Sedangkan petani lainnya melakukan kegiatan penyiangan sendiri yang dibantu oleh anggota keluarga.

Teknik penyiangan dengan menggunakan sabit umumnya hanya untuk membersihkan gulma yang lebat-lebat saja dengan tujuan untuk mengurangi lebatnya pertumbuhan gulma. Penyiangan dengan menggunakan sabit memerlukan waktu yang cukup lama sehingga petani yang menginginkan kebunnya bersih dari gulma harus dibantu dengan penyemprotan herbisida. Penyemprotan herbisida dapat dilakukan sendiri oleh petani maupun dikerjakan oleh tenaga kerja lain seperti yang dilakukan oleh Ibu Murtinah, Bapak Sukri dan Bapak Supriono. Sedangkan kegiatan penyiangan yang menggunakan alat mesin pemotong gulma pada anggota kelompok tani Sumber Tani hanya dilakukan oleh 2 petani saja, yakni Bapak Tarman dan Ibu Murtinah.

Biaya untuk penyiangan gulma adalah untuk pembelian herbisida dan pengupahan tenaga kerja penyemprotan. Harga herbisida merek dagang Roundup adalah Rp 65.000,-/L dan Gramoxone adalah Rp 55.000,-/L. Herbisida yang dibeli petani adalah di toko pertanian ataupun di toko eceran. Sedangkan biaya untuk pengupahan tenaga kerja penyiangan sama dengan biaya pemupukan yaitu Rp 40.000,- samapi dengan Rp 50.000,- per hari per orang. Berikut dokumentasi alat mesin penyang gulma dan contoh herbisida yang digunakan oleh petani responden disajikan pada Gambar 20.



Gambar 20. Alat Pemotong Gulma Milik Bapak Tarman (a) dan Contoh Herbisida Milik Bapak Sunardi (b)
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

Contoh petani yang melakukan kegiatan penyiangan gulma:

Contoh petani yang peneliti ambil dalam kegiatan penyiangan ini adalah Bapak Tarman. Beliau memiliki luas lahan kopi 2 Ha. Kegiatan penyiangan dilakukan dengan menggunakan sabit dan alat mesin pemotong gulma. Kegiatan penyiangan dilakukan pada bulan Januari, bulan Mei dan bulan September. Bulan Januari merupakan bulan di musim hujan pada tahun 2015, sehingga gulma dapat tumbuh dengan cepat dan perlu untuk dibersihkan akan tidak menyebabkan sarang penyakit untuk pohon kopi. Selanjutnya bulan Mei merupakan waktu mulai melakukan kegiatan panen kopi, sehingga gulma perlu dibersihkan agar mempermudah dalam kegiatan pemetikan. Sedangkan bulan September adalah waktu selesai panen dan menjelang waktu pemupukan, sehingga gulma perlu dibersihkan akan pupuk yang ditaburkan ke tanah akan banyak diterima oleh akar dari pohon kopi.

Penyiangan dengan menggunakan sabit dilakukan sendiri oleh Bapak Tarman sedangkan yang menggunakan mesin pemotong gulma dilakukan oleh anaknya. Hal ini dikarenakan, Bapak Tarman tidak mampu mengoperasikan mesin tersebut mengingat umur beliau yang sudah 78 tahun. Sehingga penglihatan beliau dan tenaga beliau sudah tidak mumpuni untuk mengoperasikan mesin pemotong gulma. Pelaksanaan penyiangan dalam satu kali kegiatan membutuhkan waktu 7 – 10 hari tergantung tingkat kelebatan gulma yang ada.

f. Perompesan (Pangkas Lepas Panen)

Pangkas lepas panen atau secara teori disebut dengan perompesan merupakan kegiatan pemotongan cabang tanaman kopi yang sudah tidak produktif lagi atau produksinya telah mengalami penurunan. Sedangkan tujuan umumnya adalah untuk membuat pohon kopi tetap rendah sehingga mempermudah dalam kegiatan perawatan dan panen. Selain itu juga membentuk cabang-cabang produksi yang baru, mempermudah masuknya cahaya matahari dan mempermudah dalam pengendalian hama penyakit tanaman. Menurut penjelasan petani responden, ada empat kriteria cabang yang ada pada tanaman kopi. Kriteria tersebut adalah cabang baru tumbuh dan belum pernah berbuah (B0), cabang yang pernah berbuah satu kali (B1), cabang yang pernah berbuah 2 kali (B2), dan cabang yang telah berbuah lebih dari 2 kali (B3). Cabang dengan kriteria B3 merupakan cabang yang harus dipangkas setelah panen, hal ini dikarenakan jumlah produksi kopi sudah menurun dan pertumbuhan cabang sudah menjauhi pohon.

Kegiatan pangkas lepas panen dilakukan antara bulan Agustus sampai Oktober atau setelah kegiatan panen dilakukan. Pemangkasan dilakukan dengan alat bantu gergaji dan gunting pada sebagian pohon saja. Seluruh anggota kelompok tani Sumber Tani melakukan kegiatan perompesan kecuali Bapak Sulianto. Beliau tidak melakukan perompesan karena harus mengurus kebun salaknya. Sehingga waktu kegiatan perompesan tanaman kopi beliau tinggalkan. Pengerjaannya tergantung modal yang dimiliki oleh petani responden serta luas lahan yang dimiliki. Petani yang memiliki lahan pada golongan satu dan dua, perompesan dilakukan sendiri tanpa ada tenaga kerja lain sedangkan pada petani yang memiliki luas lahan pada golongan tiga dikerjakan oleh orang lain. Upah yang diberikan untuk tenaga kerja perompesan adalah Rp 50.000.- per hari per orang. Alasan dilakukan pemangkasan adalah agar tunas baru yang lebih produktif dapat tumbuh dengan baik. Sehingga pada musim panen berikutnya dapat memperoleh hasil panen yang banyak. Kegiatan pemangkasan dilakukan secara rutin setiap tahun setelah kegiatan panen selesai.

Contoh petani yang melakukan kegiatan perompesan:

Bapak Jumari melakukan perompesan dengan alat bantu gergaji. Jumlah

pohon yang dirompes adalah semuanya. Beliau memiliki luas lahan kopi 1 Ha, sehingga lebih kurang menurut beliau jumlah pohon kopi yang ada dikebun dengan jarak tanam 2,5x2,5 m adalah 1600 pohon. Perompesan dilakukan pada bulan September sampai dengan bulan Oktober. Pengerjaannya dilakukan sendiri oleh Bapak Jumari tanpa dibantu tenaga kerja lain baik dalam keluarga maupun dari luar keluarga.

g. Pewiwilan



Gambar 21. Kegiatan Pewiwilan di Kebun Ibu Ida Puspita
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

Pewiwilan halus atau pewiwilan merupakan kegiatan pengambilan tunas yang baru tumbuh. Tunas yang diambil adalah tunas baru yang tumbuhnya berbalik dengan arah cabang utama sehingga dapat mengganggu pertumbuhan cabang lainnya. Pewiwilan dilakukan pada bulan Desember sampai Januari dengan menggunakan tangan secara langsung ataupun gunting. Akan tetapi pada umumnya, kegiatan pewiwilan tidak dilakukan oleh petani dalam waktu tertentu untuk fokus satu kegiatan pewiwilan tetapi petani cenderung melakukan kegiatan pewiwilan dengan melakukan kegiatan penyiangan, perompesan ataupun pemupukan. Hal ini dikarenakan, kegiatan pewiwilan mudah dilakukan sehingga tidak diperlukan fokus satu kegiatan. Pewiwilan oleh anggota kelompok tani Sumber Tani dilakukan sendiri dengan dibantu anggota keluarga kecuali petani yang memiliki lahan pada golongan tiga dan petani yang memiliki biaya untuk pengupahan tenaga kerja. Hasil dokumentasi kegiatan pewiwilan yang dilakukan di salah satu kebun milik petani responden disajikan pada Gambar 21 diatas.

Contoh petani yang melakukan kegiatan Pewiwilan:

Ibu Murtinah merupakan salah satu anggota kelompok tani yang memiliki modal cukup, sehingga setiap pengerjaan perawatan kebun kopi selalu kerjakan oleh orang lain. Pengerjaan pewiwilan di kebun Ibu Murtinah adalah antara bulan Desember sampai dengan Januari. Pewiwilan yang dilakukan oleh tenaga kerja adalah dengan alat bantu gergaji. Jumlah pohon yang diwiwil adalah semua pohon. Tenaga kerja yang beliau gunakan adalah sebanyak 4 orang laki-laki dengan upah Rp 35.000,- per hari per orang. Selain kegiatan pewiwilan, kegiatan budidaya tanaman kopi sampai panen kopi milik Ibu Murtinah selalu dikerjakan oleh tenaga kerja lain dari luar keluarga. Sehingga orang atau tenaga kerja yang bekerja di kebun beliau selalu tetap. Menurut beliau tidak ada *reward* maupun *punishment* yang diberikan kepada tenaga kerjanya.

h. Pengendalian Hama Penyakit

Hama yang menyerang pohon kopi sesuai dengan keterangan yang diberikan oleh petani kelompok tani Sumber Tani adalah semut hitam, semut rangrang, semut merah, dan penggerek batang. Pengendalian yang dilakukan oleh petani umumnya adalah dengan menyemprot pestisida merek dagang Ripcord. Akan tetapi ada beberapa petani yang menggunakan senyawa Atrakop khusus untuk pengendalian hama penggerek batang. Menurut petani tidak ada waktu-waktu tertentu untuk menyemprot semut, ketika semut populasinya banyak maka petani akan melakukan penyemprotan. Sedangkan penyemprotan yang paling intensif dilakukan adalah pada saat akan panen karena semut akan mengganggu orang yang petik kopi jika tidak disemprot. Di bawah ini adalah gambar sarang semut yang menempel pada pohon kopi serta gambar pestisida yang digunakan petani untuk pengendalian semut (Gambar 22).

Penyakit yang menyerang tanaman kopi petani kelompok tani Sumber Tani berdasarkan hasil wawancara adalah penyakit cabuk yang disebabkan oleh jamur. Penyakit ini tidak pernah dikendalikan oleh petani, karena masih belum ada pestisida yang mampu mengendalikan penyakit tersebut. Petani pernah menggunakan fungisida-fungisida yang dijual di toko pertanian, namun tidak ada hasil sama sekali. Sehingga dalam pengendalinnya, petani responden hanya melakukan pengendalian secara mekanik yakni pemotongan pada cabang yang

terserang penyakit cabuk. Penyakit ini dapat menurunkan produksi buah kopi sampai 90%. Penyerangan penyakit cabuk adalah pada waktu kemarau panjang, sedangkan pada saat musim penghujan penyakit cabuk tidak ada. Pada tahun 2015 banyak pohon kopi petani yang terserang penyakit cabuk, sehingga hasil panen kopi yang dihasilkan petani responden pada kelompok tani Sumber Tani ada beberapa yang turun. Penyakit cabuk yang menyerang pohon kopi petani responden seperti pada Gambar 23.



Gambar 22. Sarang semut pada pohon kopi (a); Pestisida Ripcord (b); Senyawa Atrakop (c)

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



Gambar 23. Penyakit Cabuk Pada Pohon Kopi Pak Sunardi
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

i. Panen

Kegiatan panen kopi petani responden dilakukan pada bulan Juni, Agustus sampai September. Umumnya pemetikan dilakukan sebanyak 3 kali petik dengan jarak antar pemetikan antara 15-20 hari. Pemetikan dilakukan dengan cara dipetik pada buah kopi yang berwarna merah dan kuning. Tahap Pemetikan pertama

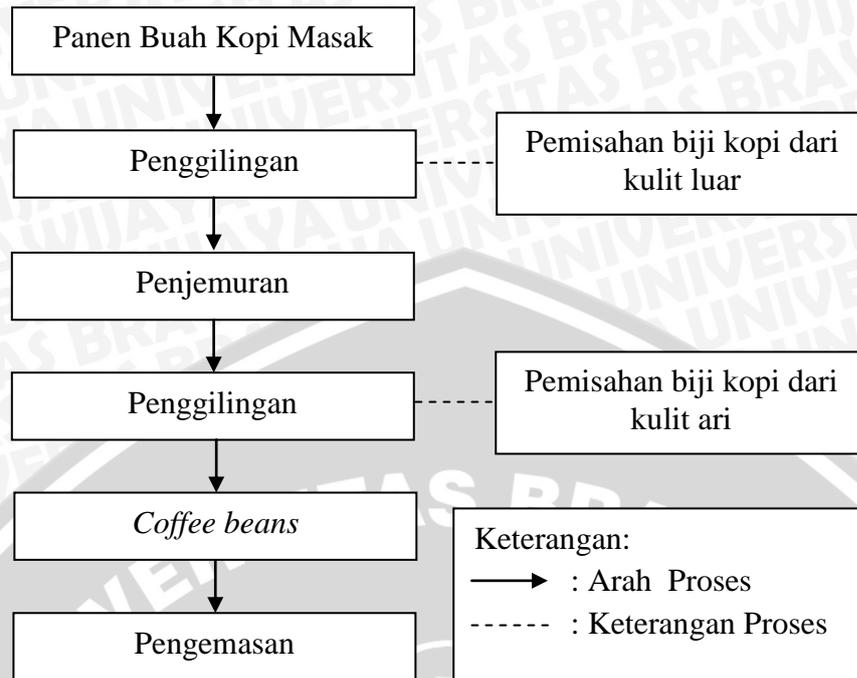


merupakan tahap pemetikan kopi yang masak awal umumnya dengan jumlah paling sedikit dibandingkan jumlah panen tahap kedua dan ketiga. Tahap kedua atau pertengahan merupakan tahap panen kopi raya atau dalam jumlah paling banyak dibandingkan tahap pertama dan ketiga. Sedangkan tahap ketiga merupakan tahap akhir yang mana seluruh buah kopi baik yang berwarna merah, kuning maupun hijau dipetik semua, sehingga pada beberapa petani kadang memperoleh jumlah paling banyak dibandingkan hasil pemetikan tahap kedua dan pertama.

Pembagian kerja pada kegiatan panen di kelompok tani sumber Tani adalah untuk tenaga kerja laki-laki jenis kegiatan yang dilakukan merupakan pemetikan dan pengangkutan hasil pemetikan buah kopi dari kebun ke rumah. Sedangkan untuk tenaga kerja perempuan hanya melakukan pemetikan saja. Pemetikan buah kopi yang dilakukan petani responden adalah dengan menggunakan tangan secara langsung. Adapun biaya pengupahan tenaga kerja panen baik untuk laki-laki maupun perempuan adalah Rp 40.000.- per orang per hari dengan jam kerja dari pukul 06.30 – 15.00 WIB.

j. Pasca Panen

Hasil panen kopi petani responden, ada yang dijual langsung dan ada yang dilakukan penanganan terlebih dahulu untuk mendapatkan bentuk *coffee bean*. Cara penanganan kopi sampai menjadi *coffee bean* adalah dengan penjemuran langsung di atas lantai di bawah cahaya matahari. Penjemuran dilakukan selama 7-8 hari ketika matahari terik. Sebelum dijemur, kopi glondong basah dipisahkan dari kulitnya dengan cara digiling. Kemudian setelah 7-8 hari penjemuran, kopi telah menjadi biji kopi kering beras. Selanjutnya biji kopi beras tersebut dipisahkan dari kulit arinya menggunakan penggilingan. Setelah digiling, biji kopi telah menjadi *coffee bean* yang siap di sangrai maupun di pasarkan. Adapun biaya penggilingan yang dilakukan oleh petani responden pada kelompok tani Sumber Tani adalah sebesar Rp 7500,-/Kw. Kegiatan penanganan pasca panen seluruhnya dilakukan sendiri oleh masing-masing keluarga petani responden. Berikut diagram alur penanganan kopi glondong menjadi *coffee bean* disajikan pada Gambar 24.



Gambar 24. Diagram Alur Penanganan Kopi Glondong Menjadi *Coffee Bean*

Kegiatan pasca panen kopi menjadi bentuk *coffee bean* yang dilakukan petani responden belum mengikuti syarat Standar Nasional Indonesia (SNI). Hal ini dipengaruhi oleh kurang tetalen dan sabar dalam mengikuti pemenuhan syarat SNI. Menurut petani responden, diperlukan waktu tambahan untuk melakukan kegiatan sesuai SNI agar mendapatkan biji kopi yang berstandar. Sedangkan hasil panen kopi harus segera dijual untuk memenuhi kebutuhan hidup maupun untuk biaya perawatan tanaman kopi seperti penyiangan dan pemupukan.

Ditinjau dari jumlah hasil panen kopi petani anggota kelompok tani Sumber Tani terdapat 6 petani yang menjual sebagian hasil panennya secara langsung. Sedangkan 15 petani lainnya menjual semua hasil panen kopinya dalam bentuk *coffee bean*. Apabila dilihat dari perbandingannya hasil panen kopi pada kelompok tani ini, kopi yang dijual langsung adalah 3,12% dari total hasil panen anggota kelompok tani dan 96,88% dari total hasil panen anggota kelompok tani dijual dalam bentuk *coffee bean*. Alasan petani melakukan penjualan dalam bentuk *coffee bean* karena harganya lebih tinggi dari pada menjual dalam bentuk glondong. Meskipun petani harus menambah waktu untuk melakukan penjemuran akan tetapi jika dibandingkan harus dijual dalam bentuk glondong, menurut petani lebih banyak mendapat untuk yang dijual dalam bentuk *coffee bean*. Adapun

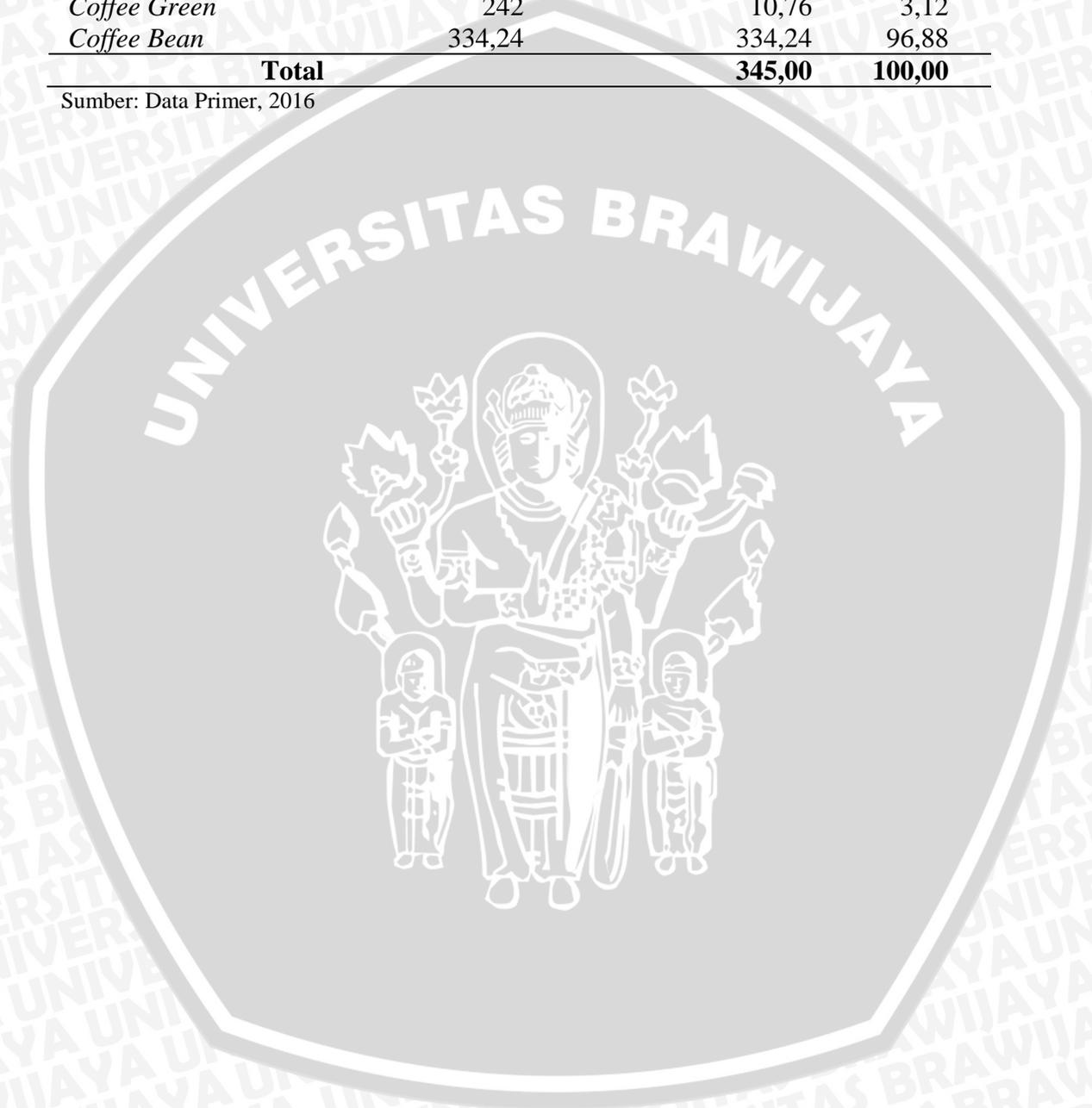


rincian hasil panen petani yang dijual menurut bentuknya disajikan pada Tabel 15 berikut ini:

Tabel 15. Penjualan Kopi Menurut Bentuknya

Bentuk Penjualan	Jumlah Penjualan (Kw)	Konversi ke Bentuk <i>Coffee Bean</i> (Kw)	Persentase (%)
<i>Coffee Green</i>	242	10,76	3,12
<i>Coffee Bean</i>	334,24	334,24	96,88
Total		345,00	100,00

Sumber: Data Primer, 2016



5.2 Pembahasan

5.2.1 Identifikasi Kondisi Rantai Pasok Kopi

Identifikasi rantai pasok meliputi pengenalan anggota rantai pasok dengan siapa dia berhubungan, proses apa yang perlu dihubungkan dengan tiap anggota inti dan jenis penggabungan apa yang diterapkan pada tiap proses hubungan tersebut. Anggota rantai pasok meliputi semua pihak perusahaan dan organisasi yang berhubungan dengan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pemasok atau pelanggannya dari *point of origin* hingga *point of consumption*, yaitu terdiri dari anggota primer dan anggota sekunder yang merupakan perusahaan-perusahaan yang menyediakan sumber daya, pengetahuan, *utilitas* atau aset-aset bagi anggota primer di rantai pasok. Anggota primer adalah semua perusahaan atau unit bisnis strategi yang benar-benar menjalankan aktifitas operasional dan manajerial data proses bisnis yang dirancang untuk menghasilkan keluaran tertentu bagi pelanggan atau konsumen.

Dalam penelitian ini yang termasuk anggota primer rantai pasok kopi yaitu petani kopi. Sedangkan, anggota sekunder adalah pengumpul kecil, pengumpul besar dan perusahaan eksportir yang menyediakan sumber daya, pengetahuan, utilitas atau aset-aset bagi anggota primer di rantai pasok. Setiap anggota rantai pasok harus menjalin koordinasi dengan baik agar pemasaran kopi di kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit dapat lebih berkembang. Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing anggota rantai pasok dalam penelitian:

1. Petani Kopi

Petani kopi adalah pihak pertama dalam rantai pasok yang membudidayakan kopi untuk dijual kepada pihak lain. Dalam hal ini, petani kopi yang dimaksud adalah petani kopi anggota kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono. Produsen kopi ini memiliki skala usaha yang berbeda-beda sesuai dengan kapasitas produksi lahan yang dimilikinya. Karakteristik petani di daerah penelitian ini melakukan budidaya tanaman kopi dengan sistem tumpang sari antara tanaman perkebunan (tahunan) dengan tanaman pangan (semusim). Sistem tumpang sari yang dilakukan oleh petani responden umumnya adalah antara tanaman kopi dengan tanaman pisang. Kegiatan budidaya tanaman kopi merupakan sumber

mata pencaharian utama bagi petani responden meskipun hasilnya tidak mampu mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Sehingga petani responden harus memiliki tanaman semusim yang dapat dipanen dengan interval waktu yang dekat.

Setiap tahun hasil produksi kopi tidak dapat memperoleh hasil yang konstan. Menurut pemaparan petani responden siklus panen kopi dapat diketahui selama tiga tahun sekali. Apabila pada tahun pertama produksi kopi meningkat yang mencapai hasil panen 1,2-1,5 Ton/Ha, maka pada tahun kedua produksi kopi akan menurun mencapai 9 Kw-1 Ton/Ha. Sedangkan pada tahun ketiga produksi kopi akan semakin menurun dengan hasil panen mencapau 4-5 Kw/Ha. Kemudian pada tahun keempat atau tahun selanjutnya makan produksi kopi akan meningkat kembali seperti pada tahun pertama dan seterusnya. Hal ini disebabkan oleh perbedaan curah hujan pada setiap tahunnya.

Hasil panen kopi petani selanjutnya dipasarkan ke pedagang pengumpul kecil dan pedagang pengumpul besar serta perusahaan eksportir. Petani anggota kelompok tani Sumber Tani sebanyak 62,16% dari jumlah total anggota kelompok memilih melakukan pemasaran hasil panen kopinya ke pengumpul besar di Kecamatan Dampit. Hal ini dilakukan petani karena kemudahan dalam proses transaksi jual beli dan adanya kemudahan petani untuk meminjam modal usahatani. Sebanyak 24,32% petani anggota kelompok memilih memasarkan hasil panennya ke perusahaan eksportir. Hal ini dikarenakan proses transaksi jual beli di perusahaan eksportir lebih lama meskipun harga beli yang diberikan oleh perusahaan eksportir di Kecamatan Dampit lebih tinggi dibanding harga beli kopi yang ditawarkan pedagang pengumpul besar pada umumnya. Sedangkan terdapat 13,51% petani memilih untuk memasarkan hasil panen kopinya ke pengumpul kecil. Hal ini dikarenakan adanya pengurus kelompok tani sebagai penggerak anggota-anggota kelompok taninya agar menjual kopi dalam bentuk glondong basah dengan kualitas sesuai standar pasar internasional.

2. Pengumpul Kecil

Pengumpul kecil bertugas dalam mengumpulkan hasil panen kopi glondong basah dari petani dan selanjutnya disalurkan kepada pihak lain yakni konsumen industri dan perusahaan eksportir. Dalam penelitian kali ini, diperoleh contoh pengumpul kecil adalah Asosiasi Petani Kopi Sridonoretno yang berlokasi

di Desa Srimulyo yakni tetangga dari Desa Sukodono. Kegiatan yang dilakukan oleh pihak pengumpul kecil adalah melakukan proses penimbangan barang yang diperjual belikan, pengolahan menjadi *coffee beans* dan pengemasan. Proses penimbangan adalah kegiatan mengukur berat kopi yang dikirim petani. Kegiatan pengolahan menjadi *coffee bean* yang dilakukan sama dengan proses yang dilakukan oleh petani sebagai produsen. Sedangkan proses kegiatan *packing* adalah mengemas kopi dengan menggunakan karung.

3. Pengumpul Besar

Pengumpul besar merupakan pihak yang melakukan pembelian dan penjualan *coffee bean* dalam jumlah besar. Dalam hal ini, pengumpul besar menjual *coffee bean* kepada perusahaan eksportir. Pengumpul besar sebagai responden penelitian kali ini selain berperan dalam proses kegiatan jual beli kopi juga berperan dalam menyediakan pinjaman modal usahatani maupun kebutuhan lain bagi petani. Sehingga secara tidak langsung petani merasa terikat harus menjual kopi hasil panennya ke lembaga tersebut sebagai sifat loyalitas. Lembaga pengumpul besar yang terlibat dalam rantai pasok kali ini seperti yang telah disebutkan sebelumnya adalah CV Sumber Agung, UD Tirta Sari, UD Anugerah Palawija, dan UD Wijaya.

Pengumpul besar memperoleh pasok *coffee bean* langsung dari petani. Proses pembelian dilakukan dengan petani mengantarkan ke toko atau tempat pedagang pengumpul besar, sehingga untuk biaya pengangkutan ditanggung oleh petani. Sedangkan kegiatan penjualan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul besar adalah ke perusahaan eksportir kopi. Resiko yang dihadapi pedagang besar adalah relative rendah, karena dalam proses penyimpanan kopi *coffee bean* tidak dilakukan proses pengubahan bentuk maupun pemilahan kualitas melalui sortasi dan *grading* serta *packing*. Selama penyimpanan kopi belum pernah terjadi *over load* atau kelebihan kapasitas, hal ini dikarenakan pedagang besar memiliki gudang yang dapat menampung kopi *coffee bean* dalam jumlah banyak.

Sistem pembayaran dalam kegiatan pembelian *coffee bean* dari petani dilakukan secara tunai tanpa ada penundaan pembayaran. Sedangkan pembayaran untuk penjualan *coffee bean* dengan lembaga pemasaran selanjutnya terdapat penunggakan pembayaran. Hal ini dikarenakan kuantitas produk yang dijual dalam

jumlah yang besar. Penunggakan pembayaran biasa jatuh tempo setelah satu minggu, namun lama pengunggakan tersebut bisa lebih cepat atau lebih lama tergantung dari kesepakatan kedua belah pihak yang bersangkutan.

4. Perusahaan Eksportir

Eksportir merupakan pihak perusahaan yang melakukan produksi *coffee bean*. Perusahaan umumnya melakukan kegiatan proses penimbangan barang yang diperjual belikan, sortasi, *grading*, dan *packing*. Kegiatan *grading*, dan *packing* dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan permintaan konsumen. Pada penelitian ini, perusahaan eksportir yang ada adalah PT. Asal Jaya di Kecamatan Dampit Malang. Pengiriman yang dilakukan oleh perusahaan eksportir tersebut umumnya dilakukan ke wilayah Asia, Amerika, Eropa, dan Timur Tengah. Jumlah yang dikirim setiap tahunnya tidak selalu tetap, hal ini dikarenakan jumlah permintaan yang selalu berubah.

Setelah melakukan identifikasi anggota rantai pasok kopi perlu diketahui proses aliran dalam rantai pasok. Pada suatu rantai pasok terdapat tiga macam aliran yang harus dikelola. Pertama, aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu sampai ke hilir atau sebaliknya. Berikut ketiga aliran tersebut pada rantai pasok kopi dari hulu sampai ke hilir.

1. Aliran Barang

Aliran barang pada petani responden dimulai dari petani sebagai penghasil buah kopi glondong dan *coffee bean*. Dalam menghasilkan buah kopi pada tahun 2015 petani responden membutuhkan input usaha tani berupa benih, pupuk, pestisida dan herbisida. Pupuk, pestisida dan herbisida diperoleh dari hasil pembelian di toko pertanian Kecamatan Dampit dan toko eceran di dalam desa. Pembelian pupuk dilakukan sendiri dengan transportasi menyewa mobil *cerry* maupun menggunakan alat transportasi pribadi. Sedangkan benih diperoleh dari hasil panen masing-masing petani pada tahun 2014 sehingga hasil panen pada tahun 2015 juga disisihkan untuk kebutuhan benih usahatani kopi tahun 2016.

Proses jual beli hasil panen yang dilakukan oleh petani adalah dalam waktu relative singkat karena sebagian besar petani tidak memiliki tempat atau gudang untuk menyimpan kopi dalam jumlah besar. Selain itu kebutuhan yang mendesak mengharuskan petani responden untuk segera menjual hasil panennya.

Hasil panen dari petani responden yang berupa kopi glondong dibeli oleh pengumpul kecil dengan kriteria 90% petik merah di kebun. Selain melakukan penjualan dalam bentuk kopi glondong, petani juga menjual dalam bentuk *coffee bean*. Pengolahan kopi menjadi bentuk *coffee bean* seperti yang telah dijelaskan pada bagian pasca panen kopi sebelumnya. Hasil panen petani responden yang berupa *coffee beans* selanjutnya dijual langsung ke pengumpul besar dan perusahaan eksportir di Kecamatan Dampit.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh petani anggota kelompok Sumber Tani yaitu kegiatan pengangkutan, penyimpanan, pengemasan dan perubahan bentuk hasil panen. Untuk pengemasan, *coffee bean* hanya dikemas menggunakan karung berukuran lebih kurang 50 kg. Selanjutnya untuk kegiatan pengangkutan hasil panen petani menggunakan kendaraan pribadi. Hasil panen petani tidak semuanya dijual dalam satu waktu, melainkan ada petani yang memilih menjual sebagian terlebih dahulu sedangkan sisanya disimpan dan akan dijual pada saat petani tersebut membutuhkan uang. Cara penyimpanan kopi oleh petani responden adalah dengan memasukkan *coffee bean* ke dalam karung berukuran lebih kurang 50 kg, kemudian ditumpukkan satu sama lain. Akan tetapi karung yang berisikan *coffee bean* tidak boleh besentuhan langsung dengan lantai melainkan diberikan papan kayu sebagai pembatas dengan lantai. Pada saat *coffee bean* akan dijual, *coffee bean* yang disimpan harus dijemur terlebih dahulu sehari sebelumnya, baru kemudian dikemas kembali dengan karung. Sedangkan untuk tempat penyimpanan, petani memanfaatkan sebagian ruang di rumahnya yang memiliki sirkulasi udara lancar.

Mekanisme pembelian kopi oleh pengumpul kecil adalah melalui kelompok tani. Sehingga setiap petani yang ingin menjual kopi glondong basah ke pengumpul kecil, maka petani bisa mengirim hasil panennya ke tempat kelompok tani. Kemudian setelah terkumpul di kelompok tani, akan diambil oleh pihak dari pengumpul kecil menggunakan transportasi *truck*. Pihak pengumpul kecil setelah memperoleh kopi kemudian 70% dikirim langsung ke perusahaan eksportir dan 30% dilakukan perubahan bentuk menjadi *coffee bean*. Kopi bentuk *coffee bean* selanjutnya disalurkan ke konsumen industri.

Penjualan kopi ke pengumpul besar dan perusahaan eksportir yang dilaku-

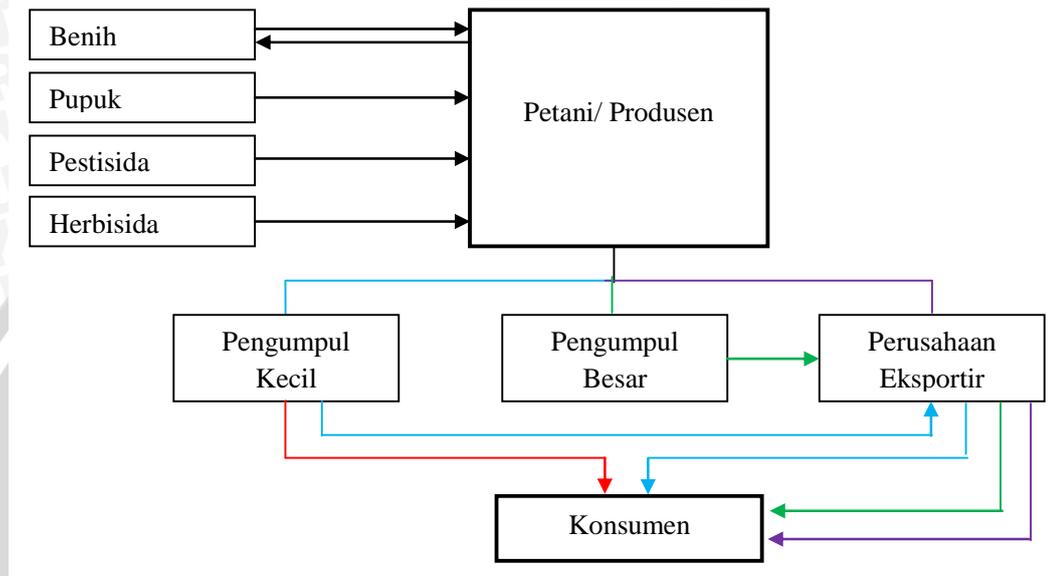
kan oleh petani responden secara langsung dengan menyewa alat transportasi mobil *cerry*. Akan tetapi petani yang menjual kopi dalam jumlah sedikit sekitar 1-2 kw memilih menggunakan transportasi sepeda motor milik sendiri.

Pengumpul besar kopi melakukan kegiatan pemasaran berupa kegiatan pengangkutan, pengemasan dan penyimpanan *coffee bean*. Selain itu juga melakukan kegiatan informasi pasar dan pembayaran *coffee bean*. Pengumpul besar pada penelitian ini juga merupakan penyedia sumberdaya untuk petani berupa pinjaman modal berupa uang dan pupuk. Kopi yang berada di pengumpul besar kemudian disalurkan ke perusahaan eksportir.

Setelah kopi di perusahaan eksportir selanjutnya akan disalurkan ke pasar luar negeri. Dalam penelitian kali ini tidak dapat diketahui pihak penerima kopi dari perusahaan responden apakah konsumen rumah tangga atau industri. Hal ini dikarenakan sebagai keterbatasan yang dimiliki oleh pihak peneliti. Pembelian kopi oleh perusahaan eksportir dilakukan langsung dengan petani kopi maupun melalui perantara seperti pengumpul kecil dan pengumpul besar. Penjualan *coffee bean* yang dibeli perusahaan eksportir dari petani ataupun dari perantara dikhususkan untuk kebutuhan pasar ekspor. *Coffee bean* yang diterima kemudian disortasi dan dikelompokkan sesuai dengan kelas kualitas *coffee bean* pasar internasional. Terdapat enam kelas kualitas *coffee bean* yang diterapkan dalam perdagangan kopi dunia yaitu kelas 1, kelas 2, kelas 3, kelas 4A, kelas 4B, kelas 5 dan kelas 6. Kelas tertinggi adalah kelas 1 dan yang terendah adalah kelas 6. Kemudian *coffee bean* dengan kelas yang sama dikemas dengan menggunakan karung berukuran 50 kg. Kegiatan penyimpanan kopi yang sudah dikemas dalam karung adalah dengan disimpan digudang khusus dengan peredaran udara yang lancar dan kelembaban rendah. Cara penyimpanan yaitu karung yang berisi *coffee bean* ditumpuk diatas papan kayu agar tidak bersentuhan langsung dengan lantai. Untuk pengangkutan distribusi penjualan ke pasar luar negeri dilakukan dengan menggunakan jasa angkut dengan *container* untuk perjalanan darat, kemudian menggunakan jasa *shipping lines* untuk perjalanan laut.

Perusahaan eksportir juga melakukan kegiatan pemasaran berupa pembayaran, penyebaran informasi, penanggulangan risiko dan standarasi. Pembayaran pembelian *coffee bean* dari petani dilakukan secara tunai tanpa ada

penundaan. Sedangkan pembayaran penjualan *coffee bean* dengan importir di negara lain terdapat penundaan pembayaran, dikarenakan kuantitas perdagangan yang besar. Untuk kegiatan informasi dari perusahaan eksportir dapat dilihat online melalui website ataupun menghubungi *customer serice*. Berikut adalah skema aliran barang dalam rantai pasok kopi di kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono yang disajikan pada Gambar 25:



Gambar 25. Pola Aliran Barang

Keterangan:

- ▶ : Aliran Input Usahatani Kopi
- ▶ : Saluran Pemasaran Pertama
- ▶ : Saluran Pemasaran Kedua
- ▶ : Saluran Pemasaran Ketiga
- ▶ : Saluran Pemasaran keempat

Ditinjau dari pola saluran pemasaran, ditemukan empat pola saluran pemasaran pada penelitian ini. Berikut penjelasan lebih lanjut dari keempat pola tersebut:

a. Saluran 1 (Petani → Pengumpul Kecil → Konsumen)

Saluran pemasaran pertama merupakan saluran yang terdiri petani, pengumpul kecil dan konsumen industri. Petani sebagai produsen kopi yang menjual hasil panennya ke pengumpul kecil dalam bentuk kopi glondong melalui pengurus kelompok tani. Selanjutnya kopi yang sudah terkumpul di pengurus kelompok tani akan diambil oleh pihak pengumpul kecil. Kemudian pengumpul kecil



tersebut melakukan kegiatan pengolahan semi basah untuk perubahan bentuk kopi dari glondong basah menjadi *coffee bean*. Setelah kopi berbentuk *coffee bean*, pengumpul kecil menjual ke konsumen industri.

b. Saluran 2 (Petani → Pengumpul Kecil → Perusahaan Eksportir → Konsumen)

Saluran pemasaran kedua merupakan saluran yang terdiri petani, pengumpul kecil, perusahaan eksportir dan konsumen. Petani sebagai produsen kopi yang menjual hasil panennya ke pengumpul kecil dalam bentuk kopi glondong melalui pengurus kelompok tani. Selanjutnya kopi yang sudah terkumpul di pengurus kelompok tani akan diambil oleh pihak pengumpul kecil. Pengumpul kecil menjual langsung kopi tersebut ke perusahaan eksportir dan perusahaan eksportir menjual kopi dalam bentuk *coffee bean* ke konsumen luar negeri.

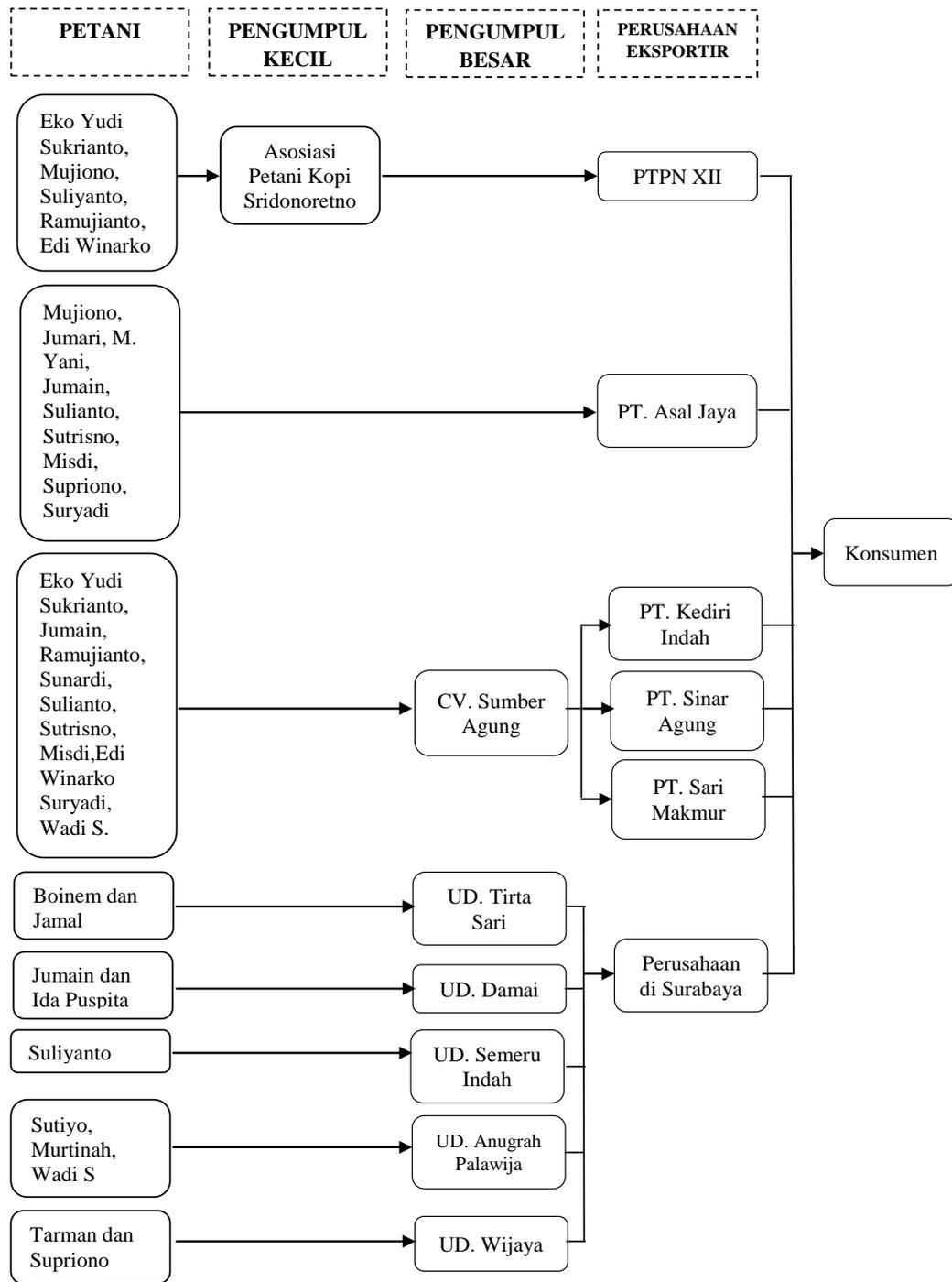
c. Saluran 3 (Petani → Perusahaan Eksportir → Konsumen)

Saluran pemasaran ketiga merupakan saluran yang terdiri petani, perusahaan eksportir dan konsumen. Petani sebagai produsen kopi menjual hasil panennya langsung ke perusahaan eksportir dalam bentuk *coffee bean*. Selanjutnya perusahaan eksportir menjual kopi ke konsumen luar negeri.

d. Saluran 4 (Petani → Pengumpul Besar → Perusahaan Eksportir → Konsumen)

Saluran pemasaran 4 merupakan saluran yang terdiri petani, pengumpul besar, perusahaan eksportir dan konsumen. Petani sebagai produsen kopi menjual hasil panennya langsung ke pengumpul besar di Kecamatan Dampit dalam bentuk *coffee bean*. Selanjutnya pengumpul besar menjual langsung ke perusahaan eksportir. Setelah di perusahaan eksportir, *coffee bean* dijual ke konsumen luar negeri.

Pada tingkat lembaga pemasaran pengumpul besar dan perusahaan eksportir terdiri dari beberapa lembaga seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Sehingga terdapat keberagaman pemasaran yang dilakukan oleh petani anggota kelompok tani Sumber Tani. Berikut disajikan Gambar 26. skema saluran pemasaran yang ada pada kelompok tani Sumber Tani.



Gambar 26. Skema Saluran Pemasaran Kopi

Berdasarkan skema yang ada pada Gambar 26 diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar petani menjual hasil panennya ke PT Asal Jaya dan CV Sumber Agung. Terdapat 9 orang yang menjual ke PT Asal Jaya yakni Mujiono, Jumari, M. Yani, Jumain, Sulianto, Sutrisno, Misdi, Supriono, dan Suryadi. Petani yang menjual ke CV Sumber Agung sejumlah 10 orang yakni Eko Yudi Sukrianto,



Jumain, Ramujianto, Sunardi, Sulianto, Sutrisno, Misdi, Edi Winarko, Suryadi, dan Wadi S. Sedangkan penjualan ke Asosiasi Petani Kopi hanya terdapat 5 orang petani yakni Eko Yudi Sukrianto, Mujiono, Suliyanto, Ramujianto, dan Edi Winarko. Penjualan ke UD Anugrah Palawija terdapat 3 orang petani yakni Sutiyo, Murtinah, dan Wadi S. Penjualan ke UD Tirta Sari, UD Damai, dan UD Wijaya masing-masing sejumlah 2 orang. Petani yang menjual ke UD Tirta Sari adalah Boinem dan Jamal, petani yang menjual ke UD Damai adalah Jumain dan Ida Puspita, dan petani yang menjual ke UD Wijaya adalah Tarman dan Supriono. Sedangkan penjualan ke UD Semeru Indah hanya satu orang petani saja yaitu Sulianto.

Alasan Bapak Mujiono menjual hasil panen kopinya ke PT Asal Jaya adalah karena harga belinya lebih tinggi dari pada lembaga pemasaran lainnya. Meskipun hanya selisih Rp 300,- sampai dengan Rp 500,- per kg, kalau dikalikan sejumlah kopi yang dijual dapat menguntungkan pihak petani. Selain Bapak Mujiono terdapat 8 petani lainnya yang menjual ke PT Asal Jaya dengan alasan yang sama sehingga selisih penerimaan hasil penjualan kopi tersebut dapat digunakan untuk menambah biaya kebutuhan. Menurut petani yang menjual ke PT Asal Jaya, transaksi penjualan kopi di lembaga ini cukup lama. Hal ini dipicu banyaknya antrian sehingga umumnya petani menjual kopinya membutuhkan waktu 1 – 2 jam tetapi hal ini tidak membuat kedelapan petani tersebut untuk memilih lembaga pemasaran lain.

Alasan Bapak Eko Yudi Sukrianto (Sukri) menjual hasil panen kopinya ke CV Sumber Agung adalah karena petani sudah berlangganan dengan lembaga pemasaran tersebut dan adanya tanggungan pinjaman uang. Selain itu juga kemudahan petani dalam memperoleh pinjaman uang maupun pupuk. Selain Bapak Sukri terdapat 9 petani lainnya yang menjual ke CV Sumber Agung Jumain, Ramujianto, Sunardi, Sulianto, Sutrisno, Misdi, Edi Winarko, Suryadi, dan Wadi S. Alasan petani tersebut juga sama dengan Bapak Sukri yakni sudah berlangganan dan mudah dalam peminjaman uang dan pupuk. Selain itu alasan petani menjual kopi ke lembaga ini adalah kemudahan dalam transaksi jual beli, tidak ada antrian panjang seperti melakukan penjualan di PT Asal Jaya.

Penjualan hasil panen ke Asosiasi Petani Kopi terdapat 5 orang petani yakni Eko Yudi Sukrianto, Mujiono, Suliyanto, Ramujiyanto, dan Edi Winarko. Anggota kelompok tani Sumber Tani yang melakukan penjualan hasil panen kopi ke Asosiasi Petani Kopi jumlahnya cukup sedikit. Hal ini dikarenakan baru tahun 2015 Asosiasi Petani Kopi melakukan kegiatan pengumpulan kopi sehingga belum banyak petani yang mengetahui dan dapat memenuhi permintaan dari asosiasi tersebut. Alasan Bapak Sukri melakukan penjualan kopi ke asosiasi tersebut adalah karena beliau termasuk anggota dari asosiasi. Sedangkan alasan petani lain yang menjual hasil panennya ke asosiasi adalah karena adanya saran dari anggota asosiasi serta mencoba penjualan dalam bentuk lain yakni glondong basah.

Lembaga pemasaran selanjutnya adalah UD Anugrah Palawija, terdapat 3 orang petani yang menjual ke lembaga tersebut yakni Sutiyo, Murtinah, dan Wadi S. Alasan Bapak Sutiyo menjual hasil panennya ke UD Anugrah Palawija adalah sama dengan alasan Bapak Sukri yang menjual hasil panennya ke CV Sumber Agung yaitu sudah berlangganan dan kemudahan petani dalam memperoleh pinjaman uang dan pupuk. Sistem pembelian yang dilakukan juga cepat dan mudah juga merupakan salah satu alasan ketiga petani tersebut dalam menjual hasil panennya. Begitu pula dengan Ibu Murtinah dan Bapak Wadi S, mereka lebih memilih menjual hasil panennya karena sudah berlangganan dan proses jual belinya yang cepat dan mudah.

Petani yang menjual ke UD Tirta Sari adalah Boinem dan Jamal. Ibu Boinem menjual hasil panen kopinya ke UD Tirta Sari karena sudah berlangganan dan kenal dekat dengan pemilik tokonya serta kemudahan dalam peminjaman pupuk sehingga beliau merasa tidak nyaman apabila menjual hasil panennya ke lembaga lain. Selain itu hasil panen kopinya juga tidak banyak sehingga beliau memilih untuk menjualnya ke dalam satu tempat saja. Begitu pula dengan Bapak Jamal menjual hasil panennya ke UD Tirta Sari karena sudah berlangganan dan kenal dekat dengan pemilik tokonya serta kemudahan dalam peminjaman pupuk.

Petani yang menjual kopi ke UD Damai adalah Jumain dan Ida Puspita, dan petani yang menjual kopi ke UD Wijaya adalah Tarman dan Supriono, serta penjualan ke UD Semeru Indah adalah Sulianto. Alasan Bapak Jumain dan petani-

petani lain menjual kopi ke lembaga pemasaran yang dituju sama halnya dengan Ibu Boinem dan Bapak Jamal yang menjual kopinya ke UD Tirta Sari. Sehingga pemilihan tempat penjualan kopi rata-rata adalah karena sudah berlangganan.

Adapun persentase distribusi penjualan hasil panen kopi milik masing-masing petani ke masing-masing lembaga pemasaran yang dituju adalah berbeda. Tabel 16 berikut menunjukkan distribusi penjualan hasil panen kopi milik masing-masing petani ke masing-masing lembaga pemasaran yang dituju.

Tabel 16. Distribusi Penjualan Kopi Pada Masing-Masing Lembaga

No.	Nama	Penjualan Ke (%)		
		Pengumpul Kecil	Pengumpul Besar	Perusahaan Ekspor
1	Eko Yudi Sukrianto	11.06	88.94	
2	Jumain	8.00	60.00	32.00
3	M. Yani			100.00
4	Mujiono	14.00		86.00
5	Boinem		100.00	
6	Sutrisno		100.00	
7	Wadi Syaifularif		100.00	
8	Ida Puspita		100.00	
9	Tarman		100.00	
10	Jamal		100.00	
11	Sunardi		100.00	
12	Sutiyo		100.00	
13	Sulianto		100.00	
14	Misdi	0.30	28.14	71.57
15	Suryadi		25.00	75.00
16	Murtinah		100.00	
17	Suliyanto	10.00	90.00	
18	Jumari			100.00
19	Supriono		33.33	66.67
20	Edi Winarko	33.33	66.67	
21	Ramujianto	1.11	61.39	37.50
Total		11.11	80.75	71.09

Sumber: Data Primer, 2016

Pada Tabel 16 diatas dapat dilihat bahwa dari ketiga tingkat lembaga pemasaran yang dituju oleh masing-masing petani persentase paling besar terdapat pada tingkat lembaga pemasaran pengumpul besar yakni 80,75%. Pemilihan petani dalam menjual hasil panennya ke tingkat lembaga pemasaran adalah atas dasar kemudahan dalam transaksi jual beli, kemudahan petani untuk meminjam

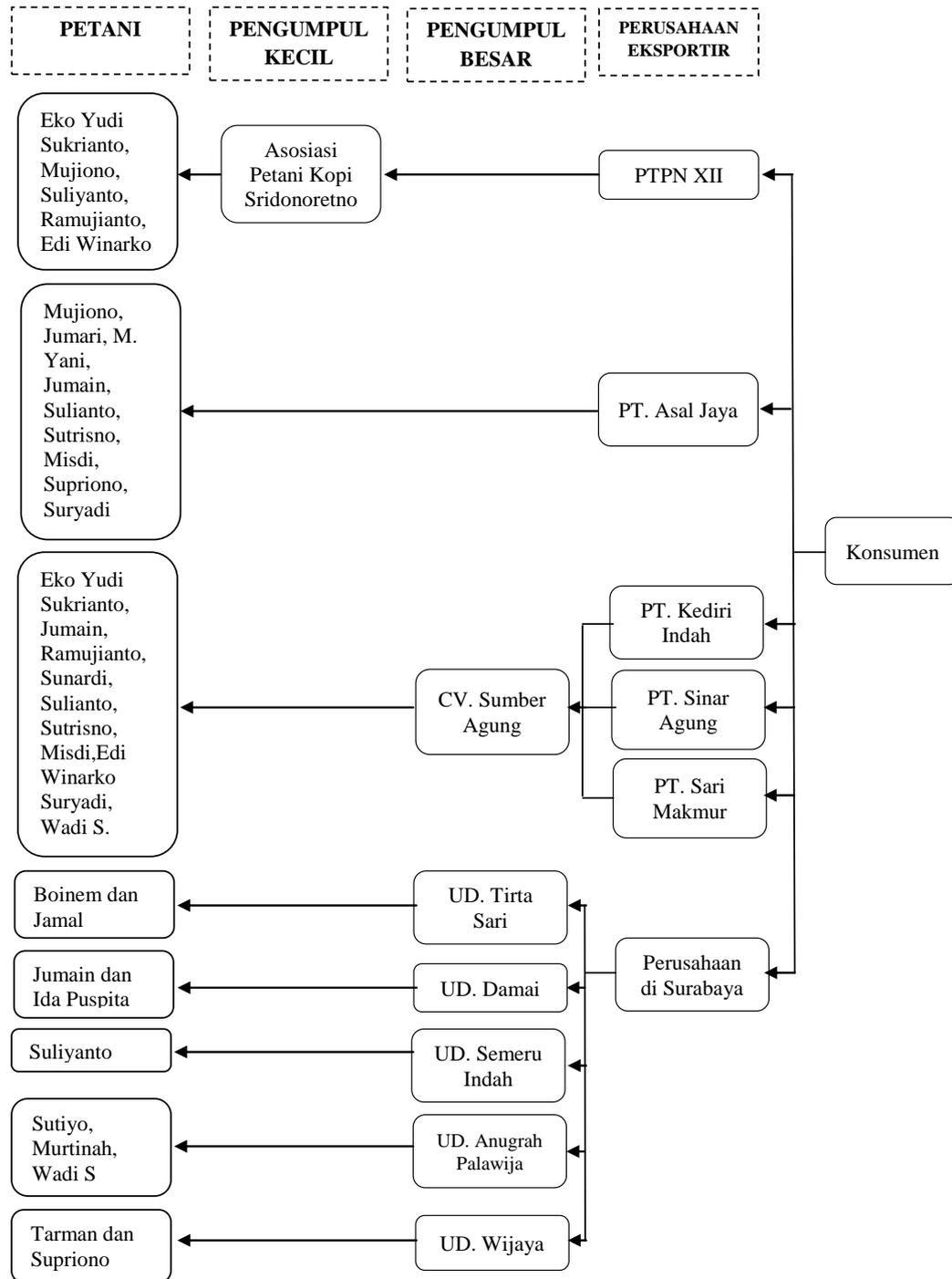
uang dan pupuk serta karena sudah berlangganan sehingga muncul rasa enggan dan sungkan untuk pindah ke lembaga pemasaran lain. Petani yang menjual hasil panennya ke tingkat lembaga pemasaran perusahaan eksportir sebesar 71,09%/ Hal ini dipicu karena harga beli yang ditawarkan oleh pihak pembeli yang lebih tinggi dari pada tingkat lembaga pemasaran lainnya. Akan tetapi transaksi penjualan yang ada di dalam perusahaan cukup akibat panjangnya antrean sehingga membuat petani sedikit enggan untuk menjual ke perusahaan besar. Selain itu perusahaan eksportir tidak memberikan pinjaman dalam bentuk apapun kepada petani sehingga petani tidak dapat meminjam modal usahatani ke pihak ekportir ini. Sedangkan hanya sebesar 11,11% saja petani yang menjual ke tingkat lembaga pengumpul kecil. Hal ini dipicu karena tingkat pengumpul kecil yang dituju oleh petani responden masih baru ada pada tahun 2015 sehingga tidak banyak petani yang tahu keberadaan lembaga ini dan belum siapnya petani untuk memenuhi permintaan lembaga.

2. Aliran Uang

Aliran uang merupakan suatu aliran yang terjadi atau dipengaruhi oleh adanya arah aliran barang yang terjadi antara pihak pembeli dan penjual. Arah aliran uang berbanding terbalik dengan arah aliran barang. Hal ini dikarenakan adanya proses pembayaran terhadap transaksi yang telah dilakukan oleh pihak-pihak dalam saluran pemasaran.

Proses aliran uang pada rantai pasok berupa proses pembayaran dalam perdagangan kopi. Proses pembayaran pada masing-masing pihak perdagangan terjadi secara tunai. Pada kegiatan transaksi uang terjadi apabila barang sudah dikirim ke pedagang. Sehingga dapat dikatakan dalam proses aliran uang pada penelitian kali ini adalah ada barang ada uang. Pada proses pembayaran, konsumen mengirim uang ke penjual secara langsung. Pembayaran yang terjadi pada setiap pedagang sudah cukup tepat waktu dan tepat jumlah karena setiap anggota dalam rantai pasok kopi ini berusaha untuk saling menjaga kepercayaan. Selain proses pembayaran, terdapat indikator lain dalam aliran uang yaitu kepuasan harga yang diperoleh. Harga yang diperoleh menurut beberapa responden petani masih kurang dari harapan. Hal ini disampaikan oleh petani responden dengan alasan jumlah uang yang diterima dari hasil panen apabila

dibelanjakan untuk kebutuhan budidaya tanaman kopi dan membayar tenaga kerja, petani hanya mendapat untung sedikit. Keuntungan tersebut tidak cukup untuk menutupi kebutuhan belanja dalam waktu tiga bulan setelah panen. Berikut adalah gambar pola aliran uang yang terjadi pada rantai pasok kopi kelompok tani Sumber Tani disajikan pada Gambar 27.



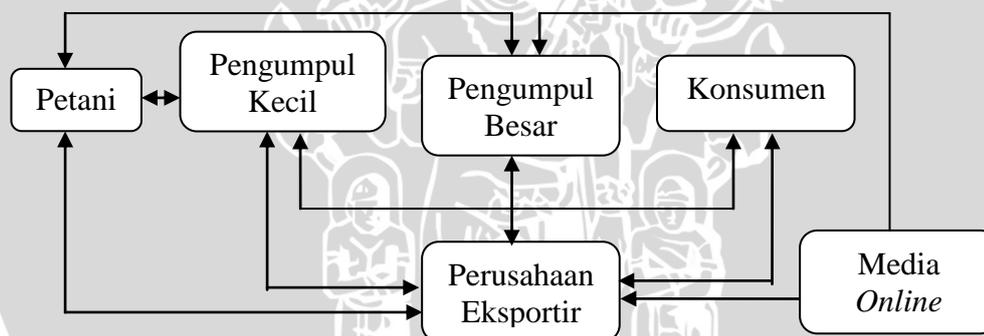
Gambar 27. Pola Aliran Uang



Selain aliran uang yang sudah dijelaskan tersebut, terdapat proses peminjaman uang oleh petani dari pihak pengumpul besar. Sehingga kegiatan peminjaman ini juga merupakan kegiatan aliran uang. Dalam kegiatan peminjaman uang dari pihak pengumpul besar, tidak terdapat jaminan baik berupa ktp, sertifikat tanah, BPKP Kendaraan, ataupun lainnya sebagai syarat pengikatan. Peminjaman uang berdasarkan asas kepercayaan dan keloyalatan petani dalam menjual hasil panennya. Sedangkan dari pihak pengumpul kecil dan perusahaan eksportir tidak terdapat kegiatan peminjaman uang kepada petani.

3. Aliran Informasi

Suatu jaringan komunikasi yang terjalin dalam rantai pasok kopi sudah terintegrasi dengan baik. Aliran informasi terjadi secara dua arah antara pihak-pihak yang ada di dalam kegiatan rantai pasok. Proses komunikasi digunakan untuk mengetahui informasi harga pasar, jumlah barang yang tersedia, dan ketersediaan input untuk budidaya kopi. Berikut adalah gambar arah aliran informasi pada rantai pasok kopi disajikan pada Gambar 28.



Gambar 28. Pola Aliran Informasi

Menurut responden dari petani dan lembaga pemasaran keakuratan informasi yang diperoleh dalam rantai posok kopi sudah akurat. Artinya adalah bahwa setiap informasi yang dialirkan sudah sesuai dengan kondisi pasar yang terjadi pada saat tersebut. Sedangkan transparansi informasi yang diperoleh belum sesuai. Hal ini diketahui dari informasi tentang jumlah pengambilan keuntungan yang diterima oleh pihak lembaga pemasaran sangat sulit untuk disampaikan kepada pihak lain khususnya konsumen. Selain dalam anggota rantai pasok kopi terdapat pula sumber informasi lain yang diperoleh oleh lembaga pengumpul besar dan perusahaan eksportir kopi. Sumber informasi berupa alamat website

tentang informasi harga, berdasarkan penuturan responden lembaga dalam penelitian kali ini misalnya adalah www.gaeki.go.id.

Berdasarkan uraian aliran barang, uang dan informasi yang ada pada kelompok tani Sumber Tani perlu diberikan contoh satu petani responden yang terlibat dalam aliran tersebut. Berikut profil petani responden yang terlibat dalam aliran barang, uang dan informasi rantai pasok kopi disajikan pada Gambar 29:

Nama Petani: Misdi



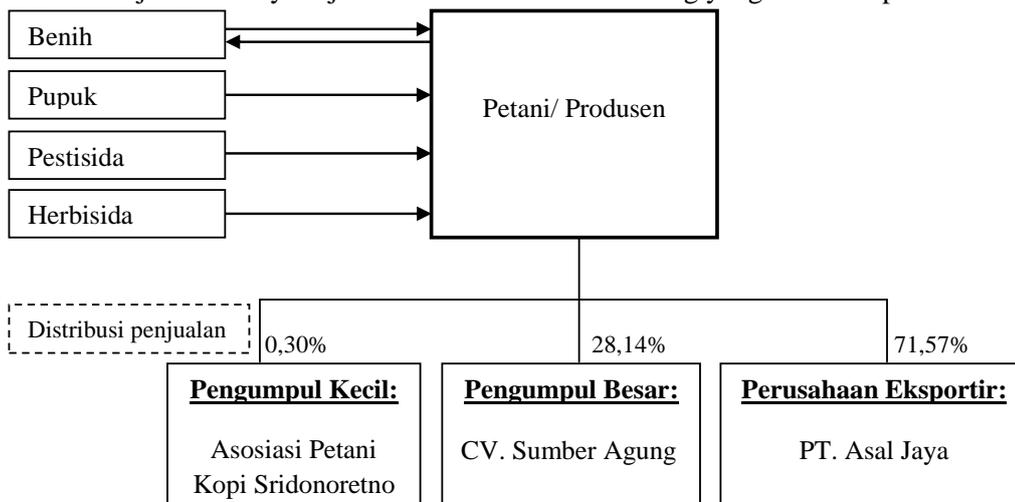
Bapak Misdi merupakan salah satu anggota kelompok tani yang terlibat dalam tiga aliran rantai pasok kopi. Beliau pada tahun 2016 sebagaimana penelitian ini dilakukan sudah berumur 62 tahun. Sedangkan pengalaman usahatani tanaman kopi sudah 41 tahun. Luas lahan yang dimiliki Pak Misdi saat ini adalah 1,5 Ha dengan hasil panen pada tahun 2015 sebanyak 30 Kw.

Usahatani kopi yang dilakukan oleh beliau pada tahun 2015 memerlukan input usahatani berupa bibit, pupuk, herbisida dan pestisida. Bibit digunakan untuk penyulaman pada tanaman kopi yang sudah tidak produktif lagi. Perolehan bibit didapat dari pemberian saudara, sehingga beliau tidak mengeluarkan biaya dalam perolehan tersebut. Pupuk digunakan untuk membantu penyediaan unsur hara yang dibutuhkan oleh tanaman. Jenis pupuk yang digunakan oleh Bapak Misdi adalah pupuk Phonska, pupuk ZA dan Organik. Semua jenis pupuk tersebut beliau peroleh dari Toko Pertanian di Kecamatan Dampit dengan cara membelinya. Sedangkan herbisida dan pestisida digunakan untuk mengendalikan gulma dan hama yang ada di kebun. Kedua obat tersebut diperoleh dari toko eceran dengan cara membelinya.

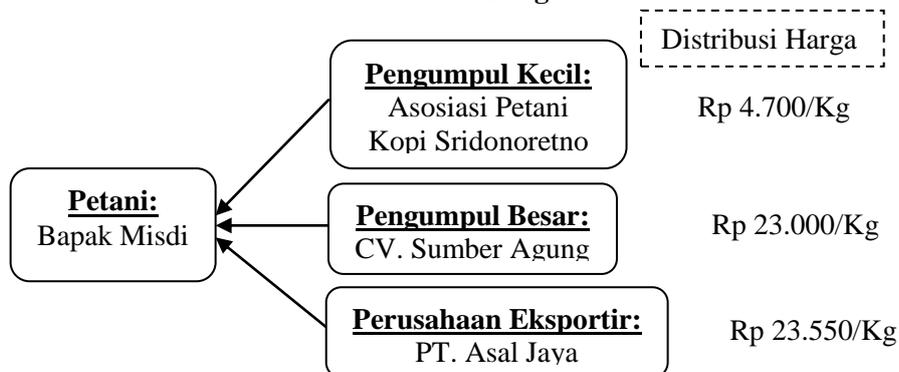
Hasil panen kopi yang diterima oleh Bapak Misdi pada tahun 2015 langsung dijual habis setelah panen dan pasca panen. Hal ini dilakukan oleh beliau untuk menutupi kebutuhan pembelian pupuk. Selain itu juga untuk menutupi kebutuhan sehari-hari keluarga. Penjualan hasil panen kopi setelah panen berupa kopi glondong atau lebih sering disebut coffee green adalah ke lembaga pemasaran pengumpul kecil yakni Asosiasi Petani Kopi, sedangkan hasil panen kopi setelah pasca panen berupa coffee bean dijual ke pengumpul besar yaitu CV. Sumber Agung dan lembaga ekspor PT. Asal Jaya. Berikut gambar aliran barang, uang dan informasi yang ada pada Bapak Misdi:

Aliran Barang (Kopi)

Hasil panen sejumlah 30 Kw tersebut oleh Bapak Misdi dijual ke pengumpul kecil (0,30%), pengumpul besar (28,14%) dan perusahaan eksportir (71,57%). Penjualan terbesar ke perusahaan eksportir, hal ini dilakukan karena harga yang diberikan dari pihak perusahaan lebih tinggi dari pada di pengumpul besar. Penjualan ke pengumpul besar dilakukan oleh beliau karena sudah langganan, sehingga merasa tidak enak kalau tidak menjual ke tempat tersebut. Sedangkan penjualan ke pengumpul kecil hanya kurang dari 1% dari hasil panen. Hal ini dipicu oleh kurang siapnya Bapak Misdi untuk memenuhi kriteria permintaan dari pihak pengumpul kecil, sehingga beliau menjual seadanya saja. Berikut skema aliran barang yang ada di Bapak Misdi:

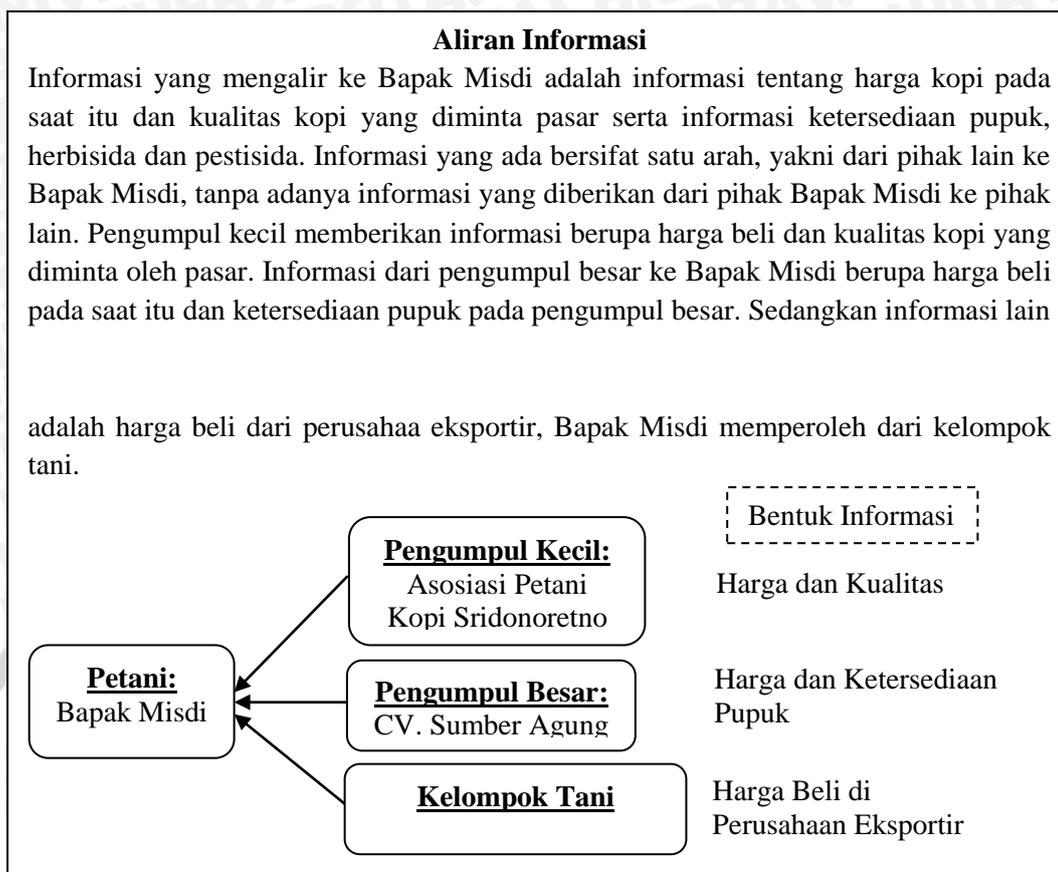


Aliran Uang



Aliran uang yang ada pada Bapak Misdi ini adalah sejumlah uang yang mengalir sebagai bentuk pembayaran atas barang (kopi) yang telah disalurkan ke lembaga pemasaran sebelumnya. Jumlah uang yang mengalir ke beliau dari pengumpul kecil sejumlah Rp 4.700/Kg, dari pengumpul besar sejumlah Rp 23.000/Kg, dan dari pengumpul kecil sejumlah Rp 23.550/Kg. Sehingga total uang yang mengalir ke Bapak Misdi dari hasil penjualan kopi ke tiga lembaga pemasaran tersebut adalah sejumlah Rp 70.018.000,-0. Ketiga lembaga tersebut mengalirkan uang ke Bapak Misdi secara langsung dan lancar, tidak terdapat keterlambatan.





Gambar 29. Contoh Profil Petani Responden Dalam Aliran Barang, Uang dan Informasi

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

5.2.2 Marjin Pemasaran Kopi Pada Masing-Masing Saluran Pemasaran

Penelitian kali ini fokus pada analisis margin pemasaran kopi pada masing-masing saluran. Marjin pemasaran dihitung dengan menggunakan model marjin absolut dan distribusi marjin. Rincian mengenai hasil analisis marjin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran kopi pada kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang adalah sebagai berikut:

1. Saluran 1 (Petani → Pengumpul Kecil → Konsumen)

Saluran pemasaran pertama seperti yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya merupakan saluran yang terdiri petani, pengumpul kecil dan konsumen. Petani sebagai produsen kopi menjual ke pengumpul kecil dalam bentuk kopi glondong basah. Selanjutnya pengumpul kecil menjual ke konsumen industri dalam bentuk *coffee bean*. Pada saluran pertama ini, pihak pengumpul kecil adalah Asosiasi Petani Kopi Sridonoretno. Berikut Tabel 17 menyajikan

data analisis marjin pemasaran kopi saluran pertama.

Tabel 17. Analisis Marjin Pemasaran Saluran 1

No	Rincian Margin	Nilai (Rp/ Kg)	Margin (Rp/Kg)	Distribusi Margin (%)	Farmers Share (%)
1	Petani				19.03
	Harga jual	4700			
2	Pengumpul Kecil		20000		
	Harga beli	4700			
	Transportasi	50		0.25	
	Bongkar muat	50		0.25	
	Penjemuran	1500		7.50	
	Sortasi	1000		5.00	
	Penggilingan	700		3.50	
	Pengemasan	40		0.20	
	Jumlah biaya	3340			
	Keuntungan	16660		83.30	
	Harga jual	24700			
3	Konsumen				
	Harga beli	24700			
Total			20000	100.00	

Sumber: Data Primer, 2016

Tabel 17 menyajikan harga jual kopi ditingkat petani sebesar Rp 4.700,- per kg. Kopi yang dijual ke lembaga pemasaran pengumpul kecil adalah dalam bentuk kopi glondong basah sehingga petani tidak mengeluarkan biaya pengolahan perubahan bentuk. Akan tetapi biaya pengangkutan atau transportasi transaksi jual beli ditanggung oleh pihak pengumpul kecil, karena pengumpul kecil mengambil buah kopi ke tempat petani. Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan transportasi adalah sebesar Rp 50,- per kg buah kopi dan untuk biaya tenaga kerja bongkar muat sebesar Rp 50,- per kg buah kopi.

Buah kopi glondong basah yang dibeli oleh pengumpul kecil selanjutnya dilakukan pengolahan perubahan bentuk menjadi *coffee bean*. Pengolahan perubahan bentuk dilakukan dengan cara olah basah. Biaya yang dikeluarkan dalam proses olah basah tersebut adalah biaya penggilingan, penjemuran, sortasi dan pengemasan. Biaya penggilingan kopi dari basah menjadi kering yang dikeluarkan sebesar Rp 700,- per kg. Sedangkan biaya sortasi sebesar Rp 1.000,- per kg; biaya penjemuran sebesar Rp 1.500,- per kg dan biaya pengemasan sebesar Rp 40,- per kg.

Pada Tabel 17 juga menunjukkan bahwa nilai marjin pemasaran kopi dari petani yang memasarkan hasil panennya ke pengumpul kecil adalah Rp 20.000,-

per kg. Angka tersebut menunjukkan bahwa setiap kilogram biji kopi yang dijual oleh pengumpul kecil maka dapat diperoleh keuntungan sebesar Rp 20.000,-. Ditinjau dari distribusi marjinnnya, penyumbang terbanyak adalah pada keuntungan pengumpul kecil yaitu sebesar 83,30%. Sedangkan ditinjau dari *share* harga, harga kopi yang dimiliki oleh petani sebanyak 19,03%.

2. Saluran 2 (Petani → Pengumpul Kecil → Perusahaan Eksportir → Konsumen)

Saluran pemasaran kedua meliputi petani, pengumpul kecil, dan perusahaan eksportir. Petani sebagai produsen kopi yang menjual langsung ke pengumpul kecil dalam bentuk kopi glondong. Selanjutnya pengumpul kecil menjual langsung ke perusahaan eksportir dan perusahaan eksportir menjual kopi dalam bentuk *coffee beans* ke konsumen luar negeri. Berikut disajikan pada Tabel 18 data analisis marjin pemasaran kopi pada saluran kedua.

Tabel 18. Analisis Marjin Pemasaran Saluran 2

No	Rincian Margin	Nilai (Rp/ Kg)	Margin (Rp/Kg)	Distribusi Margin (%)	Farmers Share (%)
1	Petani				18.08
	Harga jual	4700			
2	Pengumpul Kecil		200		
	Harga beli	4700			
	Transportasi	50		0.24	
	Bongkar muat	50		0.24	
	Jumlah biaya	100			
	Keuntungan	100		0.47	
3	Eksportir		21100		
	Harga jual	4900			
	Harga beli	4900			
	Harga jual	26000			
4	Konsumen				
	Harga beli	26000			
Total			21300		

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 18 diketahui bahwa harga jual kopi ditingkat petani sebesar Rp 4.700,-per kg. Kopi yang dijual ke lembaga pemasaran pengumpul kecil adalah dalam bentuk kopi glondong basah sehingga petani tidak mengeluarkan biaya pengolahan perubahan bentuk. Akan tetapi biaya pengakutan atau transportasi transaksi jual beli ditanggung oleh pihak pengumpul kecil, karena pengumpul kecil mengambil buah kopi ke tempat petani. Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan transportasi adalah sebesar Rp 50,- per kg buah kopi dan untuk biaya tenaga kerja bongkar muat sebesar Rp 50,- per kg buah kopi.



Buah kopi glondong basah yang dibeli oleh pengumpul kecil selanjutnya langsung dijual ke perusahaan eksportir dengan harga Rp 4.900,- per kg. Kemudian setelah kopi disalurkan ke perusahaan eksportir, kopi glondong akan dilakukan pengolahan menjadi bentuk *coffee bean*. Akan tetapi karena tidak ketersediaannya responden lembaga pemasaran tingkat perusahaan eksportir membuat rincian biaya proses pengolahan tidak dapat dianalisis oleh peneliti.

Pada Tabel 18 juga menunjukkan bahwa nilai margin pemasaran kopi dari petani yang memasarkan hasil panennya ke pengumpul kecil adalah Rp 200,- per kg. Angka tersebut menunjukkan bahwa setiap kilogram biji kopi yang dijual oleh pengumpul kecil maka dapat diperoleh keuntungan sebesar Rp 200,-. Ditinjau dari *farmer's share*, harga kopi yang dimiliki oleh petani sebanyak 18,08%. Sedangkan nilai margin pemasaran kopi dari pengumpul kecil yang memasarkan hasil panennya ke perusahaan eksportir adalah Rp 21.100,- per kg. Angka tersebut menunjukkan bahwa setiap kilogram biji kopi yang dijual oleh pengumpul kecil maka dapat diperoleh keuntungan sebesar Rp 21.100,-.

3. Saluran 3 (Petani → Perusahaan Eksportir → Konsumen)

Saluran pemasaran ketiga merupakan saluran yang terdiri petani dan perusahaan eksportir. Petani sebagai produsen kopi yang menjual langsung ke perusahaan eksportir dalam bentuk *coffee beans*. Selanjutnya perusahaan eksportir menjual kopi dalam bentuk *coffee beans* ke konsumen luar negeri. Berikut disajikan pada Tabel 19 data analisis margin pemasaran kopi pada saluran ketiga.

Tabel 19. Analisis Margin Pemasaran Saluran 3

No	Keterangan	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Distribusi Margin (%)	Farmers Share (%)
1	Petani				92,31
	Penggilingan	700			
	Transportasi	300			
	Harga Jual	24.000			
2	Perusahaan Eksportir		2.000		
	Harga Beli	24.000			
	Harga Jual	26.000			
	Total		2.000		

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 19 diketahui bahwa harga jual kopi ditingkat petani sebesar Rp 24.000,-per kg. Kopi yang dijual ke lembaga pemasaran perusahaan eksportir adalah dalam bentuk *coffee bean* sehingga petani

menanggung biaya pengolahan perubahan bentuk. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk pengubahan bentuk adalah Rp 700,- per kg (penggilingan). Selanjutnya setelah kopi menjadi bentuk *coffee bean*, petani menjual ke lembaga pemasaran perusahaan eksportir. Proses jual beli antara petani dengan perusahaan eksportir adalah dengan cara petani mengantarkan barang ke lokasi perusahaan eksportir. Sehingga biaya transportasi harus ditanggung oleh petani. Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan transportasi adalah sebesar Rp 300,- per kg.

Coffee bean yang dibeli oleh perusahaan eksportir selanjutnya dilakukan sortasi, grading dan pengepakan. Akan tetapi rincian biaya yang ada dalam perusahaan eksportir tidak dapat peneliti peroleh. Perusahaan eksportir hanya memberikan informasi bahwa pihak perusahaan menjual kopi ke konsumen luar negeri dalam bentuk masih *coffee bean* dengan harga Rp 26.000,- per kg.

Selain itu pada Tabel 19 menunjukkan nilai margin pemasaran kopi dari petani yang memasarkan hasil panennya ke perusahaan eksportir adalah Rp 2.000,- per kg. Angka tersebut menunjukkan bahwa setiap kilogram *coffee bean* yang dijual ke perusahaan eksportir akan memperoleh keuntungan sebesar Rp 2.000,-. Sedangkan ditinjau dari *farmer's share*, harga kopi yang dimiliki oleh petani sebanyak 92,31%.

4. Saluran 4 (Petani → Pedagang Besar → Perusahaan Eksportir → Konsumen)

Saluran pemasaran 4 merupakan saluran yang terdiri petani, pedagang besar dan perusahaan eksportir. Petani sebagai produsen kopi yang menjual langsung ke pedagang besar di Kecamatan Dampit dalam bentuk *coffee beans*. Selanjutnya pedagang besar menjual langsung ke perusahaan eksportir. Setelah di perusahaan eksportir, *coffee bean* dijual ke konsumen luar negeri.

Pada Tabel 20 dibawah menunjukkan bahwa harga jual kopi ditingkat petani sebesar Rp 23.000,-per kg. Kopi yang dijual ke lembaga pemasaran pengumpul besar adalah dalam bentuk *coffee bean* sehingga petani menanggung biaya pengolahan perubahan bentuk. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk pengubahan bentuk adalah Rp 700,- per kg (penggilingan). Selanjutnya setelah kopi menjadi bentuk *coffee bean*, petani menjual ke lembaga pemasaran perusahaan eksportir. Proses jual beli antara petani dengan perusahaan eksportir adalah dengan cara petani mengantarkan barang ke lokasi perusahaan eksportir.

Sehingga biaya transportasi harus ditanggung oleh petani. Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan transportasi adalah sebesar Rp 300,- per kg.

Selanjutnya setelah kopi diterima oleh pengumpul besar, kopi dilakukan pengemasan untuk kemudian dijual ke perusahaan eksportir. Selama transaksi penjualan dari pengumpul besar ke perusahaan eksportir, pengumpul besar mengeluarkan biaya transportasi pengangkutan barang dari gudang ke tempat perusahaan sebesar Rp 100,- per kg dengan biaya retribusi Rp 6,- per kg. Selain itu juga mengeluarkan biaya bongkar muat sebesar Rp 100,- per kg dan pengemasan sebesar Rp 40,- per kg. Harga jual dari pengumpul besar ke perusahaan eksportir sebesar Rp 23.000,- per kg. Sedangkan harga jual dari perusahaan eksportir ke konsumen luar negeri adalah Rp 26.000,- per kg. Berikut Tabel 20 yang menyajikan data analisis margin pemasaran kopi pada saluran keempat.

Tabel 20. Analisis Margin Pemasaran Saluran 4

No	Keterangan	Nilai (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Distribusi Margin (%)	Farmers Share (%)
1	Petani				88,46
	Penggilingan	700			
	Transportasi	300			
	Harga Jual	23.000			
2	Pengumpul Besar		500		
	Harga beli	23.000			
	Transportasi	100		20,00	
	Bongkar muat	100		20,00	
	Pengemasan	40		8,00	
	Retribusi	6		1,20	
	Jumlah biaya	246			
	Keuntungan	254		50,80	
	Harga jual	23.500			
3	Perusahaan Eksportir		2.500		
	Harga beli	23500			
	Harga Jual	26.000			
	Total		3.000	100,00	

Sumber: Data Primer, 2016

Ditinjau dari nilai margin pemasaran kopi dari petani yang memasarkan hasil panennya ke pengumpul besar adalah Rp 500,- per kg. Angka tersebut menunjukkan bahwa setiap kilogram biji kopi yang dijual oleh pengumpul kecil maka dapat diperoleh keuntungan sebesar Rp 500,-. Ditinjau dari distribusi

marjinya, penyumbang terbanyak adalah pada keuntungan pengumpul kecil yaitu sebesar 50,80%.

Kemudian jika dilihat dari nilai margin pemasaran kopi dari pengumpul besar yang memasarkan kopi ke perusahaan eksportir adalah Rp 2.500,- per kg. Angka tersebut menunjukkan bahwa setiap kilogram biji kopi yang dijual oleh perusahaan eksportir maka dapat diperoleh keuntungan sebesar Rp 2.500,-. Sedangkan ditinjau dari farmer's share, harga kopi yang dimiliki oleh petani sebanyak 88,46%.

Berdasarkan penjelasan pada margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran yang ditemukan maka dapat dilakukan perbandingan indikator efisiensi melalui total margin pemasaran dan nilai dari *farmers share* pada masing-masing saluran. Berikut Tabel 21 menyajikan perbandingan margin pemasaran dan nilai dari *farmers share* pada masing-masing saluran yang ada pada kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono:

Tabel 21. Perbandingan Total Margin Pemasaran dan Nilai Dari *Farmers Share* Pada Masing-Masing Saluran

Saluran Pemasaran	Indikator	
	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	Farmers Share (%)
Saluran Pemasaran 1		
Petani	-	19.03
Pengumpul kecil	20,000.00	
Konsumen	-	
Total	20,000.00	
Saluran Pemasaran 2		
Petani	-	18.08
Pengumpul kecil	200.00	
Eksportir	21,100.00	
Konsumen	-	
Total	21,300.00	
Saluran Pemasaran 3		
Petani	-	92.31
Eksportir	2,000.00	
Konsumen	-	
Total	2,000.00	
Saluran Pemasaran 4		
Petani	-	88.46
Pengumpul besar	500.00	
Eksportir	2,500.00	
Konsumen	-	
Total	3,000.00	

Sumber: Data Primer, 2016

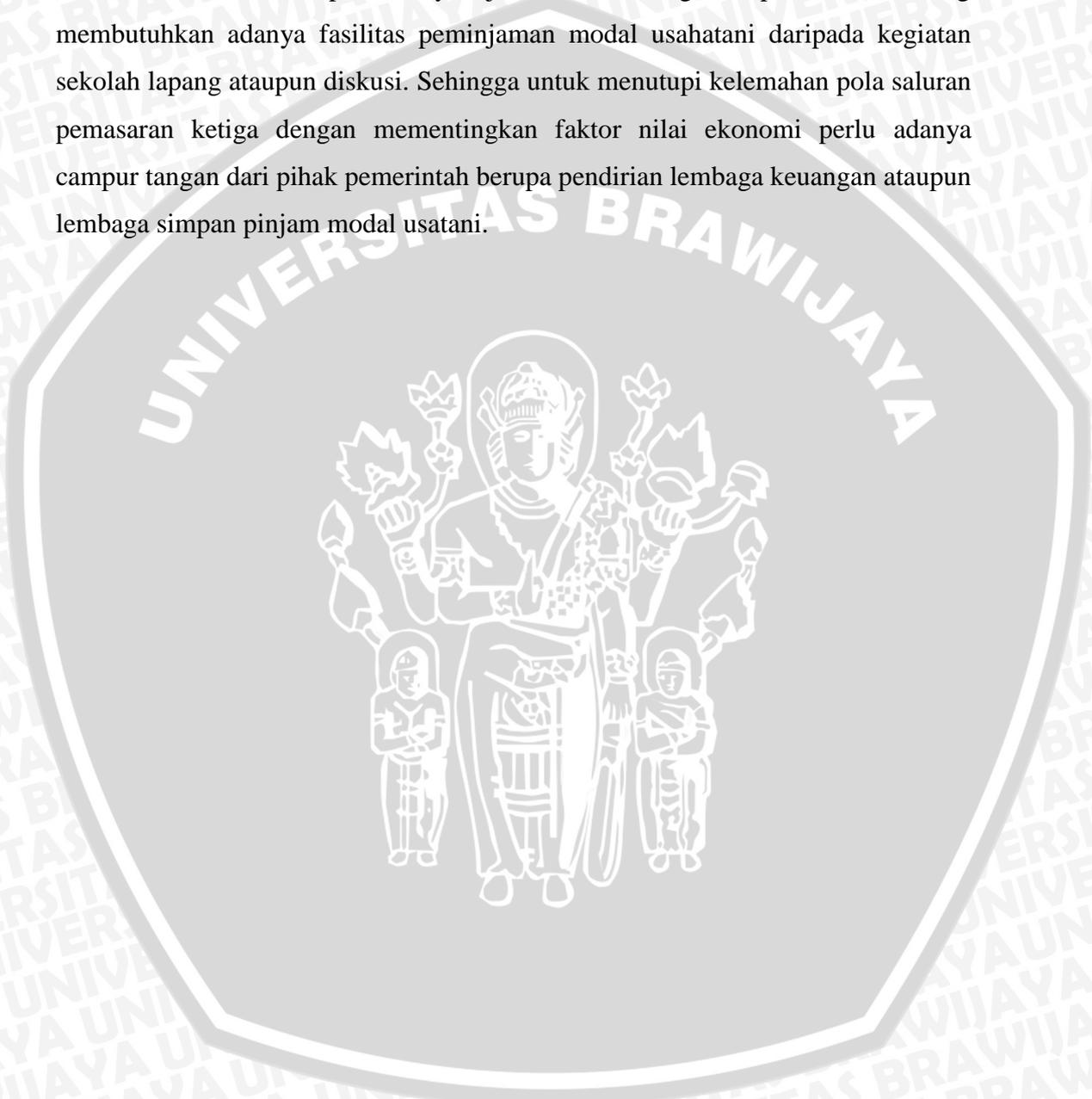
Berdasarkan Tabel 21 diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang ketiga yaitu saluran dari petani ke eksportir lebih efisien jika dibandingkan dengan saluran pemasaran pertama, kedua dan keempat. Hal tersebut dapat terlihat dari nilai total margin pemasaran dan *farmers share* yang diperoleh. Nilai total margin pada saluran pemasaran ketiga adalah sebesar Rp 2.000,- per kilogram kopi. Angka tersebut lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai margin saluran pemasaran yang pertama, kedua dan keempat yang berturut-turut sebesar Rp 20.000,- per kilogram; Rp 21.300,- per kilogram; dan Rp 3.000,- per kilogram. Ditinjau dari nilai *farmers share*, share petani pada saluran pemasaran ketiga senilai 92,31%. Pengukuran efisiensi terhadap nilai share di tingkat petani adalah jika nilai share petani lebih dari sama dengan 40 persen maka dikatakan efisien. Dengan demikian, saluran pemasaran ketiga merupakan saluran pemasaran yang efisien. Sedangkan pada saluran pemasaran yang pertama, kedua dan keempat hanya didapatkan nilai share pada tingkat petani sebesar 19,03 persen; 18,08 persen; dan 88,46 persen. Nilai *farmers share* pada saluran pertama dan kedua masih kurang dari syarat pengukuran yakni kurang dari 40 persen sedangkan nilai *farmers share* pada saluran keempat masih lebih rendah dari nilai *farmers share* pada saluran pemasaran ketiga.

Petani yang menggunakan pola saluran pemasaran ketiga sebesar 23,53% dari total jumlah anggota petani. Persentase tersebut kurang dari setengah jumlah petani yang menjual hasil panennya melalui pola saluran pemasaran keempat yakni sebesar 58,82%. Sedangkan sisanya menggunakan saluran pemasaran pertama dan kedua.

Berdasarkan nilai efisiensi pemasaran dari hasil perhitungan diatas yang menunjukkan pola saluran paling efisien yang digunakan petani dalam kegiatan rantai pasok adalah pola saluran ketiga. Kemudian pola saluran pemasaran yang efisien nomor dua setelah rantai ketiga adalah rantai keempat. Oleh karena itu apabila petani cenderung ingin meningkatkan pendapatannya dai hasil penjualan kopi, petani dapat menggunakan pola saluran pemasaran ketiga. Akan tetapi apabila petani menggunakan pola saluran pemasaran ketiga akan bertolak belakang dengan keadaan lingkungan sosial petani anggota kelompok tani Sumber Tani. Mengingat pada pola saluran pemasaran ketiga tidak terdapat fasilitas yang



peminjaman modal usahatani dari pihak lembaga pemasaran ke petani. Pihak lembaga pemasaran pada pola saluran ketiga hanya memberikan fasilitas berupa sekolah lapang dan diskusi. Apabila petani menggunakan pola saluran pemasaran keempat, pihak lembaga pemasaran memberikan fasilitas peminjaman modal usahatani bahkan tanpa adanya jaminan. Sedangkan petani cenderung membutuhkan adanya fasilitas peminjaman modal usahatani daripada kegiatan sekolah lapang ataupun diskusi. Sehingga untuk menutupi kelemahan pola saluran pemasaran ketiga dengan mementingkan faktor nilai ekonomi perlu adanya campur tangan dari pihak pemerintah berupa pendirian lembaga keuangan ataupun lembaga simpan pinjam modal usatani.



VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi rantai pasok kopi di kelompok tani Sumber Tani Desa Sukodono belum terintegrasi optimal karena aliran barang belum efektif yang mana masih didominasi oleh satu tingkat lembaga pemasaran yaitu pengumpul besar kopi yang memiliki kekuatan dalam menyediakan modal tanpa anggungan.
2. Pola saluran pemasaran yang paling efisien adalah pada pola saluran ketiga yaitu petani menjual langsung hasil panen ke eksportir. Hal ini dilihat dari total margin pemasaran pada saluran ketiga lebih kecil daripada total margin pemasaran saluran lainnya. Selain itu *farmers share* yang diperoleh oleh petani pada pola saluran pemasaran kopi ketiga lebih besar daripada *farmers share* pada pola saluran pemasaran lainnya. Namun petani pada lokasi penelitian mayoritas menerapkan pola saluran pemasaran keempat karena permasalahan permodalan usahatani. Oleh karena itu untuk menerapkan pola saluran ketiga dengan pertimbangan akan meningkatkan pendapatan petani, perlu peran pemerintah dalam memberikan akses permodalan usahatani kepada petani kopi.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari peneliti mengenai Analisis Rantai Pasok Kopi Pada Kelompok Tani Sumber Tani Desa Sukodono Kecamatan Dampit Kabupaten Malang adalah sebagai berikut:

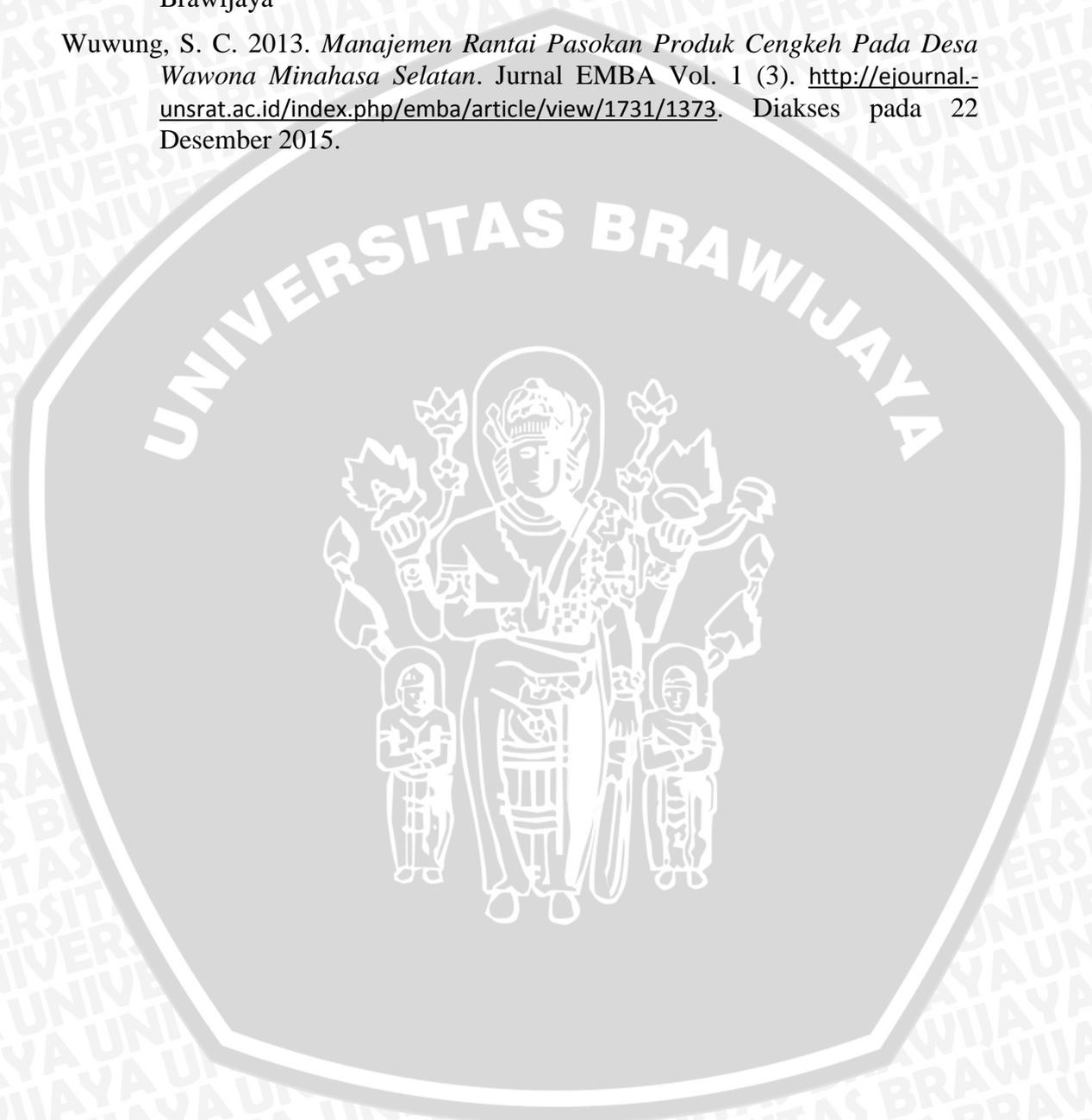
1. Petani mampu meningkatkan keterampilan dalam memenuhi standar kualitas hasil panen kopi sesuai dengan perkembangan pasar sehingga petani akan memiliki posisi daya tawar terhadap produk hasil panennya.
2. Untuk memenuhi kebutuhan hidup maupun kebutuhan modal usahatani perlu meminjam modal ke lembaga resmi sehingga untuk hasil panen kopi dapat dijual kepada lembaga pemasaran yang memiliki harga beli tinggi. Sehingga dapat meningkatkan keuntungan dari hasil penjualan panen kopi.
3. Pola saluran pemasaran yang dapat digunakan oleh petani untuk meningkatkan pendapatan dari hasil penjualan kopi adalah pola saluran pemasaran ketiga.

DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 1988. *Budidaya Tanaman Kopi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Anggasasi, 2015. *Analisis Supply Chain Management (Scm) Produk Olahan Kopi Di Perusahaan Daerah Perkebunan Kahyangan Jember (Studi Kasus di Kebun Sumberwadung Desa Karang Harjo Kecamatan Silo)*. <http://www.repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/72872/Loriza%20Gevi%20Anqqasasi%20cover%20123.pdf?sequence=1>. Diakses pada 15 Februari 2016.
- Anindita, R. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Surabaya: Papyrus.
- Arifin, Z. 2014. *Dapat Sertifikasi Asosiasi Kopi Dunia, Malang Perluas Lahan Kopi*. Liputan6. <http://bisnis.liputan6.com/read/2062097/dapat-sertifikasi-asosiasi-kopi-dunia-malang-perluas-lahan-kopi>. Diakses pada 18 Desember 2015.
- Badan Pengurus Pusat Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. 2014. *Perkembangan Pasar Kopi Indonesia*. <http://agro.kemenperin.go.id/media/download/515>. Diakses pada 26 Desember 2015.
- Balitbang Pertanian. 2012. *Jawa Timur Kaya Potensi Kopi, Tapi Minim Produksi*. <http://perkebunan.litbang.pertanian.go.id/?p=3441>. Diakses pada 16 Maret 2016.
- Bourlakis. M. A, dan Weghtman. P. W. H. 2004. *Food Supply Chain Management*. Oxford: Blackwell.
- BPS. 2015. *Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri Ekspor*. https://www.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Buletin-Statistik-Perdagangan-Luar-Negeri-Ekspor-Menurut-Kelompok-Komoditi-dan-Negara--November-2015--.pdf. Diakses pada 2 Januari 2016.
- Chopra, S dan M. Peter. 2001. *Supply Chain Management : Strategy, Planning, And Operation*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ditjenbun. 2013. *Kopi Berkelanjutan*. <http://ditjenbun.pertanian.go.id/pascapanen/berita-203-kopi-berkelanjutan-.html>. Diakses pada 7 Maret 2016.
- Ditjenbun. 2014. *Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi 2013-2015*. <http://ditjenbun.pertanian.go.id/tinymcpuk/qambar/file/statistik/2015/KOPI%202013%20-2015.pdf>. Diakses pada 26 Desember 2015.
- Disbun Jatim. 2012. *Kopi*. http://disbun.jatimprov.go.id/komoditi_kopi.php. Diakses pada 18 Desember 2015.
- Hapsary, Indri. 2014. *Efisiensi Pemasaran Wortel Organik Di Desa Sukagalih Kecamatan Megamendung*. file:///C:/Users/user/Downloads/H14iha.pdf. Diakses pada 2 Januari 2016.
- Heizer, J dan B. Render. 2015. *Manajemen Operasi Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.

- Herawati, Amzul dan Netti. 2015. *Kinerja Dan Efisiensi Rantai Pasok Biji Kakao Di Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat*. <http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id/index.php/bultri/article/view/2425/2107>. Diakses pada 2 Januari 2016.
- Hugos, Michael. 2006. *Essentials of Supply Chain Management*. Kanada: John Wiley & Sons
- Indrajit, R. E dan R. Djokopranoto. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain*. Jakarta: Grasindo.
- Januwia, I. K., et al. 2014. *Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk Di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar Tahun 2013*. Vol. 4 (1). <http://download.portalqaruda.org/article.php?article=3048-59&val=1355&title=analisis%20saluran%20pemasaran%20usahatani%20jeruk%20di%20desa%20kerta%20kecamatan%20payangan%20kabupaten%20qianyar%20tahun%202013>. Diakses pada 26 Desember 2015.
- Kemendag. 2014. *Analisis Komoditas Kopi Dan Karet Indonesia: Evaluasi Kinerja Produksi, Ekspor Dan Manfaat Keikutsertaan Dalam Asosiasi Komoditas Internasional*. <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2015/01/16/Analisis%20Komoditas%20Kopi%20dan%20Karet%20Indonesia.pdf>. Diakses pada 25 Desember 2015.
- Kementerian Pertanian. 2015. *Ekspor Komoditi Pertanian Subsektor Perkebunan, Periode : Januari s/d Oktober 2015*. <http://aplikasi.pertanian.go.id/eksim2012/hasil eksporSubsek.asp>. Diakses pada 7 Desember 2015.
- Khotimastuti, G. A. 2013. *Analisis Supply Chain Management Rumput Laut Eucheuma Cottoni di Indonesia*. Abstrak. http://etd.repository.uqm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=59108. Diakses pada 24 Desember 2015.
- KMDA. 2013. *Kabupaten Malang Dalam Angka Tahun 2012 Edisi 2013*. <http://bappekab.malangkab.go.id/downloads/KMDA%202012%20Edisi%202013.pdf>. Diakses Pada 25 Desember 2015
- Kotller, P dan G. Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Nurhuda, L. 2013. *Analisis Manajemen Rantai Pasokan Kentang*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Panggabean, E. 2011. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta: AgroMedia Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=33bo39GL2QsC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>. Diakses pada 26 Desember 2015.
- Pujawan, I Nyoman. 2005. *Supply Chain Management*. Surabaya: Guna Widya.
- Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, 2012. *Rantai Pasok Komoditas Pertanian Indonesia*. http://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/pdffiles/tematik_SCM_2012.pdf. Diakses pada 26 Desember 2015.
- Puslitbangbun. 2010. *Budidaya dan Pasca Panen Kopi*. <http://perkebunan.litbang.pertanian.go.id/?p=2580>. Diakses pada 7 Maret 2016.

- Saladin, D. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju.
- Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Sustiyana. 2013. *Analisis Supply Chain dan Pemasaran Gula Siwalan Studi Kasus di Kecamatan Dungkek, Kabupaten Sumenep*. Tesis. Malang: Universitas Brawijaya
- Wuwung, S. C. 2013. *Manajemen Rantai Pasokan Produk Cengkeh Pada Desa Wawona Minahasa Selatan*. Jurnal EMBA Vol. 1 (3). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1731/1373>. Diakses pada 22 Desember 2015.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Jumlah Pohon, Jarak Tanam, dan Kebutuhan Pupuk Per Tahun di Masing-Masing Petani

No	Nama	Luas lahan (ha)	Jumlah tanaman (pohon)	Jarak tanam (m)	Kebutuhan pupuk (kw)
1	Suryadi	1	1600	2 x 3	7
2	Jumari	1	1600	2,5 x 2,5	8
3	Suliyanto	1	1300	2,5 x 3	7
4	Supriono	6	6500	3 x 3	60
5	Edi winarko	1	1200	2,5 x 3	13
6	Ramujiyanto	0,75	1000	2,5 x 3	4
7	Misdi	1,5	1600	3 x 3	16
8	Murtinah	1,9	2000	3 x 3	12
9	Boinem	0,5	650	2,5 x 3	6
10	Sunardi	0,5	800	2,5 x 2,5	6
11	Jamal	1	1600	2,5 x 2,5	7
12	Sulianto	0,2	250	2,5 x 3	3
13	M. Yani	1	1100	3 x 3	6
14	Jumain	1,45	1600	3 x 3	8
15	Sutiyo	1	1600	2,5 x 2,5	4
16	Sutrisno	2	3200	2,5 x 2,5	30
17	Tarman	2	2000	3 x 3	15
18	Wadi syaifularif	0,5	800	2,5 x 2,5	9
19	Ida puspita	0,25	400	2,5 x 2,5	5
20	Eko yudi sukrianto	2,5	3000	2,5 x 3	12
21	Mujiono	1	1600	2,5 x 2,5	4

Sumber: Data Primer, 2016

Lampiran 2. Kuisisioner Responden Petani

No. Responden :

Tgl. Wawancara :

**DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN
MANAJEMEN RANTAI PASOKAN KOPI**

Nama Responden	
Kelompok Tani	
RT/RW	
Dusun	
Desa	
Kecamatan	
Kabupaten	
Nomor Tlp/Hp	

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

2016

❖ IDENTITAS RUMAH TANGGA

1. Susunan dan Karakteristik Rumah Tangga

No	Nama	Hubungan Dengan KK ¹⁾	L/P	Umur (Th) ²⁾	Pendidikan		Pekerjaan	
					Formal (Tahun)	Non-Formal (Tahun)	Pokok	Tambahan
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								

Keterangan: 1) 1 KK; 2 Isteri; 3 Anak; 4 Orang tua; 5 Saudara; 6 Lainnya
2) Umur balita dalam bulan

2. Apakah bapak memanen kopi pada tahun lalu (Tahun 2015) ?
 - a. Iya
 - b. Tidak
3. Berapa lama (tahun) Bapak menjadi petani kopi? ?

❖ **LUAS LAHAN YANG DIUSAHAKAN**

Berapa luas lahan yang bapak miliki? Apakah luas lahan tersebut berada dalam satu area atau tidak? Jika tidak berapa luasan per plot dan bagaimana pola tanam di kebun bapak (Gambarkan)!

PLOT 1

Pola Tanam Dalam Lahan Perkebunan

Tanaman Dimensi	Tan. pokok (Kopi)	Tan. naungan 1	Tan. naungan 2	Tan. sela-1	Tan. sela-2
Jenis/ Varietas					
Jumlah (batang)					
Jarak tanam					

Gambar Pola Tanam

Luas Lahan : ha

PLOT 2
Pola Tanam Dalam Lahan Perkebunan

Tanaman Dimensi	Tan. pokok (Kopi)	Tan. naungan 1	Tan. naungan 2	Tan. sela-1	Tan. sela-2
Jenis/ Varietas					
Jumlah (batang)					
Jarak tanam					

Gambar Pola Tanam

Luas Lahan : ha

PLOT 3
Pola Tanam Dalam Lahan Perkebunan

Tanaman Dimensi	Tan. pokok (Kopi)	Tan. naungan 1	Tan. naungan 2	Tan. sela-2	Tan. sela-3
Jenis/ Varietas					
Jumlah (batang)					
Jarak tanam					

Gambar Pola Tanam

Luas Lahan : ha

❖ PROSES BISNIS BUDIDAYA KOPI SELAMA SATU TAHUN YANG LALU

1. Pembibitan

Dimensi		Penanaman	Ke-1	Ke-2	Ke-3
Varietas					
Jumlah (batang)					
Waktu (bulan)					
Teknik					
Cara mendapatkan bibit		Membuat sendiri			
		Beli ^{*)}			
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki	Dalam Keluarga			
		Luar Keluarga			
	Perempuan	Dalam Keluarga			
		Luar Keluarga			
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Laki-laki				
	Perempuan				
Total Biaya	Jumlah (Rp)				
	Asal Biaya	Milik Sendiri			
		Pinjam ^{**)}			

Keterangan:

*) Berapa harga bibit kopi?

**) Biaya pinjaman

- Dari mana asal pinjaman:
- Bunga pinjaman:
- Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Cara lain
 - Berapa kali cicil?
 - Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?
- Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada
 - Kapan batas pengembaliannya?
 - Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan

2. Penyulaman

Penyulaman		Ke-1	Ke-2	Ke-3
Dimensi				
Waktu (Bulan)				
Jumlah (Pohon)				
Varietas				
Cara mendapatkan bibit sulaman	Membuat sendiri			
	Beli^{*)}			
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki			
	Perempuan			
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja	Laki-laki	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
	Perempuan	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
Total Biaya	Jumlah (Rp)			
	Asal Biaya	Milik Sendiri		
		Pinjam^{**)}		

Keterangan:

^{*)} Berapa harga bibit sulaman per batang?

^{**)} Biaya pinjaman

1. Dari mana asal pinjaman:
2. Bunga pinjaman:
3. Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Cara lain
 - b.1 Berapa kali cicil?
 - b.2 Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?
4. Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada
 - a.1 Kapan batas pengembaliannya?
 - a.2 Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan?

3. Penyambungan

Dimensi		Penyulaman	Ke-1	Ke-2	Ke-3
Waktu (Bulan)					
Jumlah (Pohon)					
Varietas					
Cara mendapatkan entres sambungan	Dalam Lahan				
	Beli ^{*)}				
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki				
	Perempuan				
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja	Laki-laki	Dalam Keluarga			
		Luar Keluarga			
	Perempuan	Dalam Keluarga			
		Luar Keluarga			
Total Biaya	Jumlah (Rp)				
	Asal Biaya	Milik Sendiri			
		Pinjam ^{**)}			

Keterangan:

*) Berapa harga bibit sulaman per batang?

**) Biaya pinjaman

1. Dari mana asal pinjaman:
2. Bunga pinjaman:
3. Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Cara lain
b.1 Berapa kali cicil?
b.2 Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?
4. Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada
a.1 Kapan batas pengembaliannya?
a.2 Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan?

4. Pemupukan

Pemupukan		Ke-1	Ke-2	Ke-3
Dimensi				
Waktu (bulan)				
Dosis (Kg/Ha)				
Jenis pupuk				
Bentuk pupuk				
Teknik				
Cara mendapatkan pupuk	Beli ^{*)}			
	Pinjam ^{**)}			
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
	Perempuan	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Laki-laki			
	Perempuan			
Total Biaya	Jumlah (Rp)			
	Asal Biaya	Milik Sendiri		
		Pinjam ^{***)}		

Keterangan:

^{*)} Berapa harga pupuk per Kg nya?

^{**)} Peminjaman pupuk

1. Bagaimana bentuk pengembaliannya?
 - a. Uang
 - b. pupuk
 - c. Bentuk lain (sebutkan)
2. Bagaimana cara pengembaliannya? a. Cash b. Cicil (berapa kali cicil?)
3. Waktu batas pengembaliannya: a. Ada b. tidak ada
 - a.1 Kapan waktunya?
 - a.2 Jika terlambat, apa sanksinya?

^{***)} Biaya pinjaman

1. Dari mana asal pinjaman:

2. Bunga pinjaman:
3. Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Cara lain
 - b.1 Berapa kali cicil?
 - b.2 Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?
4. Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada
 - a.1 Kapan batas pengembaliannya?
 - a.2 Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan

5. Perompesan/Pewiwilan Berat

Dimensi		Perompesan	Ke-1	Ke-2	Ke-3
Waktu (Bulan)					
Jumlah (Pohon)	Semua				
	Sebagian*)				
Teknik					
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki				
	Perempuan				
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja	Laki-laki	Dalam Keluarga			
		Luar Keluarga			
	Perempuan	Dalam Keluarga			
		Luar Keluarga			
Total Biaya	Jumlah (Rp)				
	Asal Biaya	Milik Sendiri			
		Pinjam **)			

Keterangan:

*) Mengapa dirompes sebagian?

Alasan:

**) Biaya pinjaman

1. Dari mana asal pinjaman:
2. Bunga pinjaman:
3. Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Cara lain
 - b.1 Berapa kali cicil?
 - b.2 Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?
4. Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada
 - a.1 Kapan batas pengembaliannya?
 - a.2 Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan?

6. Pewiwilan Ringan

Pewiwilan			Ke-1	Ke-2	Ke-3
Dimensi					
Waktu (Bulan)					
Cara					
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki				
	Perempuan				
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Laki-laki	Dalam Keluarga			
		Luar Keluarga			
	Perempuan	Dalam Keluarga			
		Luar Keluarga			
Biaya	Jumlah (Rp)				
	Asal Biaya	Milik Sendiri			
		Pinjam*)			

Keterangan:

*) Biaya Pinjaman

1. Siapa pemberi Pinjaman:
2. Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Bentuk lain

- b.1 Berapa kali cicil?
 b.2 Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?
3. Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada
 a.1 Kapan batas pengembaliannya?
 a.2 Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan?
4. Bagaimana bentuk pengembaliannya?
 a. Uang b. Bentuk lain (sebutkan)
5. Bagaimana cara pengembaliannya?
 a. Cash b. cicil
 b.1 berapa kali cicil
6. Waktu batas pengembaliannya: a. Ada b. tidak ada
 a.1 Kapan waktunya?
 a.2 Jika terlambat, apa sanksinya?

7. Penyiangan

Penyiangan			Ke-1	Ke-2	Ke-3
Dimensi					
Waktu (Bulan)					
Cara	Mekanik				
	Biologi				
	Kimia				
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki				
	Perempuan				
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Laki-laki	Dalam Keluarga			
		Luar Keluarga			
	Perempuan	Dalam Keluarga			
		Luar Keluarga			
Kebutuhan Biaya bahan penyiangan (Rp)	Mekanik				
	Biologi				
	Kimia				
Biaya	Jumlah (Rp)				
	Asal Biaya	Milik Sendiri			

		Pinjam^{*)}		
--	--	----------------------------	--	--

Keterangan:

^{*)} Biaya Pinjaman

1. Siapa pemberi Pinjaman:
2. Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Bentuk lain
 - b.1 Berapa kali cicil?
 - b.2 Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?
3. Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada
 - a.1 Kapan batas pengembaliannya?
 - a.2 Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan?
4. Bagaimana bentuk pengembaliannya?
 - a. Uang b. Bentuk lain (sebutkan)
5. Bagaimana cara pengembaliannya?
 - a. Cash b. cicil
 - b.1 berapa kali cicil
6. Waktu batas pengembaliannya: a. Ada b. tidak ada
 - a.1 Kapan waktunya?
 - a.2 Jika terlambat, apa sanksinya?

8. Pengendalian Hama dan Penyakit Tanaman

1. Bagaimana pengendalian hama dan penyakit tanaman kopi yang dilakukan saudara?
 - a. Mekanik b. fisik c. biologi d. pestisida

a. Pengendalian Mekanik

Pengendalian OPT		Ke-1	Ke-2	Ke-3
Alat/Bahan ^{*)}				
Cara pengendalian				
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki			
	Perempuan			
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja	Laki-laki	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
	Perempuan	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		

Total Biaya	Jumlah (Rp)			
	Asal Biaya	Milik Sendiri		
				Pinjam **)

Keterangan:

*) Bagaimana cara perolehan alat/ bahan? a. beli b. sewa

a.1 Berapa harga per unit?

b.1 Disewa dimana?

b.2 Berapa harga sewa?

***) Biaya pinjaman

1. Dari mana asal pinjaman:

2. Bunga pinjaman:

3. Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Cara lain

b.1 Berapa kali cicil?

b.2 Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?

4. Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada

a.1 Kapan batas pengembaliannya?

a.2 Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan?

b. Pengendalian Fisik

Pengendalian OPT		Ke-1	Ke-2	Ke-3
Alat/Bahan*)				
Cara pengendalian				
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki			
	Perempuan			
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja	Laki-laki	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
	Perempuan	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
Total Biaya	Jumlah (Rp)			

	Asal Biaya	Milik Sendiri		
		Pinjam **)		

Keterangan:

*) Bagaimana cara perolehan alat/ bahan? a. beli b. sewa

a.1 Berapa harga per unit?

b.1 Disewa dimana?

b.2 Berapa harga sewa?

***) Biaya pinjaman

1. Dari mana asal pinjaman:

2. Bunga pinjaman:

3. Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Cara lain

b.1 Berapa kali cicil?

b.2 Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?

4. Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada

a.1 Kapan batas pengembaliannya?

a.2 Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan?

c. Pengendalian Biologi

Pengendalian OPT		Ke-1	Ke-2	Ke-3
Alat/Bahan*)				
Cara pengendalian				
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki			
	Perempuan			
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja	Laki-laki	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
	Perempuan	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
Total Biaya	Jumlah (Rp)			
	Asal Biaya	Milik Sendiri		

		Pinjam**)		
--	--	------------------	--	--

Keterangan:

*) Bagaimana cara perolehan alat/ bahan? a. beli b. sewa

a.1 Berapa harga per unit?

b.1 Disewa dimana?

b.2 Berapa harga sewa?

***) Biaya pinjaman

1. Dari mana asal pinjaman:

2. Bunga pinjaman:

3. Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Cara lain

b.1 Berapa kali cicil?

b.2 Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?

4. Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada

a.1 Kapan batas pengembaliannya?

a.2 Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan?

d. Pengendalian dengan pestisida

Pengendalian OPT		Ke-1	Ke-2	Ke-3
Alat/Bahan*)				
Cara pengendalian				
Waktu				
Jumlah	Organik			
	Kimia			
Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki			
	Perempuan			
Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja	Laki-laki	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
	Perempuan	Dalam Keluarga		
		Luar Keluarga		
Total Biaya	Jumlah (Rp)			

	Asal Biaya	Milik Sendiri		
		Pinjam **)		

Keterangan:

*) Bagaimana cara perolehan alat/ bahan? a. beli b. sewa

a.1 Berapa harga per unit?

b.1 Disewa dimana?

b.2 Berapa harga sewa?

***) Biaya pinjaman

1. Dari mana asal pinjaman:

2. Bunga pinjaman:

3. Cara Pengembalian : a. Cash b. Cicil c. Cara lain

b.1 Berapa kali cicil?

b.2 Dalam bentuk apa pengembalian tersebut?

4. Waktu batas pengembalian: a. Ada b. Tidak ada

a.1 Kapan batas pengembaliannya?

a.2 Jika terlambat, bagaimana sanksi yang diberikan?

PANEN

1. Dalam satu tahun, berapa kali bapak melakukan pemanenan buah kopi?

Bulan Jenis Tanaman	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Kopi												

Keterangan:

Beri tanda (√) pada kolom bulan panen tanaman kopi

2. Jumlah Tanaman kopi

	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Kopi												

3. Bagaimana cara bapak melakukan pemanenan buah kopi dan tanaman sela serta tanaman naungan?

Cara Panen	Merah	Kuning	Hijau
Dirontokan			
Dipetik			

Keterangan:

Beri tanda centang (√) sesuai dengan jawaban responden

4. Berapa persen tingkat kematangan buah kopi tersebut pada saat dilakukan pemanenan?

Kematangan Petik ke-	Jumlah (Kg)	Jumlah Merah		Jumlah Kuning		Jumlah Hijau	
		Kg	%	Kg	%	Kg	%
Petik 1							

Petik 2							
Petik 3							
Petik 4							

5. Berapa jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam kegiatan panen kopi?

Kebutuhan Tenaga Kerja (Orang)	Laki-laki	
	Perempuan	
Kegiatan Tenaga Kerja	Laki-laki	
	Perempuan	

6. Berapakah besarnya biaya panen yang dikeluarkan ?

Petik Ke-	Keterangan	Jumlah (Orang)	Biaya
1	Upah Tenaga Kerja		Rp.
	a. Laki-laki		Rp.
	b. Wanita		Rp.
	Transport		Rp.
	Lain-lain		Rp.
	Total		Rp.
2	Upah Tenaga Kerja		Rp.
	a. Laki-laki		Rp.
	b. Wanita		Rp.
	Transport		Rp.
	Lain-lain		Rp.
	Total		Rp.
3	Upah Tenaga Kerja		Rp.
	a. Laki-laki		Rp.
	b. Wanita		Rp.
	Transport		Rp.
	Lain-lain		Rp.
	Total		Rp.
4	Upah Tenaga Kerja		Rp.
	a. Laki-laki		Rp.
	b. Wanita		Rp.
	Transport		Rp.
	Lain-lain		Rp.
	Total		Rp.
Total biaya panen dalam satu tahun			Rp.

7. Darimanakah sumber biaya panen yang digunakan pada saat proses panen dilakukan dalam seluruh plot ?

Sumber	Jumlah	Persentase
Dana pribadi	= Rp.	

Dana Pinjaman	= Rp.	
Dana lain – lain	= Rp.	

8. Jika memakai dana pinjaman dan lain-lain, dapat melanjutkan untuk mengisi pertanyaan dibawah ini, jika tidak bisa dilewati dan mengisi pertanyaan selanjutnya!

Sumber dana pinjaman	
Apa saja syarat untuk peminjaman dana?	
Berapa kali meminjam dana tersebut dalam satu tahun ?	
Berapa lama batas waktu pengembalian dana pinjaman?	
Bagaimana cara pengembalian dana tersebut?	
Adakah bunga pinjaman ? jika ada, berapa persenkah bunganya ?	



PASCA PANEN KOPI

1. Apakah Bapak melakukan penanganan pasca panen kopi?
 - a. iya
 - b. Tidak
2. Apakah Bapak melakukan penyimpanan sebelum melakukan penanganan pasca panen kopi?
 - a. iya
 - b. Tidak
3. Jika jawaban nomor 2 (iya), berapa lama waktu simpan kopi sebelum dilakukan penanganan pasca panen?

Hasil Panen Plot	Waktu (Hari)	Jumlah (Kg)
1		
2		
3		

4. Bagaimana perlakuan kopi yang Bapak lakukan?

Bentuk perlakuan	Cara	Lama perlakuan (Hari)	Alat yang digunakan*)
Basah			
Semi basah			
Kering			

Keterangan:

*) Bagaimana cara mendapatkan alat penanganan pasca panen? a. Beli b. Sewa c. Bentuk lain

a.1. Jika beli, dimana membeli alat penanganan pasca panen:

a.2. Berapa harganya: Rp.

a.3. Bagaimana cara pembayarannya: a. *Cash* b. Cicil

1) Jika cicil, berapa kali cicilannya:

2) Berapa persen bunga cicilannya:

3) Berapa lama jangka waktu cicilannya:

4) Jika terlambat, apa bentuk sanksinya:

b.1 Jika sewa, dimana tempat menyewa alat penanganan pasca panen:...

b.2 Berapa harga: Rp

b.3 Bagaimana cara pembayarannya: a. *Cash* b. Cicil

1) Jika cicil, berapa kali cicilannya:

2) Berapa persen bunga cicilannya:

3) Berapa lama jangka waktu cicilannya:

4) Jika terlambat, apa bentuk sanksinya:

5. Berapa jumlah tenaga kerja laki-laki dan perempuan dalam kegiatan penanganan pasca panen kopi?

Jenis kelamin Tenaga Kerja	Jumlah (Orang)	Kegiatan Tenaga Kerja	Rasio (Jumlah/ Total TK)
Laki-laki			
Perempuan			
Total Tenaga Kerja (TK)			

6. Berapakah besar biaya penanganan pasca panen kopi?

Nama kegiatan	Biaya	Keterangan
Penjemuran		
Sortasi		
.....		

7. Darimana sumber biaya pasca panen yang digunakan?

Sumber	Jumlah	Persentase
Dana pribadi	= Rp.	
Dana Pinjaman	= Rp.	
Dana lain – lain	= Rp.	

8. Jika memakai dana pinjaman dan lain-lain, dapat melanjutkan untuk mengisi pertanyaan dibawah ini, jika tidak bisa dilewati dan mengisi pertanyaan selanjutnya.

Sumber dana pinjaman	
Apa saja syarat untuk peminjaman dana?	
Berapa kali meminjam dana tersebut dalam satu tahun ?	
Berapa lama batas waktu pengembalian dana pinjaman?	
Bagaimana cara pengembalian dana tersebut?	
Adakah bunga pinjaman ? jika ada, berapa persenkah bunganya ?	

❖ PEMASARAN

1. Apakah bapak menjual hasil panen kopi?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Kepada siapa bapak melakukan penjualan kopi hasil panen?

No.		Jumlah Barang	Harga/Kg	Cara Penjualan *)	Lokasi Penjualan	Sistem Pembayaran **)	Keterangan
1.	Tengkulak						
2.	Pedagang besar						
3.	Pengecer						
4.	Toko (Kios)						
5.	Lainnya...						

Keterangan: *) Penjualan dalam bentuk biji atau gelondong?

***) Pembayaran dalam bentuk: a. Cash b. Hutang

b.1 Berapa jangka waktu yang diberikan?

3. Darimana dan bagaimanakah Bapak mendapatkan informasi harga kopi tersebut?

Deskripsi:



4. Sarana transportasi apa yang bapak gunakan untuk penjualan kopi?

No.	Jenis sarana transportasi	Kapasitas (Ton)	Biaya Transportasi
1	Motor		
2	Pick up		
3	Truk Diesel		
4	Truk Fuso		
5	Lainnya		

Lampiran 3. Kuisisioner Lembaga Pemasaran

No. Responden :

Tgl. Wawancara :

**DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN LEMBAGA PEMASARAN
MANAJEMEN RANTAI PASOKAN KOPI**

Nama Toko	
Nama Responden	
RT/RW	
Dusun	
Desa	
Kecamatan	
Kabupaten	
Nomor Tlp/Hp	

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
 FAKULTAS PERTANIAN
 UNIVERSITAS BRAWIJAYA
 MALANG
 2016**

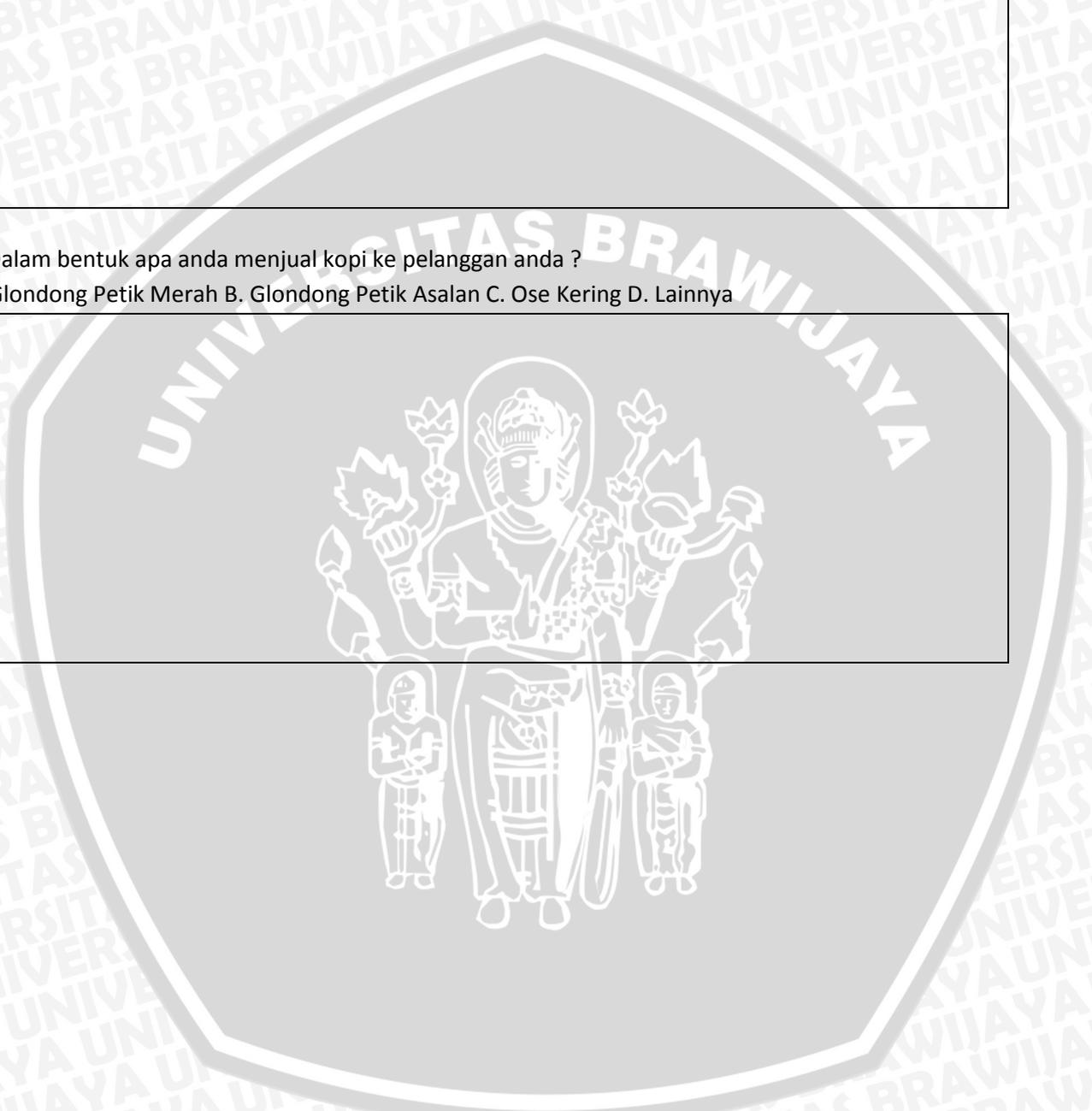
5. Dalam bentuk apa anda menerima kopi dari petani ?

- A. Glondong Petik Merah B. Glondong Petik Asalan C. Ose Kering



6. Dalam bentuk apa anda menjual kopi ke pelanggan anda ?

- A. Glondong Petik Merah B. Glondong Petik Asalan C. Ose Kering D. Lainnya



❖ Kegiatan Penjualan dan Pembelian

7. Bagaimana aktivitas pembelian dan penjualan yang anda lakukan selama setahun yang lalu (2015) ?

Aktivitas	Pembelian												TOTAL
	Bulan												
	Jan	Feb	Mart	Aprl	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nop	Des	
Frekuensi													
Volume/ton													

Aktivitas	Penjualan												TOTAL
	Bulan												
	Jan	Feb	Mart	Aprl	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nop	Des	
Frekuensi													
Volume/ton													

8. Perkembangan Harga Komoditas

Komoditas	Pembelian											
	Bulan											
	Jan	Feb	Mart	Aprl	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nop	Des
KOPI												

Komoditas	Penjualan											
	Bulan											
	Jan	Feb	Mart	Aprl	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nop	Des
KOPI												

❖ Pemasaran
9. Biaya Pemasaran

Fungsi Pemasaran	Kegiatan	Volume	Harga/Biaya (Rp/kg/kwt*)	
			Total	Persatuan
A. Fs. Pertukaran	Pembelian ^{a)}			
	Penjualan ^{a)}			
B. Fs. Fisik	Transportasi:			
	a. Tk. Kec.			
	b. Tk. Kab.			
	c. antar Prop. di Jawa			
	d. antar Pulau			
	Perubahan bentuk ^{b)}			
	Pengemasan			
C. Fs Fasilitas	Penyimpanan			
	Grading/standarisasi			
	Resiko susut, busuk dan rusak			
	Biaya sortasi			
	Bunga Modal			
	Pencarian informasi pasar (biaya telp/internet)			

10. Biaya Konversi

Berapa penyusutan yang bapak terima akibat dari proses yang bapak lakukan pada kopi ?

Komoditas	Bentuk		Nilai konversi (%)	Biaya konversi (Rp/kg/kwt*)
	Asal	Baru		
Kopi				

❖ Informasi Harga

11. Darimana dan bagaimanakah Bapak mendapatkan informasi harga jual dan harga beli kopi tersebut?

Deskripsi:



❖ Sarana Transportasi

12. Sarana transportasi apa yang bapak gunakan untuk penjualan kopi?

No.	Jenis sarana transportasi	Status Kepemilikan	Kapasitas (Ton)	Biaya Transportasi
1	Motor			
2	Pick up			
3	Truk Diesel			
4	Truk Fuso			
5	Lainnya			

❖ Bentuk Pinjaman Kepada Petani

13. Apakah saudara memberikan pinjaman kepada petani ? A. YA B. TIDAK

14. Jika “YA” dalam bentuk apa pinjaman yang saudara berikan ?

A.Uang B. Pupuk C. Lainnya

Deskripsi :



15. Bagaimana Cara pengembalian petani ?

A.Uang B. Kopi C. Lainnya

Deskripsi :

16. Apakah saudara memberikan bunga dalam pinjaman yang diberikan kepada petani ?

Jika ada berapa persen ?

Deskripsi

17. Apakah ada syarat untuk peminjaman yang dilakukan petani ?

Deskripsi

