

**ANALISIS RANTAI PASOK HULU KOPI DI KECAMATAN
ULU BELU KABUPATEN TANGGAMUS
PROVINSI LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

RINA TRESYA MANULLANG



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE UPSTREAM COFFEE SUPPLY CHAIN IN ULU BELU SUBDISTRICT OF TANGGAMUS DISTRICT LAMPUNG PROVINCE

By

Rina Tresya Manullang

This study aimed to analyze the upstream coffee supply chain in Ulu Belu District, Tanggamus Regency, Lampung Province. This research was conducted in Ngarib Village and Gunung Sari Village in October 2020. The research respondents were farmers and marketing institutions. The results showed that there were two supply chains for non-certified farmers, firstly non-certified farmers-village collector traders-wholesalers-coffee processing companies; and secondly non-certified farmers-wholesalers-coffee processing companies. The coffee supply chain for certified farmers is certified farmers-traders associated with the Joint Business Group (KUB)-KUB-coffee processing companies. The selling price for certified coffee farmers was IDR 19,900/kg and this for non-certified coffee farmers is IDR 19,000/kg. This price difference was IDR 900/kg. The coffee supply chain for certified farmers is more efficient than the supply chain for non-certified farmers because the price at the farm level was higher and the marketing margin and profit margin were smaller.

Keywords: coffee, supply chain, efficiency

ABSTRAK

ANALISIS RANTAI PASOK HULU KOPI DI KECAMATAN ULU BELU KABUPATEN TANGGAMUS PROVINSI LAMPUNG

Oleh

Rina Tresya Manullang

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai pasok hulu kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung. Penelitian ini dilakukan di Desa Ngarib dan Desa Gunung Sari pada Oktober 2020. Responden penelitian adalah petani dan lembaga pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua rantai pasok untuk petani yang non-sertifikasi, yaitu petani nonsertifikat-pedagang pengumpul desa-pedagang besar-perusahaan pengolah kopi dan petani nonsertifikat-pedagang besar-perusahaan pengolah kopi. Rantai pasok kopi untuk petani yang bersertifikasi yaitu petani bersertifikat-pedagang pengumpul binaan Kelompok Usaha Bersama (KUB)-KUB-perusahaan pengolah kopi. Harga jual kopi petani yang bersertifikasi adalah Rp19.900/kg dan harga ini pada petani kopi yang non-sertifikasi sebesar Rp19.000/kg. Selisih harga ini yaitu sebesar Rp900/kg. Rantai pasok kopi untuk petani bersertifikat lebih efisien dibandingkan dengan rantai pasok untuk petani nonsertifikat karena harga di tingkat petani lebih tinggi dan nilai margin pemasaran dan profit marginnya lebih kecil.

Kata kunci : kopi, rantai pasok, efisiensi

**ANALISIS RANTAI PASOK HULU KOPI DI KECAMATAN
ULU BELU KABUPATEN TANGGAMUS
PROVINSI LAMPUNG**

Oleh

RINA TRESYA MANULLANG

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN

Pada

Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

Judul Skripsi

**ANALISIS RANTAI PASOK HULU KOPI DI
KECAMATAN ULU BELU KABUPATEN
TANGGAMUS PROVINSI LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

Rina Tresya Manullang

No. Pokok Mahasiswa

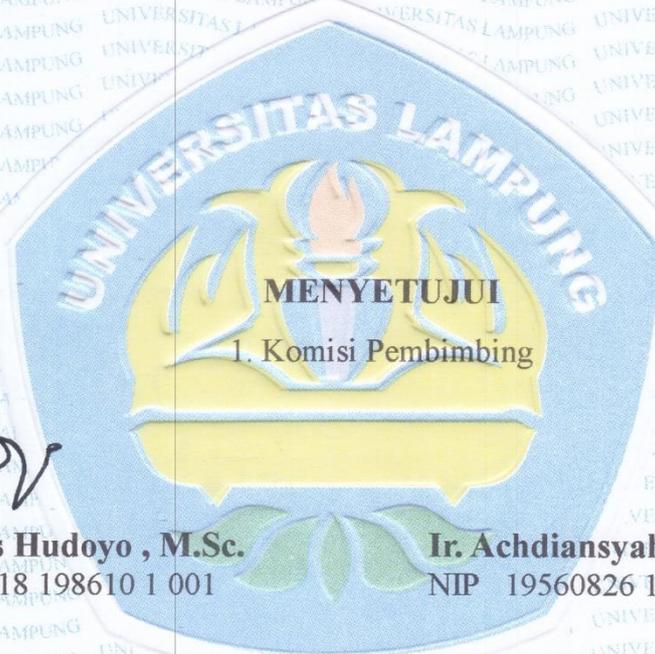
1614131059

Jurusan

Agribisnis

Fakultas

Pertanian



Agus Hudoyo

Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc.
NIP 19600818 198610 1 001

Achdiansyah Soelaiman

Ir. Achdiansyah Soelaiman, M.P.
NIP 19560826 198603 1 001

2. Ketua Jurusan Agribisnis

Teguh Endaryanto

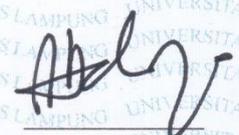
Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

1. **Tim Penguji**

Ketua

Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc.



Sekretaris

Ir. Achdiansyah Soelaiman, M.P.



Penguji

Bukan Pembimbing

Dr. Ir. Raden Hanung Ismono, M.P.



2. **Dekan Fakultas Pertanian**



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.

NIP. 19611020 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 31 Mei 2021

PENYATAAN SKRIPSI MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Rina Tresya Manullang**
Nomo Pokok Mahasiswa : **1614131059**
Jurusan : **Agribisnis**
Judul : **Analisis Rantai Pasok Hulu Kopi di Kecamatan
Ulu Belu Kabupaten Tanggamus Provinsi
Lampung**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini hasil pekerjaan saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang telah dipublikasikan atau ditulis orang lain atau telah dipergunakan dan diterima sebagai persyaratan penyelesaian studi pada univesitas atau institute lain.

Bandar Lampung, Agustus 2021
Yang Menyatakan,



Rina Tresya Manullang
1614131059

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Medan, 23 Maret 1998 dari pasangan Bapak Wenny Manullang dan Ibu Larisma Sibarani. Penulis adalah anak pertama dari dua bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) Xaverius Way Halim pada 2004, Sekolah Dasar (SD) di SD Xaverius Way Halim pada 2010, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Xaverius Way Halim pada 2013, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 15 Bandar Lampung pada 2016. Penulis melanjutkan pendidikannya di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada 2016 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Selama di bangku kuliah, penulis aktif dalam organisasi internal kampus yaitu Himpunan Mahasiswa Agribisni (HIMAEPERTA) dan UKM Katolik serta organisasi eksternal kampus yaitu Perhimpunan Mahasiswa Katolik Republik Indonesia (PMKRI) Cabang B.Lampung. Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*homestay*) pada 2016 selama 7 hari di Desa Cintamulya, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lampung Selatan. Penulis juga melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) 2019 selama 40 hari di Desa Bengkulu Jaya, Kecamatan Gunung Labuhan, Kabupaten Way Kanan. Selanjutnya, penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) pada 2019 selama 30 hari efektif kerja di Kelompok Usaha Mekar Tani Jaya, Kecamatan Lembang, Kabupaten Jawa Barat.

SANWACANA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Rantai Pasok Hulu Kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus”. Dalam penyelesaian skripsi banyak pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasihat, serta saran-saran yang membangun. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si, selaku Ketua Jurusan Agribisnis atas bimbingan, masukan, dan nasihat yang telah diberikan.
3. Dr. Ir. Agus Hudoyo, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Pertama Skripsi atas kesediaan dalam membimbing, ketulusan hati, kesabaran, pemberian semangat, arahan, saran, ilmu, dan nasihat selama proses penyelesaian skripsi.
4. Ir. Achdiansyah Sulaiman, M.P., selaku Dosen Pembimbing Kedua Skripsi atas kesediaan dalam membimbing, ketulusan hati, kesabaran, pemberian semangat, arahan, saran, ilmu, dan nasihat selama proses penyelesaian skripsi.
5. Dr. Ir. Raden Hanung Ismono, M.P., selaku Dosen Pembahas yang telah memberikan ilmu, saran, dan arahan dalam penyempurnaan skripsi.
6. Yuliana Saleh, S.P., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan arahan, saran, dan memotivasi selama menjadi mahasiswa agribisnis.
7. Teruntuk orangtua ku tersayang, Bapak Wenny Manullang (Almarhum) dan Ibu Larisma Sibarani, dan adikku Niya Fesensya Manullang, atas semua limpahan kasih sayang, dukungan, doa, pemberian semangat, motivasi,

nasihat serta bantuan yang telah diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung atas semua ilmu yang bermanfaat, nasihat dan motivasi selama penulis menjadi Mahasiswa Agribisnis Universitas Lampung.
9. Seluruh Karyawan Jurusan Agribisnis, Mba Iin, Mba Vanes, Mba Tunjung, Mas Boim, Mas Bukhori, dan Mas Ponco atas bantuan dan kerja sama yang telah diberikan.
10. Saudara seopung Abang Rikki Samuel Manullang, dan Nisa Manullang, atas bantuan dana, dukungan, dan doa.
11. Saudara seperbimbingan skripsi, Tri Tarsita A, Jenesya Afgiani Reza, Wulan Kharizza Prina, Hasna Ega, Siti Maharani, Ismi Aztri atas kebersamaan, masukan, bantuan dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi.
12. Teman sepermainan Hotda Damanik, Nita, Rika, Nia, Pulan, Puput, Deciw, Neli, Ragil dan Putri Larasati atas semangat, dukungan, dan motivasi.
13. Kawan-kawan ku Agnes Manik, Intan Sinaga, Vika Damanik, Rafael Manurung, Andreas Sihombing, Jones Limbong, Yohanes P Simamora, dan Andre Sinaga, yang telah memberikan motivasi, masukan, semangat, dan referensi dalam hal penyusunan skripsi.
14. Teman-Teman seperjuangan PMKRI Cabang B.Lampung, yang telah mendoakan dan memberi semangat.
15. Teman – Teman agribisnis angkatan 2016 yang tidak dapat disebutkan satu persatu beserta kakak-kakak agribisnis angkatan 2015 dan 2014 serta adik – adik agribisnis angkatan 2017 dan 2018.
16. Pak Malik dan keluarga di Desa Ngarib, Tanggamus yang telah membantu pengumpulan data dan sabar dalam memberikan informasi .
17. Pemilik, Karyawan, dan Staff KUB Mawar Tanggamus yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti di lokasi kedai kopi dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian dan penyelesaian skripsi.
18. Almamater Tercinta dan Seluruh pihak yang telah membantu selama pembuatan dan penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan karunia-Nya dan memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan, akan tetapi penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Bandar Lampung, Agustus 2021
Penulis

Rina Tresya Manullang

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Tanaman Kopi	8
2. Teori Rantai Pasok (<i>Supply Chain</i>)	11
3. Teori Pemasaran	14
B. Kajian Penelitian Terdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran	21
III. METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	24
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	24
C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian	26
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	27
E. Metode Analisis Data	28
1. Analisis Rantai Pasok Hulu	28
2. Analisis Efisiensi Pemasaran	29
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Kabupaten Tanggamus	32
1. Keadaan Geografis dan Iklim Kabupaten Tanggamus	32
2. Keadaan Demografi Kabupaten Tanggamus	33
3. Keadaan Pertanian Kabupaten Tanggamus	33

4. Keadaan Geografis Kecamatan Ulu Belu	34
5. Keadaan Demografi Kecamatan Ulu Belu	34
6. Keadaan Pertanian Kecamatan Ulu Belu.....	35
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Responden Penelitian	37
B. Karakteristik Kopi	37
C. Karakteristik Lembaga Rantai Pasok Hulu Kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus	39
1. Petani Kopi (Produsen).....	39
2. Pedagang Pengumpul	42
3. Pedagang Besar	44
D. Gambaran Rantai Pasok Hulu Kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus	45
1. Aliran Produk	47
2. Aliran Informasi	52
3. Aliran Uang	55
E. Efisiensi Pemasaran Kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus.	64
1. Pangsa Produsen	64
2. Marjin Pemasaran dan <i>Rasio Profit Marjin</i> (RPM).....	65
F. Gambaran Sertifikasi <i>Common Code for The Coffee Community</i> (4C)	68
G. Perbandingan Pendapatan Usahatani Petani Sertifikasi	71
H. Perilaku Petani dalam Penanganan Panen dan Paca Panen Kopi.....	72
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi kopi perkebunan rakyat Indonesia	4
2. Produksi kopi robusta di Kabupaten Tanggamus	5
3. Jumlah penduduk dan rasio jenis kelamin menurut desa di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus tahun 2017	35
4. Luas area, produksi dan produktivitas berbagai komoditas di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus tahun 2017	36
5. Sebaran responden petani berdasarkan tingkat pendidikannya di Kecamatan Ulu Belu, tahun 2020	40
6. Sebaran responden petani berdasarkan pengalaman berusahatani di Kecamatan Ulu Belu, tahun 2020	41
7. Sebaran responden petani berdasarkan luas lahan di Kecamatan Ulu Belu, tahun 2020.....	42
8. Sebaran responden pedagang pengumpul berdasarkan pendidikan di Kecamatan Ulu Belu, tahun 2020	43
9. Sebaran responden pedagang pengumpul berdasarkan pengalaman usaha (berdagang) di Kecamatan Ulu Belu, tahun 2020.....	43
10. Sebaran responden pedagang besar berdasarkan pendidikan di Kabupaten Tanggamus, tahun 2020	44
11. Sebaran responden pedagang besar berdasarkan pengalaman usaha (berdagang) di Kabupaten Tanggamus, tahun 2020	45
12. Marjin pemasaran kopi di lokasi penelitian pada saluran 1 , tahun 2020.	66
13. Identitas petani responden penelitian, tahun 2020	81
14. Identitas pedagang pengumpul tingkat desa responden penelitian, tahun 2020.....	87

15. Identitas pedagang besar (pedagang tingkat kecamatan) responden penelitian, tahun 2020	88
16. Volume jual, tujuan penjualan dan harga jual kopi oleh petani, tahun 2020...	89
17. Volume jual, tujuan penjualan dan harga jual kopi oleh pedagang pengumpul tingkat desa, tahun 2020.....	92
18. Volume jual, tujuan penjualan dan harga jual kopi oleh pedagang besar (pedagang tingkat kecamatan), tahun 2020.....	93
19. Volume jual, harga jual dan biaya pemasaran kopi oleh petani responden saluran 1, tahun 2020	94
20. Volume jual, harga jual dan biaya pemasaran kopi oleh pedagang pengumpul desa responden saluran 1, tahun 2020.....	101
21. Volume jual, harga jual dan biaya pemasaran kopi oleh pedagang besar (pedagang tingkat kecamatan) responden saluran 1, tahun 2020.....	107
22. Volume jual, harga jual dan biaya pemasaran kopi oleh petani responden saluran 2, tahun 2020	115
23. Volume jual, harga jual dan biaya pemasaran kopi oleh pedagang besar (pedagang tingkat kecamatan) responden saluran 2, tahun 2020.....	116
24. Kajian penelitian terdahulu	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Diagram alir penelitian “Analisis Rantai Pasok Hulu Kopi di Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus, 2020”	23
2. Peta lokasi penelitian Kecamatan Ulu Belu	34
3. Alur pemasaran kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus.....	46
4. Aliran produk Rantai Pasok Hulu Kopi di Kecamatan Ulu Belu, 2020.....	48
5. Aliran informasi rantai pasok hulu kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus, tahun 2020.	53
6. Aliran uang rantai pasok hulu kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus, tahun 2020	56

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu produk perkebunan Indonesia. Tanaman kopi tercatat masuk ke Indonesia pada 1696 yang dibawa oleh bangsa Belanda dan mulai dibudidayakan. Produksi kopi Indonesia dihasilkan dari perkebunan pemerintah, perkebunan swasta dan perkebunan rakyat. Perkebunan kopi Indonesia mulai berkembang sejak pasca kemerdekaan hingga sekarang.

Produksi kopi Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistika pada 2017 mencapai 667 ribu ton yang diusahakan pada lahan seluas 1,25 juta hektar. Dari keseluruhan produksi tercatat 96% kopi dihasilkan dari lahan perkebunan rakyat. Produksi kopi sebanyak 636 ribu ton hasil perkebunan rakyat dikerjakan oleh 1,77 juta petani pada 2017 menurut data Direktorat Jendral Perkebunan (2018).

Produksi kopi umumnya digunakan untuk pemenuhan konsumsi dalam dan luar negeri. Jumlah kopi yang dikonsumsi dalam negeri pada 2017 sebanyak 177 ribu ton dengan konsumsi perkapita sebesar 1,042 kg/kp/tahun untuk jumlah penduduk 265 juta jiwa. Sisanya kopi Indonesia dijual sampai ke pasar internasional (Kementrian Pertanian, 2019).

Ekspor kopi Indonesia menjangkau lima benua yaitu Asia, Afrika, Australia, Amerika, dan Eropa. Nilai ekspor kopi yang tinggi menjadikan kopi Indonesia mempunyai potensi besar dalam bersaing di pasar luar negeri. Pada 2017 tercatat lebih dari 50% produksi kopi Indonesia dijual untuk pasar internasional. Besar ekspor kopi Indonesia mencapai 468 ribu ton, nilai yang dihasilkan sebanyak US\$1,19 milyar. Dari nilai ekspor tersebut, kopi

berkontribusi sebanyak 32% dari nilai total ekspor pertanian. Nilai total ekspor pertanian pada 2017 sebesar US\$3,67 milyar (BPS, 2017).

Nilai ekspor kopi yang tinggi tidak terlepas dari produksi kopi yang dihasilkan dari perkebunan rakyat. Perkebunan kopi Indonesia yang menjadi sentra produksi identik dengan petani kecil dan dibudidayakan secara tradisional. Perkebunan kopi rakyat berada di pelosok daerah Indonesia.

Kopi yang asalnya dari pelosok daerah ketikan di ekspor tentu memerlukan proses penyampaian dari petani hingga ke pasar. Alur perpindahan produk dari tangan petani produsen sampai ke tangan konsumen akhir disebut pemasaran. Pemasaran merupakan hal yang penting setelah selesainya proses produksi karena tujuan akhir dari berusahatani adalah memasarkan hasil produksi dengan harga setinggi-tingginya agar dapat meningkatkan pendapatan. Apabila pemasaran tidak lancar dan tidak memberikan harga yang layak bagi petani maka kondisi ini mempengaruhi motivasi petani untuk merawat tanaman. Akibatnya penawaran menurun sehingga harga akan naik. Setelah harga naik, petani menjadi termotivasi untuk merawat tanaman dengan baik. Hasilnya penawaran meningkat dan harga akan jatuh kembali (dengan asumsi *ceteris paribus*) (Daniel, 2004).

Kegiatan menyalurkan produk ke konsumen akan membentuk hubungan antar pelaku yang terlibat. Pelaku yang terlibat dapat disebut lembaga kemitraan. Lembaga kemitraan fungsinya memenuhi permintaan pasar dan menguntungkan pelaku usaha. Kelembagaan akan membentuk rantai atau jaringan dalam proses mekanisme pasar. Rantai atau jaringan yang terbentuk sering juga disebut *supply chain* (rantai pasok).

Rantai pasok merupakan kegiatan berjalannya produk dari produsen ke konsumen akhir. Pada kegiatan tersebut terdapat 3 aliran yang berjalan seiring terjadinya penjualan produk. Yang pertama aliran produk yang berjalan dari hulu ke hilir, kemudian aliran uang yang berjalan dari hilir ke hulu, dan terakhir adalah aliran informasi. dari hulu ke hilir atau hilir ke hulu.

Salah satu kendala aliran kopi di Kecamatan Ulu Belu adalah saluran pemasaran yang panjang melibatkan banyak lembaga pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran, harga di tingkat konsumen akan semakin tinggi, sehingga keuntungan dari tingginya harga tidak dinikmati petani melainkan pedagang perantara. Oleh sebab itu dikhawatirkan perbedaan margin pemasaran yang tinggi akan merugikan petani sebagai produsen. Salah satu cara memasarkan kopi secara efisien adalah dengan mengurangi margin pemasarannya. Lembaga pemasaran berperan pemenuhan permintaan kopi. Permintaan kopi akan bergantung pada ketersediaan bahan baku. Ketersediaan bahan baku kopi terletak pada hulu rantai pasok yaitu petani. Rantai pasok akan berjalan lancar apabila adanya kepastian jumlah ketersediaan bahan baku. Ketersediaan pasokan kopi akan mempengaruhi permintaan pada pemasaran. Dengan demikian perlu dilakukan penelitian mengenai analisis rantai pasok hulu kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung.

B. Rumusan Masalah

Provinsi Lampung terkenal dengan kopinya yang berkualitas baik. Budidaya kopi Lampung dimulai sejak 1841. Kopi Lampung adalah kopi dengan varietas robusta. Robusta Lampung adalah salah satu robusta unggul Indonesia yang dipasarkan hingga mancanegara. Karakter kopi robusta Lampung adalah rasa asam dan pahit yang kuat. Kopi robusta ini membawa Lampung menjadi sentra komoditas kopi setelah Sumatera Selatan. Hal ini dapat didukung dari besar produksi kopi Lampung yang mencapai 110 ribu ton pada 2017 yang diusahakan oleh petani di perkebunan rakyat.

Tabel 1. Produksi kopi perkebunan rakyat Indonesia

No	Provinsi	Produksi 2016	Produksi 2017
1	Sumatera Selatan	110.386	110.481
2	Lampung	110.354	110.368
3	Sumatera Utara	60.177	59.135
4	Bengkulu	56.817	56.501
5	Aceh	47.378	46.828
6	Sumatera Barat	33.607	33.616
7	Prov. Lainnya	183.443	181.485

Sumber : Kementerian Pertanian, 2017

Data produksi tersebut menggambarkan produksi kopi Lampung dalam katagori tinggi. Jenis kopi yang banyak dibudidayakan di provinsi Lampung adalah kopi jenis robusta.

Nilai produksi kopi lampung yang tinggi dihasilkan dari perkebunan di daerah kabupaten. Kabupaten Tanggamus merupakan salah satu sentra produksi kopi robusta di Provinsi Lampung, karena memiliki luas areal sebesar 43,8 ribu hektar dan produksi kopi yang mencapaia tersebut menjadikan Tanggamus diposisi kedua sebagai sentra produksi kopi setelah Kabupaten Lampung Barat yang mampu memproduksi kopi sebesar 52,5 ribu ton (Lampung Dalam Angka, 2015).

Kopi yang baik dan bekhasiat adalah kopi dengan kualitas terbaik yang dipetik merah matang pada batang pohonnya. Kopi robusta Lampung disukai oleh para pelaku usaha, mulai dari kedai kopi hingga pecinta kopi diluar daerah.

Secara umum kopi robusta Tanggamus memiliki bentuk yang tinggi, *acidity* rendah dan dengan karakter yang *earthy* dan *nutty*. Harga kopi robusta Tanggamus juga lebih terjangkau dibandingkan kopi arabika. Potensi pasar kopi robusta Tanggamus cukup cerah dan pangsa pasarnya sangat terbuka hingga mancanegara. Produksi daerah yang cukup tinggi mendorong bisnis kopi berkembang di era modern. Para pelaku bisnis saling bersaing dengan produk olahan yang dihasilka

Tabel 2. Produksi kopi robusta di Kabupaten Tanggamus

No	Nama Kecamatan	Produksi (Ton)
1	Wonosobo	2.216
2	Semaka	2.210
3	Bandar Negeri Semuong	736
4	Kota Agung	275
5	Pematang Sawa	710
6	Kota Agung Barat	195
7	Kota Agung Tmur	365
8	Pulau Panggung	385
9	Ulu Belu	10.288
10	Air Nanningan	1.062
11	Talang Padang	2.690
12	Sumberejo	3.258
13	Gisting	1.143
14	Gunung Alip	1.065
15	Pugung	328
16	Bulok	680
17	Cukuh Balak	1.344
18	Kelumbayat	539
19	Limau	1.320
20	Kelumbayan Barat	537
Tanggamus		31.346

Sumber : Tanggamus Dalam Angka, 2018

Kecamatan Ulu Belu merupakan salah satu sentra produksi kopi di Kabupaten Tanggamus. Produksi kopi Kecamatan Ulu Belu pada 2017 sebesar 10 ribu ton diusahakan pada lahan seluas 10,7 ribu hektar. Kecamatan Ulu Belu dipilih menjadi daerah penelitian dengan sengaja (*purposive*) karena merupakan daerah penghasil kopi terbanyak (Tanggamus dalam angka, 2018).

Kecamatan Ulu Belu juga pernah menjadi desa binaan PT. Nestle Indonesia yang telah membangun kemitraan strategis dengan petani kopi di Tanggamus sejak 1994 namun berhenti pada 2018. Kemitraan yang terjalin telah memperoleh standar yang disusun oleh *4C Association* yang mencakup aspek pertanian kopi yang berkelanjutan.

Produksi kopi yang dihasilkan petani dijual kepada pedagang pengumpul ataupun lembaga pemasaran lainnya. Penjualan kopi di masa panen mengakibatkan meningkatnya jumlah produk di tingkat pedangan pengumpul

atau pun pedagang besar hal ini bisa membuat harga kopi menjadi turun, apalagi tidak adanya pengolahan setelah biji dipanen.

Penyaluran produk dari petani hingga ke pasar melibatkan lembaga pemasaran. Lembaga-lembaga ini akan menjalankan fungsi pemasarannya. Produk yang dihasilkan petani sebagai produsen bentuknya adalah bahan baku. Proses penyaluran produk dari produsen hingga konsumen akan membentuk sebuah rantai pasok. Kegiatan rantai pasok ini tidak terlepas dari mata rantai atau lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya. Dampak dari kegiatan dalam rantai pasok adalah adanya penambahan nilai pada produk kopi.

Rantai pasok akan berjalan lancar, apabila adanya kepastian jumlah pasokan bahan baku dan kepastian jumlah permintaan kopi. Akan tetapi, permintaan kopi yang tidak menentu dikarenakan faktor pasar dan konsumen akan berdampak pada ketersediaan bahan di hulu rantai pasok di tingkat kabupaten. Perlu usaha untuk mengatasi ketidakpastian penyediaan bahan baku dan jumlah produk kopi yang akan dipasarkan.

Masalah yang kerap terjadi adalah perbedaan harga di tingkat petani dan tingkat lembaga pemasaran (tengkulak, pengepul, dan pedagang besar). Kondisi ini terjadi disebabkan karena lembaga pemasaran melakukan fungsi pemasaran, sehingga semakin besar biaya pemasaran dapat mempengaruhi penjualan dalam sistem pemasaran. Keadaan ini menyebabkan penerimaan yang dihasilkan tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Untuk mengetahui aliran produk mana yang dianggap baik, dapat diketahui dengan cara menghitung margin pemasaran barang pada setiap masing masing aliran produk, sehingga untuk meningkatkan pemasaran petani kopi dapat dicapai apabila penyebab tingginya margin pemasaran dapat diketahui. Dengan demikian penting untuk menganalisis rantai pasok di hulu dan pemasaran kopi di Kecamatan Ulu Belu. Berdasarkan uraian maka dapat diidentifikasi permasalahan kopi di tingkat hulu di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus sebagai berikut:

1. Bagaimana rantai pasok hulu kopi?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran kopi ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis rantai pasok hulu kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus.
2. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus .

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, antara lain bagi :

1. Pemerintah daerah, sebagai bahan pertimbangan, masukan atau saran membuat rencana jangka panjang yang terkait dengan rantai pasok hulu.
2. Akademisi, sebagai bahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan rantai pasok.
3. Peneliti, sebagai tambahan ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam penerapan ilmu yang telah diperoleh.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Tanaman Kopi

a. Klasifikasi Kopi

Kopi dibudidayakan di Indonesia, secara umum ada tiga jenis, yaitu arabika, robusta, dan liberika. Akan tetapi, spesies tanaman kopi di dunia jumlahnya mencapai ratusan. Dari berbagai spesies tersebut, ada yang dapat dikawin silangkan untuk menghasilkan varietas baru.

Menurut Tim Karya Tani Mandiri (2018), Nama ilmiah untuk tanaman kopi adalah *Coffea sp.* Adapun taksonomi lengkapnya adalah sebagai berikut.

Kingdom	: Plantae
Sub-Kingdom	: Angiospermae
Kelas	: Dicotyledoneae
Subkelas	: Sympetalae atau Metachlamydeae
Ordo	: Rubiales
Famili	: Rubiaceae
Genus	: Coffea
Sub-genus	: Eucoffea
Species	: <i>Coffea arabica L</i> (kopi arabika) <i>Coffea canephora</i> (kopi robusta) <i>Coffea liberica</i> (kopi liberika) dan lain-lain.

b. Jenis- Jenis Kopi

Ada empat jenis kopi yang dikenal, yaitu kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika, dan kopi ekselsa. Kelompok kopi yang dikenal memiliki nilai ekonomis dan diperdagangkan secara komersial, yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Sementara itu, kelompok kopi liberika dan kopi ekselsa kurang ekonomis dan kurang komersial.

Kopi arabika dan kopi robusta memasok sebagian besar perdagangan kopi dunia. Jenis kopi arabika memiliki kualitas citra rasa yang tinggi dan kadar kafein lebih rendah dibandingkan dengan robusta sehingga rasanya lebih mahal. Kualitas citra rasa kopi robusta dibawah kopi arabika, tetapi kopi robusta tahan terhadap penyakit karat daun. Oleh karena itu, luas areal pertanaman kopi robusta di Indonesia lebih besar dari pada luas areal pertanaman arabika sehingga produksi kopi robusta lebih banyak. Areal pertanaman kopi arabika terbatas pada lahan dataran tinggi di atas 1.000 m dari permukaan laut agar tidak terserang karat daun kopi

Kopi liberika dan kopi ekselsa dikenal kurang ekonomis dan komersial karena memiliki banyak variasi bentuk dan ukuran biji serta kualitas citra rasanya. Kegiatan seleksi terhadap jenis kopi liberika masih mungkin dilakukan untuk membuktikan nilai ekonomis dan komersial agar dikenal masyarakat luas.

Pohon kopi liberika tumbuh sangat subur di daerah berkelembapan tinggi dan panas. Di daerah tersebut, tanaman kopi arabika tidak dapat tumbuh dengan baik serta sangat menderita akibat serangan penyakit dan hama. Sementara itu, kopi ekselsa umumnya ditanam dengan tingkat perawatan sederhana dan tanpa dipangkas (Pudji Rahardjo, 2017).

c. **Budidaya Kopi**

Budidaya kopi menurut Pudji Rahardjo (2017) adalah sebagai berikut :

1) **Persiapan Lahan**

Persiapan lahan untuk kebun kopi dilakukan dengan cara membersihkan lahan dari semak-semak, terutama jalur/baris tanaman kopi. Pesiapan lainnya berupa penanaman tanaman penaung kopi, baik penaung tetap maupun penaung sementara. Tahap selanjutnya adalah pembuatan lubang tanam. Ukuran lubang tanam kopi 40 cm x 40 cm x 40 cm sampai dengan 60 cm x 60 cm x 60 cm. Umumnya lubang tanam ditambahkan bahan organik (pupuk kandang, kompos kulit kopi, atau lainnya) sebanyak 10-20 kg/lubang.

2) **Persiapan Bibit**

Bibit kopi yang dipersiapkan akan ditanam terdiri atas semaian, setek, dan sambungan. Bibit semaian memerlukan waktu persiapan yang lebih pendek daripada bibit sambungan. Kebutuhan waktu persiapan masing-masing bibit kopi diperlukan dalam menyusun jadwal penanaman bibit kopi di kebun.

3) **Penanaman Tanaman Kopi**

Bibit kopi yang telah siap tanam diangkut dari tempat pembibitan secara hati-hati agar tidak rusak. Saat penanaman, akar tunggang yang terlalu panjang dipotong sesuai ukuran lubang tanam. Umumnya jarak tanam kopi robusta 2,5 m x 2,5 m. Dalam 1 ha jumlah tanaman (populasi) kopi robusta adalah 1.600 pohon. Sementara itu, jarak tanam kopi arabika adalah 2 m x 2 m sehingga jumlah tanaman (populasi) adalah 2.500 pohon dalam 1 ha.

4) **Pemeliharaan**

Kegiatan pemeliharaan berupa pemangkasan, pemupukan, dan pengendalian hama dan penyakit tanaman. Pemangkasan dilakukan agar tanaman kopi tumbuh sehat dan produktif.

Pemupukan bertujuan untuk menyediakan unsur-unsur hara yang dibutuhkan tanaman kopi. Pengendalian hama umumnya pada hama penggerek, kutu putih, kutu coklat, dan nematoda parasit. Penyakit utama yang menyerang tanaman kopi meliputi penyakit karat daun, bercak daun cercospora, jamur upas, busuk buah dan cabang, jamur akar coklat, dan penyakit rebah batang bibit kopi.

5) Panen

Waktu panen kopi robusta biasanya sekitar Juli-September, panen untuk kopi arabika sekitar Mei-Juni. Istilah yang biasa dijumpai dalam panen buah kopi yaitu petik bubuk, petik merah, petik lelesan, petik racutan.

6) Pasca Panen

Hasil buah kopi merah atau kopi gelondongan merah dari setiap pemetik ditimbang di tempat pengumpulan hasil (TPH).

Selanjutnya buah kopi diolah, baik secara kering maupun basah, dikupas kulit biji, disortir, dan disimpan.

2. Teori Rantai Pasok (*Supply Chain*)

Rantai pasok adalah suatu tempat untuk sistem organisasi menyalurkan hasil produksinya baik berupa barang maupun jasa kepada para konsumennya, dimana rantai ini merupakan jaringan dari berbagai organisasi terkait yang saling terhubung baik secara langsung maupun tidak langsung dan memiliki tujuan yang sama, yaitu menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang (Indrajit, 2002).

Menurut Pujawan (2005) rantai pasok adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai terakhir. Artinya rantai pasok adalah objek yang merupakan rangkaian proses. Secara umum, rantai pasok terdiri dari tiga tahap yaitu pengadaan, produksi, dan

distribusi. Rantai pasok terdiri dari tiga macam aliran yang harus dikelola, yaitu :

- a. Aliran barang yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Contohnya bahan baku yang dikirim dari pemasok ke pabrik. Setelah produk selesai diproduksi, produk dikirim ke distributor hulu lalu ke pengecer atau ritel. Kemudian ke konsumen akhir.
- b. Aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu.
- c. Aliran informasi yang dapat terjadi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya. Informasi tentang persediaan produk yang masih ada di masing-masing *outlet* penjualan dibutuhkan oleh distributor maupun pabrik. Informasi tentang ketersediaan kapasitas produksi yang dimiliki oleh pemasok juga dibutuhkan oleh pabrik. Informasi tentang status pengiriman bahan baku dibutuhkan oleh perusahaan yang mengirim maupun yang akan menerima.

Menurut Chopra dan Meindl (2004), rantai pasok melibatkan variasi tahapan-tahapan berikut:

- a. Rantai 1 : Pemasok.
Rantai pertama merupakan sumber sebagai penyedia bahan awal dimana mata rantai penyaluran barang dimulai. Bahan pertama ini dapat berupa bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan dagangan, penggabungan, dan sebagainya.
- b. Rantai 2 : Manufaktur.
Rantai pertama dihubungkan dengan rantai kedua, yaitu manufaktur yang memiliki tugas melakukan pekerjaan pabrik merakit dan menyelesaikan barang hingga menjadi produk.
- c. Rantai 3 : Distributor.
Barang yang sudah selesai dipabrikan akan didistribusikan ke gudang atau disalurkan ke gudang milik distributor atau pedagang besar dalam jumlah besar dan pada waktunya nanti pedagang besar menyalurkan dalam jumlah yang lebih kecil kepada *retailer* (pengecer).

d. Rantai 4 : *Retailer*.

Pengecer berfungsi sebagai rantai pasok yang ada diantara distributor yang pada umumnya pedagang besar ke pedagang kecil (pengecer).

Pengecer berupa gerai seperti toko, warung, *departement store*, koperasi, club stores, dan sebagainya.

e. Rantai 5 : Pelanggan.

Dari distributor, barang ditawarkan langsung kepada pelanggan sebagai pengguna barang tersebut. Saat pelanggan atau konsumen menggunakan produk tersebut maka dapat dikatakan bahwa ini merupakan akhir dari mata rantai.

Manajemen rantai pasok adalah kegiatan transformasi bahan mentah sehingga menjadi produk dalam proses, kemudian menjadi produk jadi dan diteruskan dengan pengiriman kepada konsumen melalui sistem distribusi. Kegiatan yang dilakukan mencakup penetapan, pengangkutan, pembayaran secara tunai atau kredit (proses transfer), *supplier*, distributor, hutang maupun piutang dan pergudangan. Fungsi dari manajemen rantai pasok adalah merencanakan, mengatur, mengkoordinasi dan mengontrol semua aktifitas rantai pasok (Djokopranoto, 2002).

Menurut Russell dan Tylor (2003) manajemen rantai pasok mengatur aliran barang dan jasa, serta informasi yang diteruskan ke pesanan untuk mencapai tingkat keselarasan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Rantai pasok mencakup semua kegiatan yang berhubungan dengan aliran transformasi barang dan/atau jasa dari bahan baku atau bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Tujuan dari rantai pasokan itu sendiri adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan. Rantai pasok mencakup empat proses penting, yaitu memperoleh pesanan pelanggan, memperoleh bahan baku dan komponen pendukung dari pemasok, memproduksi pesanan dan memenuhi pesanan pelanggan.

3. Teori Pemasaran

Menurut Kotler (2001), pemasaran terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) pemasaran yang digunakan untuk menyalurkan produk dan kepemilikannya dari produsen ke konsumen.

Fungsi pemasaran merupakan kegiatan pokok yang harus dilakukan untuk menyelesaikan proses pemasaran. Proses pemasaran meliputi beberapa fungsi yang harus dilaksanakan oleh produsen dan lembaga-lembaga yang terlibat dalam mata rantai pemasaran. Fungsi pemasaran ini harus diakomodasikan oleh produsen dan rantai saluran barang dan jasa, serta lembaga-lembaga lain yang berperan dalam proses pemasaran (Hasyim, 2012).

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran atau perbedaan harga di antara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran atau perbedaan antara jumlah yang dibayar konsumen dan jumlah yang diterima produsen atas produk agribisnis yang diperjual belikan. Perhitungan marjin pemasaran digunakan untuk melihat aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yang mengakibatkan adanya perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen akhir (Sudiyono, 2004).

Hasyim (2012) berpendapat bahwa, yang dimaksud dengan marjin pemasaran secara umum adalah perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran. Dalam bidang pertanian, marjin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan harga pada tingkat usahatani dengan harga di tingkat konsumen akhir atau dengan kata lain perbedaan harga antara dua tingkat pasar.

Secara matematis marjin pemasaran dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi} \text{ atau } m_{ji} = b_{ti} + \pi_i \dots \dots \dots (1)$$

Total margin pemasaran dalam saluran pemasaran tertentu dirumuskan sebagai:

$$M_{ji} = \sum m_{ji} \quad \text{atau} \quad M_{ji} = P_r - P_f \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

- m_{ji} = margin pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- M_{ji} = total margin pada satu saluran pemasaran
- P_{si} = harga jual pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- P_{bi} = harga beli pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- b_{ti} = biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
- π_i = keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
- P_r = harga ditingkat konsumen
- P_f = harga ditingkat produsen
- i = 1,2,3,...,n

Perbedaan antara harga pada tingkat konsumen atau P_f dan harga ditingkat eceran atau konsumen (P_r) dapat mengartikan suatu margin pemasaran. Terdapat 3 metode untuk menghitung margin pemasaran yaitu *Pertama*, dengan memilih dan mengikuti saluran pemasaran dari komoditas spesifik. *Kedua*, membandingkan harga pada berbagai level pemasaran yang berbeda dan *Ketiga*, mengumpulkan data penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang.

Penyebaran margin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (*Ratio Profit Margin/RPM*) pada lembaga pemasaran dengan menggunakan rumus (Azzaino, 1982) :

$$RPM (\%) = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \times 100\% \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan :

- π_i : Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
- b_{ti} : Biaya total lembaga pemasaran tingkat ke-i
- i : 1,2,3,...,n

Azzaino (1982) menyatakan bahwa nilai RPM yang relatif menyebar merata pada berbagai tingkat lembaga pemasaran merupakan cerminan dari pemasaran. Jika selisih RPM antara lembaga pemasaran sama dengan nol, maka sistem pemasaran tersebut dianggap efisien dan jika selisih RPM lembaga pemasaran tidak sama dengan nol, maka sistem pemasaran yang terjadi dianggap tidak efisien.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil-hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapun hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu mengenai pemasaran dan komoditas kopi.

Penelitian yang dilakukan oleh Try Ono (2019) dalam penelitiannya mengenai Pengembangan Manajemen Rantai Pasok Kopi Arabika Kintamani Bali, untuk mengetahui kondisi manajemen rantai pasok kopi Arabika Kintamani yang meliputi struktur, mekanisme, dan kelembagaan rantai pasok dan mengetahui prioritas rekomendasi pengembangan dalam rangka meningkatkan kinerja manajemen rantai pasok kopi Arabika Kintamani. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey dan analisis yang digunakan yaitu Analytical Hierarchy Process (AHP). Hasil penelitian diketahui bahwa Pada struktur rantai pasok terdapat tiga macam aliran yang harus dikelola dalam rantai pasok. Pola rantai pasok kopi Arabika Kintamani, pola I : petani-UPH-*Coffee Shope* – konsumen akhir, pola II : petani-koperasi-konsumen akhir, pola III : petani-pengepul-PT Java Qahwa Indonesia-grosir/*retailer*-konsumen akhir. Mekanisme rantai pasok bersifat tradisional. Kelembagaan rantai pasok kopi Arabika Kintamani termasuk pola perdagangan umum. Hasil analisis dengan metode AHP menunjukkan bahwa kriteria peningkatan nilai tambah, alternatif reliabilitas dan indikator kerja kualitas proses menjadi prioritas yang berperan dalam pengembangan sistem manajemen rantai pasok kopi Arabika Kintamani.

Novita Fitri (2019) menganalisis mengenai Identifikasi dan Analisis Struktur Rantai Pasok Kopi Rakyat Robusta Kecamatan Bangsalsari, Jember, untuk menganalisis struktur rantai pasok kopi Robusta kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember dengan metode analisis yang digunakan yaitu *Focus Group Discussion* (FGD). Analisis yang digunakan untuk data primer yaitu kualitatif dan untuk kuantitatif diperoleh dengan cara wawancara. Hasil dari penelitian ini Aliran produk penelitian ini dibatasi dari pola rantai pasok yang dimulai dari petani hingga aktor eksportir saja. Pola struktur rantai pasok yaitu petani-pedagang pengepul-pedagang besar-eksportir dan lembaga terkait. Aliran uang yang terjadi adalah secara langsung. Aliran informasi kebalikan dari aliran produk yaitu dari eksportir yang memberikan informasi terkait harga dan kualitas sebelum membeli produk melalui tenaga penyuluh.

Khairunnisa (2015) melakukan Analisis Analisis Rantai Pasok dan Nilai Tambah Agroindustri Kopi Luwak di Provinsi Lampung, dengan tujuan mengetahui pola alir rantai pasok pada agroindustri kopi luwak di provinsi Lampung, menghitung efisiensi pemasaran kopi luwak di provinsi Lampung, dan menghitung nilai tambah pada agroindustri kopi luwak di provinsi Lampung. Metode analisis yang digunakan yaitu sensus.

Analisis data digunakan dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini Pihak-pihak yang terkait dalam rantai pasok agroindustri kopi luwak di provinsi Lampung terdiri dari petani kopi, pedagang pengepul, pedagang buah kopi, agroindustri kopi luwak, pedagang besar, pedagang pengecer, eksportir, konsumen akhir. Saluran yang paling efisien adalah saluran I yaitu penyaluran langsung produk kopi luwak kepada konsumen akhir dengan nilai efisiensi pemasaran 31,62%. Rata-rata nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan satu kilogram buah kopi menjadi kopi luwak biji Rp 67.123,95 kemudian kopi luwak biji menjadi kopi luwak bubuk Rp 78.8887,87 dan buah kopi menjadi kopi luwak bubuk Rp 42.666,01. Nilai tersebut menunjukkan bahwa agroindustri kopi luwak tersebut menguntungkan.

Misra Hartati (2016), menganalisis Analisis Risiko Rantai Pasok Lapo Mandailing Kopi dengan Pendekatan Sistem Traceability, untuk mengetahui Mengidentifikasi terjadinya risiko dalam rantai pasok Lapo Mandailing Kopi. Metode yang digunakan adalah sistem *traceability* (penelusuran). Analisis yang digunakan adalah analisis risiko. Didapat hasil Hasil identifikasi berdasarkan pendekatan sistem *traceability* yaitu terdapat total 29 kejadian risiko (*risk event*) yang ada pada rantai pasok Lapo Mandailing Kopi. Keseluruhan kejadian risiko diketahui berdasarkan pemetaan semua aktivitas ke dalam 5 elemen *scor*.

Berdasarkan hasil identifikasi terdapat kejadian risiko (*risk event*) didapat total 24 penyebab risiko (*risk agen*) dan sesuai dengan konsep 80:20 diagram pareto maka terdapat 16 penyebab risiko yang menjadi prioritas untuk dilakukan penanganan.

Andi Resky (2019), melakukan Performa Rantai Pasok (*Supply Chain*) Kopi Arabika (*Coffea Arabica*) di Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto, untuk mendeskripsikan *supply chain* kopi arabika dan menganalisis efisiensi *supply chain* kopi arabika di kecamatan Rumbia kabupaten Jeneponto. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey. Analisis yang digunakan yaitu analisis margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran. Hasil yang didapat Aliran informasi pada performa rantai pasok (*supply chain*) kopi arabika mulai dari agroindustri ke pedagang besar ke pedagang pengepul sampai kepada petani. Aliran produk mulai dari petani ke pedagang pengepul ke pedagang besar ke agroindustri. Aliran uang dilakukan menggunakan 2 sistem pembayaran yaitu secara langsung dan secara transfer. Efisiensi pemasaran kopi arabika untuk pedangan pengepul tidak efisien, sedangkan pedagang besar sudah efisien.

Figri Rirahman (2019) melakukan penelitian dengan judul Analisis Rantai Pasok (*Supply Chain*) dari Peningkatan Nilai Tambah Pada Agroindustri Kopi, dengan tujuan mengkaji beberapa hal terkait kondisi rantai pasok kopi diantaranya aliran produk, aliran informasi, aliran keuangan dan nilai tambah

agroindustri kopi di kecamatan Pekat Kabupaten Dompu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif, analisis peningkatan nilai tambah dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil dari penelitian ini adalah Rantai pasok kopi robusta di desa Tambora kecamatan Pekat kabupaten Dompu dipasarkan dengan 2 jenis hasil yaitu kopi robusta olah kering (biji kering) dan kopi robusta olah kering (buah merah yang telah dijemur). Lembaga yang terlibat yaitu petani, tengkulak, pedagang pengepul desa, pedagang besar, eksportir dan pabrik agroindustri, pemasar (*minimarket*) dan konsumen. Besarnya nilai tambah pada dua *home* industri yaitu : UD Nogo Sosro sebesar Rp 30.149, 87/kg dengan rasio nilai tambah 36% dan UD Lamonda sebesar Rp 16.742,30/kg dengan rasio nilai tambah 20%. Nilai efisiensi pemasaran yaitu UD Nogo Sosro 6,2% dan UD Lamonda 6,3%.

Edriana P (2020) dalam penelitiannya mengenai Efektifitas Rantai Pasok Kopi Pada Wilayah Kawasan UB Forest Kabupaten Malang. Tujuannya adalah menganalisis pola rantai pasok yang telah diterapkan dalam kinerja rantai pasok kopi untuk dapat merumuskan bentuk model rantai pasok yang ideal. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah Petani kopi menjual hasil panen ke UB Forest, namun ada juga petani kopi yang menjual hasil panen ke tengkulak, dimana tengkulak biasanya memainkan harga beli kopi. Petani kopi UB Forest tidak mendapat sarana dan prasarana pertanian dalam budidaya kopi.

Satria Iman (2019) dalam penelitiannya mengenai Analisis Kinerja *Supply Chain* pada Agroindustri Kopi. Tujuannya adalah mengetahui kinerja *supply chain* perusahaan pengolahan kopi UD Matt Coffee di kabupaten Bondowoso. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis SCOR.. Hasil dari penelitian ini adalah hasil pemetaan level 1 yaitu nilai POF sebesar 100%, OFCT sebesar 1 hari, COGS sebesar 84,54% dan CTCCT sebesar 8,1 hari. Dari hasil pengukuran matrik lainnya yaitu POF, OFCT, dan CTCC

telah mencapai target yang telah ditetapkan. Pemetaan level 2 diperoleh permasalahan dalam *supply chain* kopi UD Matt Coffee memperoleh bahan baku cukup mahal dari pemasok. Pemetaan level 3 penelitian lanjutan dari pemetaan level 2 mengenai proses source yang menyebabkan nilai COGS menjadi tinggi. Hal tersebut diakibatkan bahan baku karena kurangnya koordinasi masalah harga bahan baku dengan petani. Sedangkan pada faktor *downstream* yang berupa membengkaknya biaya pengiriman kopi bubuk arabika tidak terlalu berpengaruh pada kinerja.

Rachman Jaya (2013) dalam penelitiannya mengenai Model Pengelolaan Pasokan dan Risiko Mutu Rantai Pasok Kopi Gayo. Tujuannya adalah menyusun model utilisasi pasokan dan penentuan alternatif pengelolaan risiko mutu kopi pada agroindustri kopi Gayo. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah dengan metode deterministik statis. Hasil dari penelitian ini adalah ketiga alternatif dalam pengelolaan risiko mutu kopi biji yaitu perbaikan SDM, perbaikan alat transportasi dan aplikasi teknologi. Pengeringan memiliki kriteria penilaian yang tinggi, artinya ketiganya memiliki risiko yang sama untuk pengelolaan risiko mutu kopi biji sehingga agroindustri pengolahan kopi fokus kepada ketiga dimensi. Prakiraan pasokan $t+1$ sebesar 41,9589 ton dan demand $t+1$ sebesar 4,41 ton. Dengan asumsi biaya pemesanan Rp 1.000.00,00 / ton/ tahun dan biaya penyimpanan Rp 5.000.000,00/ton/tahun maka ukuran lot pada $t+1$ adalah 4.052 ton.

I Dewa Gede (2019) dalam penelitiannya Analisis Nilai Tambah Pada Rantai Pasok Kopi Robusta Olah Kering di Desa Munduk Temu, Pupuan, Tabanan. Tujuannya adalah mengetahui rantai pasok kopi robusta, menghitung nilai tambah pada masing – masing elemen rantai pasok kopi robusta, membuat alternatif rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan nilai tambah ditingkat petani di desa Munduk Temu, Pupuan, Tabanan.. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah metode Hayami dan metode AHP. Hasil dari penelitian ini adalah rantai pasok terdiri dari 3 pola yaitu pola I : petani-pabrik lokal-

pedagang-konsumen. Pola II : petani-tengkulak-pabrik lokal-pedagang-konsumen. Pola III : petani-tengkulak-pengepul-pabrik besar-pedagang-konsumen. Nilai tambah yang diperoleh pada pola rantai pasok I sebesar Rp 4.066/kg ose. Pola rantai pasok II Rp 4.540/kg ose. Pola rantai pasok III Rp 2.322/kg ose. Alternatif rekomendasi peningkatan nilai tambah pada tingkat petani kopi robusta dengan analisis AHP menunjukkan bahwa kriteria pengelolaan pasca panen dengan alternatif metode olah kering dan indikator kopi ose menjadi prioritas yang berperan penting.

Persamaan penelitian dengan penelitian terdahulu memiliki beberapa kesamaan yaitu meneliti topik tentang rantai pasok dengan komoditas yang sama yaitu kopi, namun terdapat perbedaan seperti lokasi, tujuan, dan lingkup wilayah penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus.

C. Kerangka Pemikiran

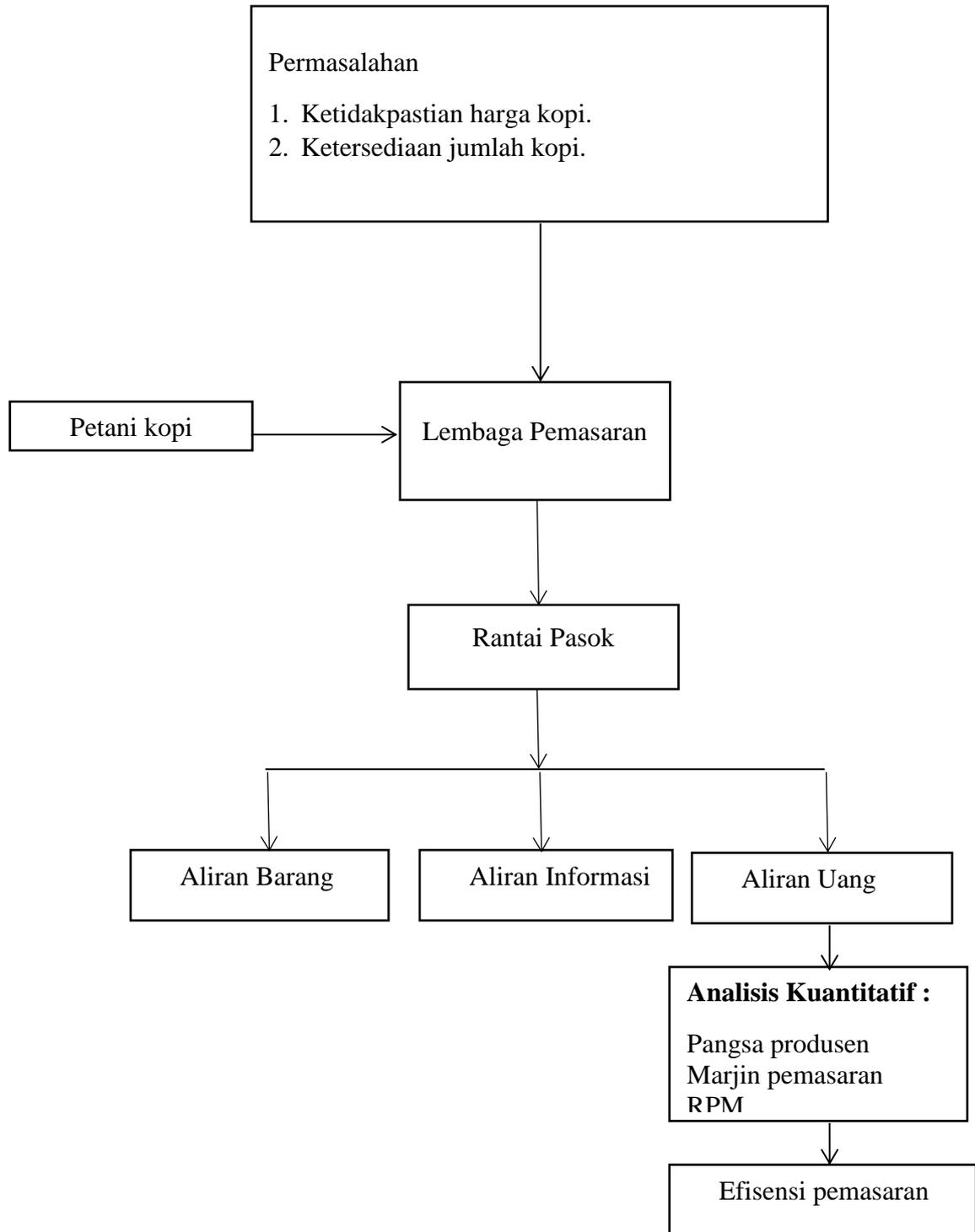
Kopi merupakan komoditi sektor perkebunan yang berperan dalam perekonomian nasional sebagai sumber devisa negara. Kopi mampu menembus pasar internasional sebagai komoditi ekspor. Peranan kopi lainnya adalah mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Indonesia melalui aktivitas yang dilakukan mulai dari penanaman kopi hingga kopi siap dikonsumsi.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, terdapat dua saluran pemasaran kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus yaitu saluran pertama melalui petani – Kelompok Usaha Bersama (KUB) – konsumen dan saluran kedua melalui petani – pengepul – pedagang besar – konsumen. Petani kopi cenderung menjual produk ke pengepul bukan KUB. Harga beli kopi dari petani di KUB lebih tinggi dibandingkan di tingkat pengepul yaitu sebesar Rp21.500 untuk KUB dan Rp21.000 ditingkat pengepul.

Pemasalahan yang terjadi di lapangan adalah ketidakpastian jumlah permintaan kopi dan ketersediaan kopi di hulu produksi akan dihadapi lembaga pemasaran. Petani sebagai produsen memasarkan kopinya ke lembaga pemasaran, maka permasalahan ini akan melibatkan petani. Hubungan dari petani hingga konsumen akan membentuk rantai, rantai ini disebut rantai pasok terdiri dari aliran barang, aliran informasi, dan aliran uang. Dari aliran uang akan dianalisis marjin pemasarannya.

Analisis marjin pemasaran dilakukan untuk menganalisis harga jual dan harga beli serta biaya dan keuntungan pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran. Selanjutnya, dilakukan analisis biaya dan keuntungan pemasaran untuk masing-masing lembaga pemasaran.

Ketidakpastian harga kopi, jumlah permintaan kopi yang tidak menentu serta masalah ketersediaan jumlah kopi sering terjadi di lapangan, maka dilakukan analisis rantai pasok hulu kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus. Diagram alir penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram alir penelitian “Analisis Rantai Pasok Hulu Kopi di Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus, 2020”

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Sugiyono (2013), metode survei adalah metode untuk mengambil suatu generalisasi dari populasi melalui sejumlah besar responden. Biasanya metode ini digunakan untuk mengumpulkan data pada skala yang besar. Metode ini dapat digunakan untuk maksud deskriptif, evaluasi, penjelasan, prediksi, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan batasan (definisi) operasional merupakan pengertian mengenai variabel yang akan diteliti untuk memperoleh data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian dan yang berhubungan dengan penelitian.

Rantai pasok merupakan jaringan dari berbagai organisasi terkait yang saling terhubung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang.

Pola aliran rantai pasok adalah pola yang terbentuk dari kegiatan bisnis dalam rantai pasok yaitu dimulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, pendistribusian, hingga produk sampai ke konsumen akhir.

Kopi adalah produk hasil subsektor perkebunan yang pengelolaannya didominasi oleh perkebunan rakyat sehingga petani memiliki tujuan mendistribusikan hasil panen kepada konsumen.

Usahatani kopi adalah suatu kegiatan petani yang mengalokasikan sumberdaya yang ada, baik lahan, tenaga kerja, dan modal secara efektif dan efisien untuk memproduksi komoditi kopi dan memperoleh penerimaan yang diinginkan dalam usahatani.

Petani kopi adalah orang – orang yang bercocok tanam atau berusahatani kopi dan memperoleh pendapatan dari usahatani kopi tersebut.

Produksi kopi adalah jumlah output atau hasil panen kopi dari luas lahan petani permusim, yang diukur dalam satuan kilogram (kg).

Harga ditingkat petani adalah nilai tukar kopi yang diterima petani pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Penerimaan petani adalah perkalian antara jumlah produksi dengan harga jual kopi yang diterima petani. Penerimaan ini diukur dalam satuan rupiah per musim tanam (Rp/musim tanam).

Pendapatan petani adalah selisih antara penerimaan dengan biaya total, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran meliputi biaya angkut, penyusutan, dan lainnya, yang diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Harga di tingkat konsumen akhir adalah harga kopi yang dibayarkan konsumen akhir pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Volume penjualan adalah jumlah kopi yang dijual pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan kilogram (kg).

Volume pembelian adalah jumlah kopi yang dibeli oleh lembaga pemasaran diukur dalam satuan kilogram (kg).

Pedagang pengumpul adalah pedagang-pedagang yang membeli kopi dari petani atau pengumpul tingkat bawah untuk dijual kembali.

Pedagang besar adalah salah satu lembaga dalam pemasaran yang membeli (mengumpulkan) kopi yang selanjutnya menjual ke pengecer.

Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli produk kopi dari pedagang besar kemudian menjualnya ke konsumen akhir.

Konsumen akhir adalah lembaga pemasaran terakhir yang membeli kopi.

Sistem pemasaran kopi adalah segala bentuk kegiatan penyaluran komoditas kopi, dimulai dari petani kopi hingga sampai ke tangan konsumen akhir.

Lembaga pemasaran adalah pihak-pihak yang melakukan kegiatan pemasaran mulai dari petani sampai ke konsumen akhir.

Saluran pemasaran kopi adalah suatu pola atau saluran yang menggambarkan seluruh lembaga perantara pemasaran yang bersangkutan dalam melakukan kegiatan penyaluran atau penyampaian komoditas kopi, dimulai dari petani, pedagang pengumpul, pabrik, pedagang besar, pedagang besar, pedagang pengecer hingga ke konsumen akhir, yaitu konsumen rumah tangga atau pabrik pengolahan.

Marjin pemasaran total adalah selisih harga ditingkat konsumen akhir dengan harga ditingkat produsen atau jumlah marjin di tiap lembaga pemasaran, diukur dalam satuan rupiah perkilogram (Rp/kg).

C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus, tepatnya di Desa Ngarip dan Desa Gunung Sari. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) berdasarkan data Badan Pusat Statistika Kabupaten Tanggamus (2018) yang menjadikan Kecamatan Ulu Belu sebagai sentra produksi kopi dengan besar produksi sebesar 10.288 ton pada 2017.

Data Tenaga Penyuluh Nestle (2020) bahwa Desa Ngarip dan Desa Gunung Sari merupakan desa dengan produksi kopi terbesar di Kecamatan Ulu Belu. Lokasi dipilih dengan sengaja (purposive) didasarkan pada pertimbangan bahwa kedua desa merupakan salah satu sentra produksi kopi di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus.

Sampel dalam penelitian ini adalah petani kopi dan lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam kegiatan pemasaran kopi di lokasi penelitian. Populasi petani kopi yang ada di desa Ngarip adalah sebanyak 825 petani dan desa Gunung Sari adalah sebanyak 419 petani (Tenaga Penyuluh PT. Nestle, 2020). Dari jumlah populasi petani kopi di kedua desa tersebut ditentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus yang merujuk pada teori Roscoe (1982) dalam Sugiyono (2009) yang menyatakan bahwa “ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500”, sebanyak 100 responden, dimana sampel yang diambil pada saat penelitian merupakan petani yang melakukan usahatani kopi, yaitu sebanyak 50 petani dari desa Ngarip dan 50 petani dari desa Gunung Sari.

Cara pengambilan sampel lembaga pemasaran adalah dengan mengikuti alur pemasaran yang diawali dari petani kopi. Selanjutnya, petani yang bersangkutan diminta untuk menyebutkan calon sampel lembaga pemasaran berikutnya. Hal ini dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh suatu rantai pemasaran.

Waktu penelitian dimulai dari saat pra survey sampai dengan penyusunan laporan akhir, dan pengambilan data penelitian di lapangan dilaksanakan pada bulan Oktober 2020.

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan metode wawancara dengan petani produsen kopi, pedagang pengumpul, dan pedagang tingkat

kecamatan melalui penggunaan kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah disiapkan sebelumnya, dan hasil pengamatan langsung di lapangan. Data sekunder diperoleh dari literatur ada berbagai lembaga/instansi yang terkait, diantaranya Badan Pusat Statistika, Dinas Pertanian, kantor kecamatan dan desa, hasil penelitian terdahulu, dan sumber pustaka yang relevan.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Proses analisis data kualitatif menggambarkan secara deskriptif aliran produk dan aliran informasi. Sedangkan analisis data kuantitatif digunakan untuk menganalisis aliran uang dan besar margin pemasaran.

1. Analisis Rantai Pasok Hulu

a. Aliran produk

Analisis aliran produk melalui beberapa lembaga pemasaran yang turut berkontribusi pada penyaluran atau transformasi kopi dari petani ke konsumen akhir. Aliran produk yang diteliti pada produsen/petani, pedagang pengumpul, perdagangan besar tingkat kecamatan. Banyaknya lembaga yang berkontribusi pada aktifitas pemasaran akan berpengaruh terhadap penerimaan yang diterima oleh masing-masing lembaga tersebut.

b. Aliran informasi

Aliran informasi dianalisis secara kualitatif. Informasi tentang jumlah produk yang masih ada di masing-masing lembaga penjualan yang dibutuhkan oleh distributor maupun pabrik. Informasi tentang ketersediaan kapasitas produksi yang dimiliki oleh pemasok juga dibutuhkan oleh pabrik. Informasi tentang status pengiriman bahan baku dibutuhkan oleh perusahaan yang mengirim maupun yang akan

menerima. Aliran informasi dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terdiri dari petani, pedagang pengumpul tingkat desa, pedagang pengumpul tingkat kecamatan.

c. Aliran Uang

Aliran uang dianalisis secara kuantitatif dengan menghitung biaya-biaya pemasaran dan nilai penjualan kopi.

2. Analisis Efisiensi Pemasaran

a. Pangsa produsen

Pangsa produsen atau *farmer's share* (FS) bertujuan untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (produsen). Apabila *farmer's share* (FS) semakin tinggi, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Pangsa produsen dirumuskan sebagai :

$$FS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan :

FS = Bagian harga kopi yang diterima petani (produsen)

Pf = Harga kopi di tingkat petani (produsen)

Pr = Harga kopi di tingkat konsumen

b. Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran yang merupakan perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran atau perbedaan harga di antara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran atau perbedaan anatar jumlah yang dibayar konsumen dan jumlah yang diterima produsen atas produk agribisnis yang diperjualbelikan. Secara matematis marjin pemasaran dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi} \quad \text{atau} \quad m_{ji} = b_{ti} + \pi_i \dots\dots\dots(5)$$

Total margin pemasaran dalam saluran pemasaran tertentu dirumuskan sebagai:

$$M_{ji} = \sum m_{ji} \quad \text{atau} \quad M_{ji} = P_r - P_f \dots \dots \dots (6)$$

Keterangan :

m_{ji} = margin pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
 M_{ji} = total margin pada satu saluran pemasaran
 P_{si} = harga jual pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
 P_{bi} = harga beli pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
 b_{ti} = biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
 π_i = keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
 P_r = harga ditingkat konsumen
 P_f = harga ditingkat produsen
 i = 1,2,3,...,n

Konsep pengukuran dalam analisis margin adalah :

- Margin pemasaran dihitung berdasarkan perbedaan harga beli dan harga jual dalam rupiah per kilogram pada masing-masing tingkat lembaga pemasaran.
- Harga beli dihitung berdasarkan harga rata-rata pembelian per kilogram.
- Harga jual dihitung berdasarkan harga rata-rata penjualan per kilogram.

c. RPM (Ratio Profit Margin)

Penyebaran biaya yang dihasilkan pada masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran dapat dihitung dengan rumus ratio keuntungan. RPM yang menyebar secara merata pada setiap lembaga pemasaran merupakan pemasaran yang efisien.

Rumus RPM yaitu :

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan :

b_{ti} = biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
 π_i = keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

Perbedaan antara harga pada tingkat konsumen atau P_f dan harga ditingkat eceran atau konsumen (P_r) dapat mengartikan suatu margin pemasaran. Terdapat 3 metode untuk menghitung margin pemasaran yaitu *Pertama*, dengan memilih dan mengikuti saluran pemasaran dari komoditas spesifik. *Kedua*, membandingkan harga pada berbagai level pemasaran yang berbeda dan *Ketiga*, mengumpulkan data penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang (Hasyim, 2012).

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Tanggamus

1. Keadaan Geografis dan Iklim Kabupaten Tanggamus

Kabupaten Tanggamus merupakan salah satu dari 11 (sebelas) kabupaten/kota yang ada di Provinsi Lampung. Kabupaten Tanggamus dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1997 pada tanggal 3 Januari 1997 dan diresmikan menjadi kabupaten pada tanggal 21 Maret 1997. Luas wilayah 4.654,98 Km². Kabupaten Tanggamus memiliki 20 kecamatan dan 302 desa/pekon/kelurahan. Secara geografis, Kabupaten Tanggamus terletak pada posisi 140°18' - 105°12' Bujur Timur dan antara 5°05' - 5°56' Lintang Selatan. Kabupaten Tanggamus memiliki batas wilayah administratif sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Lampung Barat dan Kabupaten Lampung Tengah.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Samudera Hindia.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Lampung Barat dan Kabupaten Pesisir Barat.
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Pringsewu.

Potensi sumber daya alam yang dimiliki Kabupaten Tanggamus sebagian besar dimanfaatkan untuk kegiatan pertanian. Selain itu, masih terdapat beberapa sumber daya alam lain yang potensial untuk dikembangkan antara lain: pertambangan emas, bahan galian seperti granit dan batu pualam atau marmer. Di samping itu juga terdapat sumber air panas dan

panas bumi yang memungkinkan untuk dikembangkan menjadi pembangkit energi listrik alternatif.

Kabupaten Tanggamus merupakan daerah tropis, dengan curah hujan rata-rata 161,7 mm/bulan dan rata-rata jumlah hari hujan 15 hari per bulan. Temperaturnya berselang antara 21,3°C sampai 33,0°C. Selang kelembaban relatif di Kabupaten Tanggamus adalah 38 persen sampai 100 persen.

2. Keadaan Demografi Kabupaten Tanggamus

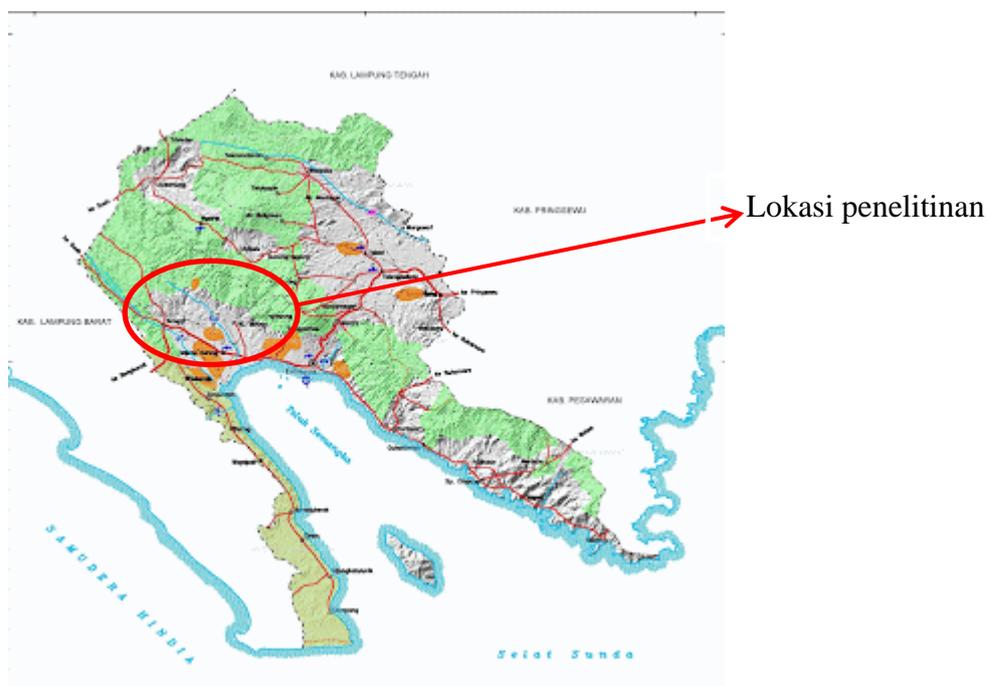
Penduduk Kabupaten Tanggamus berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2017 sebanyak 586.624 jiwa yang terdiri atas 305.594 jiwa penduduk laki-laki dan 281.030 jiwa penduduk perempuan. Dibandingkan dengan proyeksi jumlah penduduk tahun 2016, penduduk Tanggamus mengalami pertumbuhan sebesar 1,08 persen. Sementara itu besar angka rasio jenis kelamin tahun 2017 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 108,74. Kepadatan penduduk di Kabupaten Tanggamus tahun 2017 mencapai 126 jiwa/km². Kepadatan penduduk di 20 kecamatan cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Gisting dengan kepadatan sebesar 1.224 jiwa/km² dan terendah di Kecamatan Limau sebesar 73 jiwa/km².

3. Keadaan Pertanian Kabupaten Tanggamus

Luas tanaman beberapa tanaman perkebunan di Kabupaten Tanggamus di antaranya, karet (620 hektar), kelapa (13.909 hektar), kelapa sawit (30 hektar), kopi (41.416 hektar), lada (7.966 hektar), kakao (13.843 hektar), pala (1.093 hektar), cengkeh (1.929 hektar). Produksi beberapa tanaman perkebunan di antaranya, karet (222 ton), kelapa (15.154 ton), kelapa sawit (41 ton), kopi (31.346 ton), lada (2.373 ton), kakao (7.773 ton), pala (119 ton), dan cengkeh (387 ton) (BPS Kabupaten Tanggamus, 2018).

4. Keadaan Geografis Kecamatan Ulu Belu

Kecamatan Ulu Belu merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Tanggamus dengan luas wilayah seluas 344,28 km². Kecamatan Ulu Belu sebagian besar merupakan dataran tinggi dan berada pada ketinggian antara 850 – 1.200 meter di atas permukaan laut. Jarak Kecamatan Ulu Belu ke ibu kota Kabupaten Tanggamus sejauh 30 km. Adapun batas-batas wilayah Kecamatan Ulu Belu dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Peta lokasi penelitian Kecamatan Ulu Belu

5. Keadaan Demografi Kecamatan Ulu Belu

Jumlah penduduk di Kecamatan Ulu Belu mencapai 46.619 jiwa yang terdiri dari penduduk laki-laki berjumlah 24.770 jiwa dan penduduk perempuan berjumlah 21.849 jiwa dengan nilai *sex ratio* sebesar 1,13 . Kecamatan Ulu Belu memiliki kepadatan penduduk sebesar 2.806 km². Penduduk di Desa Ngarip dan Gunung Sari mayoritas menganut agama Islam dengan etnis/suku Jawa dan suku Semendo. Sebagian besar

penduduk bermata pencaharian sebagai petani kopi. Jumlah penduduk di Kecamatan Ulu Belu dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah penduduk dan rasio jenis kelamin menurut desa di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus tahun 2017

Desa/Pekon	Jenis Kelamin			<i>Sex Ratio</i>
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	
Datarajan	2.216	1.985	4.201	1.12
Gunung Tiga	1.396	1.430	2.826	0.98
Karang Rejo	1.746	1.595	3.341	1.09
Pagar Alam	1.032	937	1.969	1.10
Muara Dua	551	512	1.063	1.08
Ngarip	3.006	2.772	5.778	1.08
Penantian	1.875	1.633	3.490	1.14
Gunung Sari	2.494	2.173	4.667	1.15
Sirna Galih	2.270	1.775	4.045	1.28
Ulu Semong	1.971	1.662	3.633	1.19
Rejosari	1.168	982	2.150	1.19
Sukamaju	952	856	1.808	1.11
Tanjung Baru	969	843	1.812	1.15
Sinar Banten	1.095	896	1.991	1.22
Air Abang	1.314	1.166	2.480	1.13
Petay Kayu	733	632	1.365	1.16
Ulu Belu	24.770	21.849	46.619	1.13

Sumber : BPS Kabupaten Tanggamus (2018)

6. Keadaan Pertanian Kecamatan Ulu Belu

Ulu Belu memiliki potensi ekonomi sangat besar dan menjanjikan dan dapat menjadi tulang punggung perekonomian Provinsi Lampung. Subsektor perkebunan menjadi potensi yang unggul di Kecamatan Ulu Belu. Tanaman Perkebunan yang menjadi andalan masyarakat adalah kopi. Kopi robusta khas Lampung telah lama menjadikan Ulu Belu sebagai sentra produksinya. Luas area, produksi dan produktivitas berbagai komoditas di Kecamatan Ulu Belu disajikan pada Tabel 4. Petani kopi di Kecamatan Ulu Belu menjadikan komoditas kopi sebagai tanaman utama yang diusahakan. Periode waktu yang relatif lama bagi komoditas perkebunan untuk memperoleh hasil menyebabkan petani harus mencari alternatif pendapatan di luar usahatani kopi diantaranya non pertanian.

Umur tanaman kopi robusta beragam yaitu 6 – 20 tahun dengan sistem tumpangsari.

Tabel 4. Luas area, produksi dan produktivitas berbagai komoditas di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus tahun 2017

Komoditas	Luas Areal (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (kg/ha)
Kopi	10.757	10.288	1.117
Cengkeh	30	6	353
Lada	1.100	238	402
Kelapa Dalam	90	86	1.062
Karet	205	12	0
Kakao	211	152	993
Kapuk Randu	10	8	750
Kemiri	18	9	750
Jumlah	12.421	10.799	5.427

Sumber: BPS Kabupaten Tanggamus (2018)

Pada Tabel 4 terlihat bahwa kopi merupakan tanaman perkebunan di Kecamatan Ulu Belu yang memiliki luas area terbesar dibandingkan komoditas lain. Luas lahan komoditas kopi di Kecamatan Ulu Belu yaitu 10.757 ha dengan produksi sebesar 10.288 ton.

Hasil produksi kopi biasanya dijual langsung kepada pedagang, pengumpul tingkat desa, kelompok tani, atau pedagang tingkat kecamatan. Dalam menentukan harga kopi, petani kopi di Kecamatan Ulu Belu melihat dari kualitas biji kopi yang dijual. Salah satu yang menentukan kualitas kopi adalah kadar air yang terdapat pada biji kopi tersebut. Semakin kecil kadar air biji kopi maka harga akan semakin tinggi, namun apabila kadar air semakin besar maka harga akan semakin rendah.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa aliran produk berjalan dari hulu ke hilir pada rantai pasok membentuk saluran sebagai berikut : Saluran 1 : Petani - Pedagang pengumpul tingkat desa– Pedagang besar (tingkat kecamatan) – Perusahaan pengolah kopi. Saluran 2 : Petani - Pedagang besar (tingkat kecamatan) – Perusahaan pengolah kopi. 90% petani menjual kopi ke saluran pertama, saluran pertama lebih diminati oleh petani karena petani kopi lebih dekat untuk menjual kopinya ke pedagang pengumpul tingkat desa dan sudah lama menjual hasil produksi kepada pedagang pengumpul desa sehingga terjalin hubungan khusus. Kopi yang dipanen petani adalah kopi petik pelangi atau campuran karena lebih mudah dijalankan petani. Aliran informasi berjalan dari hulu ke hiri dan hilir ke hulu. Aliran uang menggunakan 2 sistem pembayaran yaitu secara *cash* dan transfer yang di mulai dari hilir ke hulu .

Share pada tingkat petani tertinggi pada saluran kedua yaitu 91% dibanding saluran pertama yang memiliki nilai 90%. Pada tingkat pedagang besar margin pemasaran saluran kedua lebih rendah yaitu Rp 1.970/kg dibandingkan saluran pertama sebesar Rp 2.119/kg. *Profit margin* juga pada tingkat pedagang besar nilai terendah pada saluran kedua yaitu Rp 1.194/kg dibandingkan saluran pertama Rp 1.244/kg. Berdasarkan *share* petani, margin pemasaran, dan *profit margin* tersebut, saluran pemasaran kedua lebih efisien dibandingkan dengan saluran pertama.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian adalah:

1. Perlu diupayakan peningkatan posisi petani melalui kerjasama dalam kelompok tani atau gabungan kelompok tani, agar petani tidak menjadi penerima harga sehingga aliran barang dapat berjalan lancar dari hulu produksi.
2. Untuk instansi pemerintah, agar lebih meningkatkan program penyuluhan terkait dengan peningkatan produksi petani.
3. Bagi peneliti lain, disarankan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam di bidang produksi, dan faktor-faktor yang mempengaruhi rantai pasok kopi di daerah penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, A.R., Ilsan, Mais., dan Nurliani. 2019. *Performa Rantai Pasok (Supply Chain) Kopi Arabika (Coffea Arabica) di Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto*. Jurnal Wiratani, Vol.2 No.1. Universitas Muslim Indonesia.
- Andriyanty, Reny. 2012. *Tinjauan Terhadap Kinerja Kemitraan Antara PT. XYZ dengan Petani Kopi Lampung*. Jurnal Nusa Tani. Vol 13 No 2. Universitas Nusa Bangsa.
- Azzaino, Z. 1982. *Pengantar Tataniaga Pertanian. Dapertemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Pusat Statistika. 2015. *Lampung Dalam Angka 2015*.
<https://lampung.bps.go.id/publication/2016/02/16/cfa70ba5aa310bfc27d60ba8/provinsi-lampung-dalam-angka-2015.html> yang diakses pada 10 Maret 2020 pukul 11.00.
- _____. 2016. *Statistik Kopi Indonesia 2016*.
<https://www.bps.go.id/publication/2017/12/26/342431c17fb726e7f1f52322/statistik-kopi-indonesia-2016> yang diakses pada 28 November 2019 Pukul 14.00.
- _____. 2017. *Statistik Kopi Indonesia 2017*.
<https://www.bps.go.id/publication/2018/12/20/71e7ada61b13e59be0b1bf80/statistik-kopi-indonesia-2017.html> yang diakses pada 28 November 2019 Pukul 14.30.
- _____. 2018. *Analisis Komoditi Ekspor 2011-2017*.
<http://www.bps.go.id/publication/2018/07/02/57ec2cf09e639209747dfd44/analisa-komoditi-ekspor-2010-2017-sektor-pertanian-industri-dan-pertambangan.html> yang diakses pada 05 Desember 2019 pukul 16.30.
- _____. 2018. *Kabupaten Tanggamus Dalam Angka 2018*.
<https://tanggamuskab.bps.go.id/publication/2018/08/16/8c3e22c251e8f5282ce8dbc9/kabupaten-tanggamus-dalam-angka-2018.html> yang diakses pada 10 Maret 2020 pukul 11.00.

- Chopra, S., dan P. Meindl. 2004. *Supply Chain Manangement : Strategy, Planning, and Operation*. Pearson Prentice Hall, United States Of America.
- Daniel, M. 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Djokopranoto, R. 2002. *Manajemen Persediaan*. Grasindo. Jakarta.
- Hartati, Misra., dan Rahman, Abdul. 2016. *Analisis Risiko Rantai Pasok Lapo Mandailing Kopi dengan Pendekatan Sistem Traceability*. Jurnal Teknik Industri, VO.2 No.1. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hasyim, A. I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Buku Ajar Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung. 253 halaman.
- Indrajit, R.E., dan Djokopranoto R. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Jaya, Rachman. 2013. *Model Pengelolaan Pasokan dan Risiko Mutu Rantai Pasok Kopi Gayo*. Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia, Vol.5 No.3. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Aceh.
- Justiceawan, Mohammad Welly., Apriyani, Marlindu., dan Saty, Fadila Merga. *Analisis Efisiensi Tataniaga Kopi di Desa Ngarip Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus*. Jurnal of Food System and Agribusiness. Vol 4 No 1. Politeknik Negeri Lampung.
- Karya, Tim Tani Mandiri. 2018. *Rahasia Sukses Budidaya Kopi*. PT Nuansa Aulia. Bandung.
- Kementerian Pertanian. 2016. *Outlook Kopi Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan*.
[http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/167009-\[_Konten_\]-Konten%20D1892.pdf](http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/167009-[_Konten_]-Konten%20D1892.pdf) yang diakses pada 28 November 2019 pukul 15.53.
- _____. 2017. *Outlook Kopi Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan*.
<https://tanggamuskab.bps.go.id/publication/2018/08/16/8c3e22c251e8f5282ce8dbc9/kabupaten-tanggamus-dalam-angka-2018.html> yang diakses pada 10 Maret 2020 pukul 11.00.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi kedelapan*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kustiani, Reni. 2012. *Manajemen Rantai Pasok (SCM) Kopi*. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.

- Lestari, Ova., Hasyim, Ali Ibrahim., dan Kasymir, Eka. 2017. *Analisis Usahatani dan Efisiensi Pemasaran Kopi (Coffee Sp) di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus*. Jurnal Ilmian Ilmu Agribisnis. Vol 5 No 1. Universitas Lampung.
- Lokollo, Erna Maria. 2012. *Rantai Pasok (SCM) Kopi*. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.
- Noviantari, Khairunnisa., Hasyim, Ali Ibrahim., dan Rosanti, Novi. 2015. *Analisis Rantai Pasok dan Nilai Tambah Agroindustri Kopi Luwak di Provinsi Lampung*. Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis, Vol.3 No 1. Universitas Lampung.
- Nugraha, I.D.G.S., Wiranatha, A.A.S., Yoga, I.W.G.S. 2019. *Analisis Nilai Tambah Pada Rantai Pasok Kopi Robusta Olah Kering di Desa Munduk Temu, Pupuan, Tabanan*. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri, Vol.7 No.1. Universitas Udayana.
- Pangestuti, Edriana., Sanawiri, Brillyanes., Hanum, Latifah., dan Fahmi, Muhamad Robith. 2002. *Efektifitas Rantai Pasok Kopi Pada Wilayah Kawasan UB Forest Kabupaten Malang*. Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia, Vol.10 No.1. Universitas Brawijaya.
- Panggabean, Edy. 2019. *Buku Pintar Kopi*. PT AgroMedia Pustaka. Jakarta.
- Prastowo, B. 2010. *Budidaya dan Pasca Panen*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. Bogor.
- Pratiwi, Anisa Marchantia., Kaskoyo, Hari., Herwanti, Susni., dan Qurniati, Rommy. 2019. *Saluran Pemasaran Kopi Robusta (coffea robusta) di Agroforesti Pekon Air Naningan Kecamatan Air Naningan Kabupaten Tanggamus*. Jurnal Belantara. Vol 2 No 2. Universitas Lampung.
- Pujawan, I.Y. 2005. *Supply Chain Management*. Guna Widya. Surabaya.
- Putra, S.I.G., Nadia, F.N.D., Gusminto, E.B., dan Musmedi, D.P. 2019. *Analisis Kinerja Supply Chain pada Agroindustri Kopi*. Jurnal Ekonomi Modernisasi, Vol.15 No1. Universitas Airlangga.
- Rahardjo, Pudji. 2017. *Berkebun Kopi*. PT Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rirahman, Fiqri. 2019. *Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) dari Peningkatan Nilai Tambah Pada Agroindustri Kopi*. Jurnal Agribisnis dan Pembangunan Pertanian, Vol.5 No.1.
- Russell, R.S., dan B.W. Taylor. 2003. *Operations Management*. Prentice Hall. New Jersey.
- Siswandi, T.O., Wiranatha, A.S., dan Hartiati, Amna. 2019. *Pengembangan Manajemen Rantai Pasok Kopi Arabika Kintamani Bali*. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri, Vol.7 No.1. Universitas Udayana.

- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Yulian, N.F., Kuswardhani, Nita., dan Amilia Winda. 2019. *Identifikasi dan Analisis Struktur Rantai Pasok Kopi Rakyat Robusta Kecamatan Bangsalsar*. Jember. Jurnal Agroteknologi, Vol.13 No.1. Universitas Jember.