

EFISIENSI SALURAN PEMASARAN KOPI ARABIKA DI KABUPATEN ENREKANG

Nurhapsa¹, Andi Nuddin², Suherman³, Lismayanti⁴

^{1,2,4}Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan, Universitas
Muhammadiyah Parepare

³Prodi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan, Universitas
Muhammadiyah Parepare

Corresponding author: hapsa_faktan@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi pemasaran kopi arabika di Desa Potokullin Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data dianalisis dengan menggunakan analisis efisiensi pemasaran. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 23 petani kopi, 8 orang pedagang pengumpul dan 3 orang pedagang besar 11 orang pedagang (pedagang pengumpul). Data dianalisis dengan menggunakan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran kopi yang efisien yaitu dari petani yang sekaligus sebagai pedagang ke konsumen dan dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke konsumen.

Kata kunci: Efisiensi pemasaran, saluran pemasaran, kopi arabika

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia karena sebagai sumber penerimaan devisa negara, mendorong pertumbuhan ekonomi dan menyediakan lapangan kerja. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia karena sebagai sumber penerimaan devisa negara, mendorong pertumbuhan ekonomi dan menyediakan lapangan kerja. Selain itu, sektor pertanian juga merupakan penyedia bahan baku penting bagi industri, khususnya industri pengolahan makanan dan minuman atau agroindustri dan juga merupakan pilar utama dalam menopang ketahanan pangan negara karena sumbangannya terhadap pemenuhan kebutuhan konsumsi atau

kebutuhan pangan sebagian besar masyarakat Indonesia.

Keunggulan lain sektor pertanian dibandingkan dengan sektor-sektor lain dalam perekonomian adalah produksi pertanian yang berbasis pada sumberdaya domestik. Selain itu, kandungan impornya rendah karena bahan baku atau input yang digunakan umumnya dari dalam negeri, relatif lebih tangguh menghadapi gejolak perekonomian misalnya gejolak moneter, nilai tukar maupun fiskal. Ketangguhan sektor pertanian terbukti pada saat krisis moneter dimana sektor ini merupakan penyumbang devisa yang terbesar. Besarnya kontribusi sektor pertanian terhadap PDB nasional tidak terlepas dari subsektor tanaman bahan makanan, subsektor tanaman perkebunan, subsektor peternakan, subsektor

kehutanan dan subsektor perikanan (Nurhapsa, 2016).

Perkebunan merupakan salah satu sub sektor pertanian yang juga memberikan kontribusi terhadap PDB Indonesia. Salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan yang menjadi sentra produksi kopi adalah Kabupaten Enrekang. Berdasarkan data BPS Kabupaten Enrekang (2017), produksi kopi kabupaten Enrekang sebesar 7.998,3 ton. Kecamatan Buntu Batu merupakan salah satu kecamatan yang memberikan kontribusi terbesar terhadap produksi kopi Kabupaten Enrekang. Tingginya kontribusi produksi kopi Kecamatan Buntu Batu terhadap produksi kopi Kabupaten Enrekang berpengaruh terhadap efisiensi dan saluran pemasaran yang ada di daerah tersebut yang juga berpengaruh terhadap harga yang diterima oleh konsumen akhir. Saluran pemasaran yang berbeda juga berpengaruh terhadap biaya dan keuntungan pemasaran.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Sampel yang digunakan sebanyak 23 petani kopi yang dipilih secara random sampling sedang pengambilan sampel untuk pedagang dilakukan dengan cara *snowball* sampling yaitu pengambilan secara berantai sebanyak 11 orang yang berlokasi di Desa Potokullin, Kecamatan Buntu Batu Kabupaten

Enrekang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dengan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan.

Untuk menghitung efisiensi saluran pemasaran digunakan analisis efisiensi saluran pemasaran dengan persamaan sebagai berikut (Soekartawi, 2002):

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Dimana:

EP = Efisiensi pemasaran (%)

BP = Total Biaya Pemasaran (Rp/karung)

NP = Total Nilai Produk yang dipasarkan (Rp/karung)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Petani Responden

a. Umur

Salah satu faktor yang menentukan tingkat produktifitas seseorang adalah umur. Produktifitas kerja seseorang meningkat seiring dengan peningkatan umur seseorang, namun pada tingkat umur tertentu produktifitas seseorang akan berkurang (Nurhapsa, 2016). Distribusi umur responden berdasarkan umur ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Umur di Desa Potokullin, Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang

No	Uraian	Umur (Thn)					
		≤25		26 - 50		≥ 50	
		n	%	n	%	n	%
1	Petani	5	21,73	10	43,47	8	34,78
2	Pedagang pengumpul	0	0,00	5	62,50	3	37,50
3	Pedagang besar	0	0,00	3	100,00	0	0,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2017

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada umumnya responden berada pada umur 26 – 50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden berada pada usia produktif dan masih memungkinkan responden untuk berusaha lebih giat untuk meningkatkan

keuntungan yang diperolehnya serta masih muda menerima inovasi baru.

b. Tingkat Pendidikan

Selain umur yang berpengaruh terhadap kemampuan seseorang dalam menerima inovasi baru, juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seorang petani

semakin mudah untuk memahami dan menerima inovasi-inovasi baru yang disampaikan kepada mereka. Pendidikan juga dapat dianggap sebagai sarana investasi karena dianggap pengetahuan, keterampilan dan keahlian tenaga kerja sebagai mampu membantu meningkatkan modal untuk dapat bekerja lebih produktif sehingga dapat meningkatkan penghasilannya dimasa

yang akan datang. Selain pendidikan formal, pendidikan non formal juga membantuseorang/petani dalam mengembangkan usahanya karena pendidikan non formal biasanya dapat membantu pola berfikir dan keterampilan teknis seorang petani. Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Potokullin, Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang

No	Uraian	Tingkat Pendidikan							
		SD		SMP		SMA		D3/S1	
		n	%	n	%	n	%	n	%
1	Petani	1	56,5	9	39,1	1	4,34	0	0,00
		3	2		3				
2	Pedagang pengumpul	5	62,5	2	25,0	1	12,50	0	0,00
			0		0				
3	Pedagang besar	0	0,00	0	0,00	2	66,67	1	33,3
								3	

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa umumnya responden baik dari petani maupun pedagang memiliki tingkat pendidikan SD yaitu sebanyak 13 orang (56,52%) petani dan 5 orang (62,50%) pedagang pengumpul. Tingkat pendidikan cukup berpengaruh terhadap kemampuan seseorang dalam menerima informasi/pengetahuan, mengadopsi teknologi baru yang memberikan kontribusi terhadap pengembangan dan pengelolaan usaha yang digelutinya.

c. Pengalaman Usahatani/Usaha

Faktor lain yang juga menentukan keberhasilan dalam pengelolaan usahatani

/usaha adalah pengalaman. Pengalaman usahatani/usaha menunjukkan lamanya seseorang mengerjakan atau menggeluti suatu usahatani/usaha. Ada kecenderungan bahwa semakin lama seseorang dalam menggeluti usahatani/usaha semakin banyak tahu baik buruknya usaha tersebut dan juga memiliki banyak pengetahuan untuk dapat memilih inovasi yang baik untuk pengembangan usahanya (Nurhapsa, 2016). Adapun distribusi responden berdasarkan pengalaman usahatani/usaha ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha Di Desa Potokullin, Kecamatan Buntu batu, Kabupaten Enrekang

No	Uraian	Umur (Thn)					
		≤10		15 - 25		≥ 30	
		n	%	n	%	n	%
1	Petani	2	8,69	10	43,47	11	47,83
2	Pedagang pengumpul	0	0,00	3	37,50	5	62,5
3	Pedagang besar	0	0,00	1	3,33	2	66,67

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2017

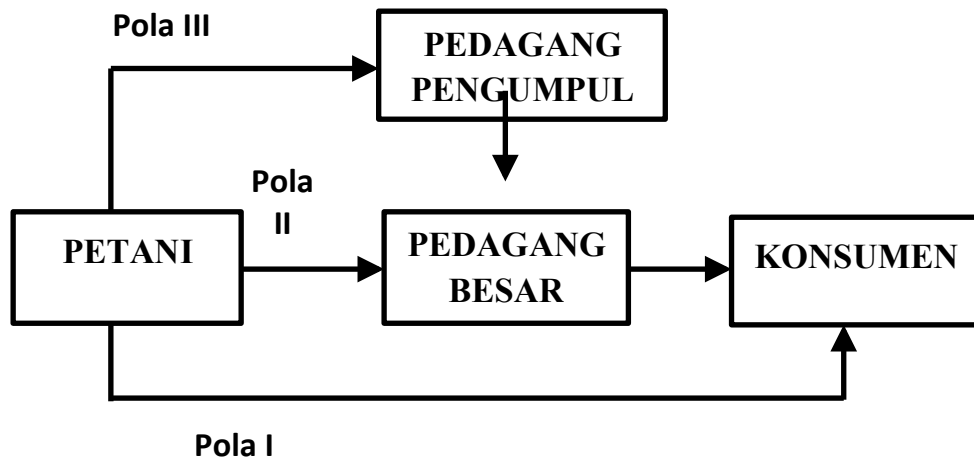
Berdasarkan Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa pengalaman usahatani/usaha responden sebagian besar di atas 10 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman usaha yang sudah cukup lama. Oleh karena itu dengan bekal pengalaman yang dimilikinya, mereka dapat mengadopsi inovasi yang dibutuhkan untuk pengelolaan usahanya.

Saluran Pemasaran

Lembaga pemasaran sebagai lembaga perantara diperlukan untuk memperlancar distribusi pemasaran dan meningkatkan kegunaan hasil yaitu kegunaan tempat, waktu, bentuk dan

kegunaan kepemilikan (Desiana, dkk, 2017). Lembaga pemasaran melaksanakan fungsi pemasaran. Selanjutnya Desiana, dkk (2017) menjelaskan bahwa fungsi pemasaran itu antara lain fungsi pertukaran, fungsi pengadaan secara fisik dan fungsi pelancar.

Saluran pemasaran kopi di Desa Potukullin, Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang melibatkan beberapa pelaku pemasaran yaitu petani sebagai produsen, pedagang pengumpul dan pedagang besar dan konsumen akhir. Adapun saluran pemasaran kopi di Desa Potukullin ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Lembaga dan Saluran Pemasaran Kopi Arabika di Desa Potukullin, Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang.

Gambar 1 menunjukkan bahwa saluran pemasaran kopi arabika di Desa Potukullin ada 3 pola yaitu pola I dari petani sebagai produsen juga sekaligus sebagai pedagang ke konsumen, pola II dari petani ke pedagang besar kemudian ke konsumen dan pola III dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang besar dan terakhir ke konsumen. Hasil penelitian Mayasari dkk (2017), terdapat 3 pola distribusi pemasaran di Kabupaten Enrekang. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Desiana dkk (2017), tentang analisis saluran pemasaran biji kopi robusta (studi kasus di Desa Kalijaya, Kecamatan Banjarsari, Kabupaten Ciamis) menunjukkan bahwa saluran pemasaran biji kopi robusta ada dua pola yaitu pola I: dari petani ke pedagang

pengumpul kemudian ke konsumen industri dan pola II: petani ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang besar kemudian ke konsumen industri. Baik di Desa Potukullin maupun di Kalijaya menunjukkan bahwa tidak terjadi adanya pasar monopsoni dimana pedagang paling berkuasa. Pasar monopsoni terjadi jika hanya terdapat satu pola saluran pemasaran.

Efisiensi Pemasaran

Menurut Sudrajat, dkk (2014) bahwa efisiensi pemasaran dapat dilihat dari margin pemasaran, besarnya share harga yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran dan share rasio keuntungan dengan biaya pemasaran. Panjang pendeknya saluran pemasaran, aktifitas-aktifitas yang dilakukan dalam pendistribusian barang dan keuntungan

yang diharapkan oleh setiap lembaga pemasaran berpengaruh terhadap margin pemasaran. Selain itu, margin pemasaran juga dipengaruhi oleh nilai dan norma sosial yang berlaku dalam hubungan kerjasama kemitraan.

Adapaun nilai pada tiap pola saluran pemasaran kopi arabika di Desa Potukullin, Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Efisiensi Pola Saluran pemasaran Kopi Arabika Di Desa Potukullin, Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang

Pola Saluran Pemasaran	Nilai Kopi Arabika (Rp/karung)	Biaya (Rp/karung)	Efisiensi (%)
I	50.000	-	0
II	2.275.000	20.000	0,88
III	3.250.000-	33.000	1,01

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017

Tabel 4 menunjukkan bahwa saluran pemasaran I dan II merupakan saluran pemasaran yang efisien karena nilai efisiensi pemasaran yang diperoleh lebih kecil dari 1 dan saluran pemasarannya lebih pendek dibandingkan dengan saluran pemasaran III. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani, dkk (2013) tentang analisis efisiensi pemasaran jagung (*Zea mays*) di Kabupaten Grobogan menyimpulkan bahwa saluran pemasaran yang paling tidak efisien adalah yang saluran pemasarannya lebih panjang dan biaya dan keuntungannya lebih tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga pola saluran pemasaran kopi arabika di Desa Potukullin, Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang dan saluran pemasaran I dan II yang efisien. Agar petani dapat memperoleh harga yang lebih tinggi maka disarankan kepada pemerintah daerah agar menyediakan informasi harga yang akurat di sentra-sentra produksi kopi agar harga kopi tidak hanya dinikmati oleh pedagang perantara maupun pedagang besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Enrekang. (2017). Kabupaten Enrekang dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kabupaten Enrekang.
- Desiana, C., D. Rochdiani, &C. Pardani. (2017). Analisis Saluran Pemasaran

- Biji Kopi Robusta (Studi Kasus Di desa Kalijaya, Kecamatan banjarsari Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo GALUH*, Volume 4(2): 162-173
- Mayasari, R., Sjamsir, Z., & Nurhapsa, N. (2017). Pola Distribusi dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Kota Parepare. *Jurnal Galung Tropika*, 6(3), 206 – 212.
- Nurhapsa, &Arham. (2016). Efisiensi Teknis dan Perilaku Terhadap Risiko pada usahatani Bawang Merah di Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan. Laporan Akhir Penelitian Hibah Bersaing Tahun Kedua, Universitas Muhammadiyah Parepare
- Ramdhani, D.K., E.S. Rahayu, &Setyowati. (2013). Analisis Efisiensi Pemasaran jagung (*Zea mays*) di Kabupaten Grobogan (Studi Kasus di Kecamatan Geyer). Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Sudrajat, J., J. H. Mulyo, S. Hartono, &Subejo. (2014). Analisis Efisiensi dan Kelembagaan Pemasaran Jagung di Kabupaten Bengkulu. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, Volume 3(1): 14-23.