

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

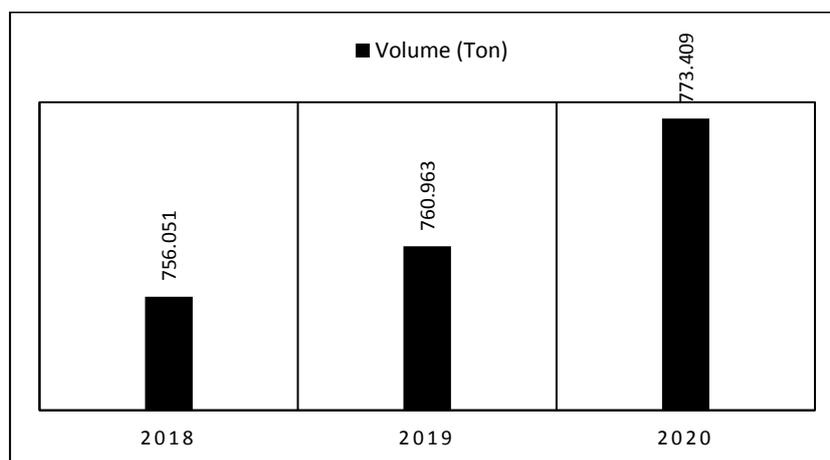
Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan cukup besar terhadap perekonomian Indonesia karena sebagai sumber penerimaan devisa negara, mendorong pertumbuhan ekonomi dan menyediakan lapangan kerja. Selain itu, sektor pertanian juga merupakan penyedia bahan baku penting bagi industri, 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 (Nurhapsa, 2016).

Dibandingkan dengan sektor lain dalam perekonomian, keunggulan lain dari sektor pertanian adalah produksi pertanian yang berbasis sumber daya dalam negeri, selain itu nilai impornya yang rendah, karena bahan baku atau input yang digunakan biasanya diproduksi di dalam negeri yang menghadapi guncangan ekonomi. (Misalnya, guncangan moneter, nilai tukar, dan fiskal) relatif lebih fleksibel. Selama krisis keuangan, ketahanan sektor pertanian terlihat jelas, dan sektor ini merupakan penyumbang terbesar transaksi valuta asing. 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).

Subsektor perkebunan memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia namun tidak diimbangi dengan peningkatan luas areal untuk tanaman perkebunan sehingga diperlukan adanya revitalisasi perkebunan. Komoditas perkebunan yang pernah berjaya di masa lalu dengan komoditas unggulan secara internasional, seperti tebu, kopi, rempah-rempah dan lain sebagainya. Revitalisasi juga harus dipandang proses untuk menyegarkan kembali perkebunan, membangun daya saing, meningkatkan kinerja, serta menyejahterahkan pelakunya, terutama petani pekebun sebagai bagian dari usaha untuk mensejahterakan seluruh rakyat (Wibowo, 2007).

Menurut Ditjenbun (2013), kopi merupakan komoditas perkebunan yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Komoditas ini menjadi sumber pendapatan utama petani dari ±1,97 juta KK yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Selain itu, komoditas ini juga berperan penting dalam peningkatan devisa negara, penyediaan lapangan kerja di sektor industri hilir, penghasil bahan baku industri, pembangunan daerah dan pelestarian lingkungan. Kontribusi nilai ekspor kopi terhadap nilai ekspor perkebunan pada tahun 2011 mencapai 23,59 persen. Besarnya kontribusi nilai ekspor kopi mencerminkan bahwa kopi layak untuk menjadi komoditas andalan Indonesia.

Daerah produksi kopi tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia. Perkembangan produksi kopi di Indonesia dari Tahun 2018 sampai dengan Tahun 2020 mengalami peningkatan.



Gambar 1. Grafik Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2018-2020 (BPS dan Direktorat Jenderal Perkebunan, 2018-2020)

Berdasarkan data dari Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi Tahunan Indonesia 2018-2020 diketahui produksi kopi pada tahun 2018 mencapai 756.051 ton. Sedangkan pada tahun 2019 produksi kopi mengalami kenaikan dengan produksi kopi mencapai 760.963 ton. Pada tahun 2020 Pulau penghasil kopi terbesar adalah Pulau Sumatera dengan jumlah produksi sebesar 551.786 ton. Sementara produsen terbesar kedua yaitu Pulau Jawa sebesar 118.613 ton. Provinsi penghasil kopi di Jawa terbesar adalah Provinsi Jawa Timur sebesar 68.769 ton, terbesar kedua yaitu Provinsi Jawa Tengah sebesar 24.456 ton, dan terbesar ketiga adalah Provinsi Jawa Barat sebesar 22.291 ton (BPS dan Direktorat Jenderal Perkebunan, 2018-2020).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Produksi kopi terbesar di Jawa Barat tersebar di beberapa Kabupaten/Kota antara lain Kabupaten Bandung, Kabupaten Bogor, Kabupaten Garut, Kabupaten Tasikmalaya dan Kabupaten Kuningan.

Tabel 1. Produksi Kopi Menurut Kabupaten (Ton) di Provinsi Jawa Barat Tahun 2018 dan 2019.

Kabupaten	Kopi (<i>Coffea</i>) (ton)	
	2018	2019
1. Bandung	6.762,20	6.825,50
2. Bogor	3.738,11	3.856,54
3. Garut	2.808,75	2.950,61
4. Tasikmalaya	1.493,00	1.498,91
5. Kuningan	1.305,74	1.286,31

Sumber: BPS Provinsi Jawa Barat dalam Angka 2020

Tabel 1. Menjelaskan bahwa Kabupaten Kuningan termasuk dalam lima Kabupaten penghasil kopi terbesar di Jawa Barat dengan hasil produksi kopi pada tahun 2018 mencapai 1.305,74 ton dan pada tahun 2019 mencapai 1.286,31 ton. Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Kuningan merupakan daerah sentra kopi yang cukup potensial di wilayah Jawa Barat.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Kuningan daerah penghasil kopi terbesar di Kabupaten Kuningan tersebar di beberapa Kecamatan salah satunya Kecamatan Cilimus dengan produksi kopi pada Tahun 2018 sebesar 103,51 ton. Salah satu desa yang memiliki potensi produksi kopi paling tinggi yaitu Desa Cibeureum. Berdasarkan informasi dari petani di Desa Cibeureum Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan jenis kopi yang menjadi unggulan dan mempunyai produksi tinggi adalah kopi robusta.

Berdasarkan hasil survey pendahuluan, kopi robusta Desa Cibeureum memiliki nilai uji citarasa sebesar 80.58 (*Specialty Grade*) yang artinya kopi memiliki aroma dan rasa yang istimewa serta diproses secara khusus dengan ketentuan khusus pula mulai dari proses awal kopi ditanam sampai disajikan dalam cangkir. Kopi robusta memiliki rasa kopi yang pahit atau tajam, pahit atau *bitter* ini berasal dari kandungan kafein yang lebih tinggi, rasa ini juga yang menjadi alasan kopi banyak digemari sebagai bahan baku kopi siap saji dan pencampur kopi racikan untuk menambah kekuatan citarasa kopi. Selain itu, biasa juga digunakan untuk membuat minuman kopi berbasis susu seperti *cappuccino*, *cafe latte*, dan *macchiato*, karena harganya relatif lebih murah. Hasil produksi usahatani kopi yang

cukup melimpah di Desa Cibeureum ini dapat meningkatkan pendapatan petani dengan memasarkan kopi kepada pedagang pengumpul, pedagang besar ataupun konsumen secara langsung. Pemilihan saluran pemasaran yang akan dilakukan oleh petani kopi di Desa Cibeureum akan berpengaruh dalam menentukan tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh petani kopi sebelum dipasarkan.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh petani kopi sebagai produsen sekaligus penerima harga dalam posisi tawar-menawar sering tidak seimbang. Seringkali dikalahkan dengan kepentingan pedagang yang terlebih dahulu mengetahui harga. Kemudian tidak semua petani memiliki akses atau fasilitas yang sama dalam memasarkan kopi sehingga dibutuhkan lembaga-lembaga pemasaran agar kopi dapat didistribusikan dengan baik. Kegiatan pemasaran dalam menyampaikan produk dari produsen ke konsumen membutuhkan biaya. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran berbeda-beda tergantung pada jenis perlakuan yang diterima produk selama proses pemasaran oleh lembaga pemasaran tersebut. Selain biaya, dalam menentukan harga produk lembaga pemasaran juga mempertimbangkan besar kecilnya keuntungan yang ingin dicapai. Besarnya biaya pemasaran dan keuntungan yang diterima pedagang perantara merupakan margin pemasaran.

Sistem pemasaran biji kopi robusta yang baik akan mengalirkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan memberi indikasi tentang perubahan penawaran dan permintaan biji kopi robusta kepada produsen. Suatu saluran pemasaran dianggap efisien apabila saluran pemasaran tersebut mempunyai nilai margin pemasaran yang relatif rendah, pendeknya saluran pemasaran serta bagian yang diterima petani tinggi. Dalam hal ini, dilakukan penelitian untuk menganalisis bagaimana saluran pemasaran biji kopi robusta, besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran biji kopi robusta di Desa Cibeureum Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

- 1) Bagaimana saluran pemasaran biji kopi robusta petik merah dan petik asal?
- 2) Berapa besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share* pemasaran biji kopi robusta petik merah dan petik asal?
- 3) Bagaimana perbandingan efisiensi saluran pemasaran biji kopi robusta petik merah dan petik asal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mendeskripsikan:

- 1) Untuk mendeskripsikan saluran pemasaran biji kopi robusta biji kopi robusta petik merah dan petik asal.
- 2) Menganalisis besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share* pemasaran biji kopi robusta biji kopi robusta petik merah dan petik asal.
- 3) Untuk membandingkan efisiensi saluran pemasaran biji kopi robusta petik merah dan petik asal.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca, khususnya:

- 1) Bagi penulis, sebagai bahan informasi yang memberikan gambaran mengenai efisiensi pemasaran biji kopi robusta.
- 2) Bagi Petani, sebagai tambahan informasi yang dapat membantu para petani untuk mengetahui seberapa efisien sistem pemasaran biji kopi robusta.

- 3) Bagi Pemerintah atau pengambil kebijakan, penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam merumuskan strategi dan kebijakan untuk mengembangkan dan memasarkan biji kopi robusta.
- 4) Bagi Pembaca, penelitian ini sebagai bahan informasi yang dapat menjadi bahan studi penelitian sejenis secara lebih mendalam dan juga sebagai perbandingan penelitian dimasa yang akan datang.