

**MARGIN PEMASARAN KOPI ARABIKA TERHADAP
PENDAPATAN PETANI DI DESA JENETALLASA
KECAMATAN RUMBIA KABUPATEN JENEPONTO**

**SERLY
105961100717**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2024**

**MARGIN PEMASARAN KOPI ARABIKA TERHADAP PENDAPATAN
PETANI DI DESA JENETALLASA KECAMATAN RUMBIA
KABUPATEN JENEPONTO**

**SERLY
105961100717**



SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S-1)

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

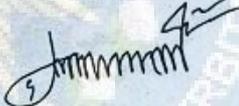
Judul : Margin Pemasaran Kopi Arabika Terhadap Pendapatan Petani di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto
Nama : Serly
Stambuk : 105961100717
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Prof. Dr. Ir. Hj. Ratnawati Tahir, M.Si
NIDN. 0012046603

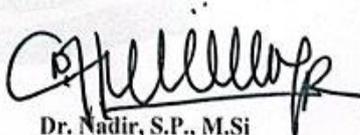

Ir. Sumarni B, S. P., M.Si., IPP., MCE
NIDN. 0931129002

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd., IPU
NIDN. 0926036803


Dr. Nadir, S.P., M.Si
NIDN. 0909068903

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Margin Pemasaran Kopi Arabika Terhadap Pendapatan
Petani di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia
Kabupaten Jenepono

Nama : Serly

Stambuk : 105961100717

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

KOMISI PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1 <u>Prof. Dr. Ir. Hj. Ratnawati Tahir, M.Si</u> Ketua Sidang	(.....)
2 <u>Ir. Sumarni B, S.P., M.Si., IPP., MCE</u> Sekretaris	(.....)
3 <u>Dr. Ir. Jumiati, S.P., M.M., IPM., MCE</u> Anggota	(.....)
4 <u>Isnaini Junais, S.TP., M.Si</u> Anggota	(.....)

Tanggal Lulus : 29 Agustus 2024

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Margin Pemasaran Kopi Arabika Terhadap Pendapatan Petani di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto**” adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Makassar, Mei 2024

Serly
105961100717

ABSTRAK

SERLY 105961100717. Margin Pemasaran Kopi Arabika Terhadap Pendapatan Petani di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto Dibimbing oleh RATNAWATI TAHIR dan SUMARNI B.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui margin pemasaran kopi arabika terhadap pendapatan petani di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto.

Informan dalam penelitian ini yaitu 13 orang petani, 3 pedagang pengepul, 2 pedagang besar dan 2 pedagang pengecer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan pemasaran kopi arabika menggunakan dua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I, petani, pedagang pengepul, pedagang besar, pedagang pengecer, dan konsumen, sedangkan saluran pemasaran II yaitu petani, pedagang pengepul, dan konsumen. Dalam penjualan kopi arabika terdapat perbedaan margin pemasaran antara penjualan kopi dalam bentuk biji dan gelondong merah (*Cherry Red*) yaitu sebesar Rp10.000/Kg untuk penjualan kopi dalam bentuk gelondong merah (*Cherry Red*), dan Rp20.000/Kg untuk penjualan kopi dalam bentuk biji, selain itu dalam penjualan kopi dalam bentuk biji dan gelondong merah memiliki perbedaan pendapatan yaitu keuntungan petani dalam penjualan kopi dalam bentuk biji sebesar Rp13.200/Kg sedangkan dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*) sebesar Rp6.500/Kg.

Kata Kunci: *Margin, Saluran Pemasaran, Kopi Arabika*

ABSTRACT

SERLY 105961100717. The Impact of Selling Arabica Coffee on Farmers' Income in Jenetallasa Village, Rumbia District, Jenepono Regency. Supervised by RATNAWATI TAHIR and SUMARNI B.

This research aims to determine the impact of selling Arabica coffee on farmers' income in Jenetallasa Village, Rumbia District, Jenepono Regency.

The informants in this research were farmers, collectors, wholesalers and retailers. The results of this research show that in marketing Arabica coffee, two marketing channels are used, namely marketing channel I, farmers, collectors, wholesalers, retailers and consumers, while marketing channel II is farmers, collectors and consumers. In the sale of Arabica coffee, there is a difference in marketing margin between the sale of coffee in the form of beans and red logs (*Cherry Red*), namely Rp. 10,000/Kg for sales of coffee in the form of red logs (*Cherry Red*), and Rp. 20,000/Kg for sales of coffee in in the form of beans, apart from that, when selling coffee in the form of seeds and red logs there is a difference in income, namely the farmer's profit from selling coffee in the form of beans is IDR 13,200/Kg while in the form of red logs (*cherry red*) it is IDR 6,500/Kg.

Keywords: *Marketing Channels, Arabica Coffee, Cherry Red, Bean Coffee*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Marjin Pemasaran Kopi Arabika Terhadap Pendapatan Petani di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. Hj. Ratnawati Tahir, M.Si, selaku pembimbing I dan Ir. Sumarni B, S.P., M.Si., IPP., MCE selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. Ibu Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd., IPU, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. Nadir, S.P., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Kedua orang tua ayahanda Dg Rabai dan ibunda Dg Tayu', dan kakak-kakakku tercinta Ratna, Sahrul dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga proposal ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga Kristal-kristal Allah senantiasa tercurah kepadanya. Amin.

Makassar, 23 Mei 2024

SERLY
105961100717

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KOMISI PENGUJI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tanaman Kopi.....	7
2.2 Saluran Pemasaran	8
2.3 Konsep Produksi	10
2.4 Konsep Pendapatan	11

2.5 Konsep Produk dan Nilai Tambah	12
2.6 Konsep Marjin.....	13
2.7 Penelitian Terdahulu	14
2.8 Kerangka Pemikiran.....	18
III. METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.5 Teknik Analisis Data.....	24
3.6 Definisi Operasional.....	24
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	28
4.1 Letak Geografis.....	28
4.2 Keadaan Sosial	32
4.3 Keadaan Umum Pertanian.....	36
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	37
5.1 Identitas Reponden.....	37
5.2 Saluran Pemasaran Kopi Arabika	39
5.3 Margin Pemasaran.....	42
5.4 Biaya Pemasaran dan Keuntungan Kopi Arabika.....	44
VI. PENUTUP	47
6.1 Kesimpulan	47
6.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49



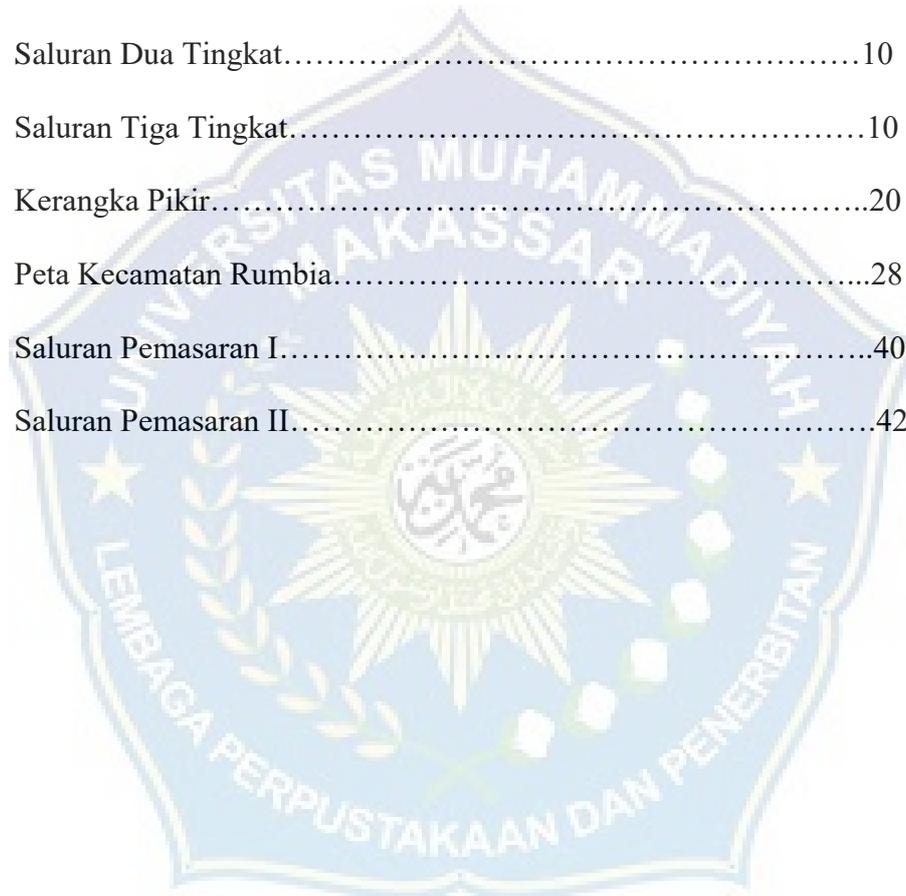
DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	14
2.	Hasil Sensus Penduduk Tahun 2021	30
3.	Keadaan Umum Pertanian.....	36
4.	Umur Responden Usahatani.....	37
5.	Umur Responden Tingkat Pendidikan	39
6.	Marjin Pemasaran Usahatani.....	43
7.	Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pada Penjualan	44



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Saluran Tingkat Nol.....	9
2.	Saluran Satu Tingkat.....	9
3.	Saluran Dua Tingkat.....	10
4.	Saluran Tiga Tingkat.....	10
5.	Kerangka Pikir.....	20
6.	Peta Kecamatan Rumbia.....	28
7.	Saluran Pemasaran I.....	40
8.	Saluran Pemasaran II.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Koesioner Penelitian.....	54
2.	Pedoman Wawancara.....	56
3.	Identitas Responden.....	58
4.	Identitas Pedagang Pengepul.....	58
5.	Identitas Pedagang Pengecer.....	59
6.	Wawancara Dengan Petani.....	60
7.	Wawancara Dengan Pedagang Besar.....	60
8.	Wawancara dengan Pedagang Pengecer.....	61
9.	Wawancara Dengan Pedagang Pengepul.....	61
10.	Surat Permohonan Penelitian.....	62
11.	Riwayat Hidup.....	63

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi ekonomi dalam perdagangan dan investasi menawarkan banyak peluang dan tantangan bagi agribisnis perkebunan di Indonesia. Kopi merupakan salah satu komoditas penting yang diperdagangkan secara luas di dunia. Selama ini di Indonesia dikenal sebagai penghasil Kopi Robusta terbesar di dunia. Meskipun kontribusi Kopi Arabika Indonesia dalam perdagangan kopi dunia secara kuantitatif kecil namun secara kualitatif sangat disukai konsumen dengan keanekaragaman jenis serta cita rasa yang spesifik (Tondok, 1999).

Menurut Najiyati dan Danarti (2004), di dunia perdagangan dikenal beberapa golongan kopi, tetapi yang paling sering dibudidayakan hanya kopi arabika, robusta dan liberika. Penggolongan kopi tersebut umumnya didasarkan pada spesiesnya, kecuali kopi robusta. Kopi robusta bukan merupakan nama spesies karena kopi ini merupakan keturunan dari beberapa spesies kopi, terutama *coffea canephora*.

Bagi bangsa Indonesia, kopi merupakan salah satu komoditi perdagangan yang memiliki kontribusi yang cukup tinggi. Selain sebagai komoditi ekspor, komoditi kopi juga merupakan kopi komoditi yang konsumsi didalam negeri. Selain itu kopi merupakan salah satu komoditas ekspor yang mampu menciptakan penyerapan tenaga kerja dengan melibatkan banyak sektor. Permasalahan petani pada umumnya masih mengusahakan tanaman kopi secara bersamaan yaitu kopi robusta dan kopi arabika (Najiyati dan Danarti, 2004).

Lebih dari 90% kopi di Indonesia diusahakan oleh rakyat. Umumnya komoditi kopi telah menjadi komoditas penting dalam bidang perekonomian beberapa provinsi penghasil kopi seperti Sulawesi Selatan, Bali, Sumatera Selatan, Sumatera Utara dan Aceh. Pada saat ini saja tanaman kopi robusta lebih dari 95%. Sedangkan selebihnya adalah kopi arabika dan jenis lainnya. Meskipun kopi robusta ini semula ditanam dan diusahakan oleh perkebunan besar, namun dalam perkembangannya tanaman ini telah banyak menjadi tanaman rakyat atau pertanian rakyat (AAK, 2009).

Perkebunan kopi berbeda dengan perkebunan lainnya yang lebih banyak dikuasai oleh perusahaan dan usaha perkebunan pemerintah. Perkebunan kopi lebih banyak dikuasai oleh rakyat. Dengan luasan kebun yang bervariasi dan semakin sempitnya lahan, menjadi efektivitas produksi menjadi beragam dengan model yang berbeda-beda pula. Permasalahan yang sering dihadapi dalam mendapatkan kopi yang berkualitas adalah kesadaran dan kemampuan petani kopi yang berbeda-beda. Sebagai missal kampanye “petik merah” adalah usaha untuk mendorong petani untuk menunggu kopi menjadi matang di petik, karena hal ini sangat mempengaruhi harga jual dan kualitas kopi yang lebih luas lagi adalah pencitraan kopi di daerah tersebut (Anggraini, 2006).

Provinsi Sulawesi Selatan merupakan salah satu daerah sentra produksi kopi dengan luas area penanaman mencapai 1.869 hektare. Berdasarkan dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi kopi sulsel rata-rata setiap tahunnya mencapai 1.009 ton. Pada rentang waktu tahun 2000-2017, produksi kopi arabika Sulawesi Selatan mencapai 666,992 ton. Lokasi produksinya tersebar pada tujuh

kabupaten. Produksi kopi robusta di atas 1000 ton per tahun di hasilakan di Kabupaten Bulukumba, Bantaeng, Sinjai, Pinrang, Luwu Utara dan Toraja. Sementara kopi arabika di Kabupaten Toraja, Enrekang, Jeneponto dan Gowa yang produksinya juga masing-masing mencapai di atas 1000 ton per tahun. Di bandingkan jumlah produksi yang di hasilkan dengan kebutuhan akan konsumsi, maka produksi tersebut belum mencapai seperti yang di harapkan. Kebutuhan konsumsi domestic, dan nasional masi tinggi. Di samping itu permintaan dunia terus meningkat setiap tahun (Statistic, 2018).

Menurut Data BPS (2010). Kabupaten Jeneponto merupakan daerah dengan total produksi paling besar untuk kopi arabika. Tanaman kopi arabika dapat dengan mudah dijumpai hampir di seluruh daerah di Kabupaten Jeneponto. Sebagian besar penduduk yang ada di Kabupaten Jeneponto memiliki areal penanaman kopi di areal pemukimannya. Luas tanam masing-masing petani kopi bervariasi. Kopi arabika termasuk kopi yang dominan selain kopi robusta. Petani banyak menanam kopi arabika karena umur produksinya yang relative cepat. Kemudian dapat dijual dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*).

Sebagian besar petani kopi menjual kopi arabika dalam bentuk kopi *cherry red*. Harga yang di tawarkan Rp 6.000 – Rp 9.000 untuk kilogramnya padahal apabila dilakukan pengolahan minimal pengeringannya menjadi kopi biji harga kopi yang dibeli oleh pedagang pengumpul bisa mencapai Rp 18.000 – Rp 25.000 untuk setiap kilogramnya. Selain itu kopi di jual juga dalam bentuk biji oleh para petani. Dan hanya sedikit saja yang mengolah dalam bentuk kopi bubuk yang siap untuk dibuat minuman. Kurangnya minat para petani untuk menjual dalam bentuk

kopi bubuk disebabkan antara lain karena penjualan dalam bentuk biji lebih mudah dan langsung mendapatkan keuntungan, sementara untuk kopi bubuk di butuhkan modal waktu dan keahlian tertentu.

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi petani menjual kopi arabika dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*). Penjualan dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*) merupakan penjualan yang paling praktis dan ekonomis, petani dapat menghemat waktu dan efisiensi tenaga kerja. Selain itu penjualan kopi arabika dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*) mampu mengurangi resiko petani terhadap kondisi kopi arabika, karena kopi arabika merupakan kopi yang membutuhkan perlakuan khusus dalam pengolahannya.

Penjualan kopi arabika dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*), kopi biji maupun bubuk kopi memiliki kontribusi masing-masing. Marjin penjualan yang di hasilkan satu sama lain pun berbeda. Margin merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani (Widodo, 2008).

Dari uraian di atas, apabila dikaji secara luas dan mendalam ternyata margin yang di terima oleh petani dari harga konsumen merupakan suatu indikator umum dalam mengukur tingkat pendapatan khususnya ekonomi petani kopi arabika. Pendapatan petani pada dasarnya terletak pada bagian yang di terimanya atas penjualan hasil usahatannya yang relative tidak banyak pula. Semakin besar bagian dari pembeli konsumen di terima petani (produsen) maka semakin tinggi kesejahteraannya.

Agar keunggulan kopi arabika dapat memberikan kontribusi yang maksimal terhadap peningkatan ekonomi petani dan ekonomi masyarakat desa maka perlu dilakukan penelitian secara langsung mengenai faktor-faktor yang memengaruhinya. Serta dapat diketahui mengenai bagaimana pengaruh penjualan kopi arabika dalam bentuk gelondong merah terhadap ekonomi petani kopi arabika Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka di rumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran Kopi Arabika di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto?
2. Berapa besar margin pemasaran petani menjual kopi arabika yang diterima petani di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui saluran pemasaran Kopi Arabika yang ada di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto.
2. Mengetahui berapa margin pemasaran petani menjual kopi arabika di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto.

I.4 Kegunaan Penelitian

1. Bahan informasi, umumnya bagi petani kopi di Provinsi Sulawesi Selatan dan khususnya bagi petani kopi di Kabupaten Jeneponto.
2. Bahan informasi dan referensi bagi peneliti lainnya khususnya yang berhubungan dengan penelitian ini.
3. Bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak pembuat keputusan dalam mengambil kebijakan pembangunan pertanian.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman Kopi

Tanaman kopi merupakan tanaman perkebunan yang penting di Indonesia. Sejarah perkopian di Indonesia mencatat bahwa pertama kali masuk ke Indonesia sekitar tahun 1699 yang merupakan jenis kopi arabika pada sejak abad ke-18. Kopi arabika menjadi andalan ekspor utama Indonesia, jenis kopi arabika tersebut menyebar ke berbagai wilayah di Indonesia dengan nama sesuai dengan arah pengembangannya selain yang di kenal sebagai kopi Jawa di antaranya di kenal dengan nama kopi gayo, kopi sidikalang, dan kopi toraja (Syamsulbahri, 1996).

Kopi adalah tanaman tropis pada dasarnya sekitar 30 jenis spesies dari genus dan sampai saat ini hanya tiga jenis kopi, yaitu robusta, arabika dan liberika. Tanaman kopi bisa mencapai 4-6 meter pada usia yang matang, pada awal masa berbuah, Bungan tumbuh selama sekitar 6-7 bulan yang kemudian menjadi buah kopi. Biji buah kopi yang hijau lama kelamaan berubah menjadi merah dan siap untuk di petik. Kopi bisa tumbuh di beberapa belahan dunia di Negara tropis seperti di Asia Selatan, Amerika Tengah, Amerika Selatan, Afrika dan Indonesia. Di Indonesia tanaman kopi banyak ditemukan di Sumatera, Jawa, Nusa Tenggara sampai Papua.

Tanaman kopi yang sudah cukup dewasa dengan di pelihara dengan baik dapat menghasilkan ribuan bunga. Bunga tersusun dalam kelompok, masing-masing terdiri dari 4-6 kuntum bunga pada setiap ketiak daun dapat menghasilkan 2-3 kelompok bunga sehingga setiap ketiak daun dapat menghasilkan 8-18

kuntum bunga atau setiap buku menghasilkan 16-36 kuntum bunga. Bila bunga sudah dewasa, kelopak dan mahkota akan membuka sehingga terjadi penyerbukan, setelah itu bunga akan berkembang menjadi buah. Ciri-cirinya adalah mahkota bunga tampak mengering dan berguguran, kemudian kulit buah berwarna hijau semakin membesar bila sudah tua kulitnya menguning, lalu menjadi merah tua. Waktu yang di perlukan sejak terbentuknya bunga hingga buah menjadi matang sekitar 6-8 bulan untuk kopi arabika (Najiyati dan Danarti 2004).

Tanaman kopi arabika memiliki persyaratan tumbuh dan hasil produksi seperti: ketinggian antara 700-1700 mdpl dan suhu 16-20° C, daerah yang memiliki iklim kering atau bulan kering selama 3 bula/tahun secara berturut-turut, yang sesekali mendapat kiriman hujan. Produksi rata-rata 4,5-5 ku kopi beras/ha/th, harga kopi jenis arabika lebih tinggi di banding jenis kopi lain. Dalam pengelolaan yang baik, hasil panen bisa mencapai 15-20 ku/ha/th, dengan rendemen ±18%. Beberapa varietas kopi yang termasuk kopi arabika dan banyak di usahakan di Indonesia antara lain; Abesinia, Pasuma, Marago dan Congensis. Masing-masing varietas memiliki sifat yang berbeda (Najiyati dan Danarti, 2004).

2.2 Saluran Pemasaran

Secara umum pemasaran di anggap sebagai proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Dalam pemasaran ini barang-barang mengalir dari produsen sampai kepada konsumen akhir yang di sertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan (Sudiyono, 2004).

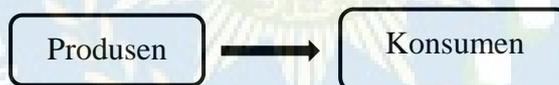
Bentuk-bentuk saluran pemasaran dapat dibedakan menjadi beberapa macam yaitu:

1. Saluran distribusi langsung, dalam distribusi ini pengusaha berusaha untuk menyalurkan barang-barang yang di beli konsumen secara langsung ketempat konsumen tinggal.
2. Saluran distribusi tidak langsung dalam hal ini pengusaha menggunakan pihak luar untuk membantu menyalurkan barang-barangnya ke konsumen (G. Indriyo, 2008).

Adapun saluran pemasaran untuk barang konsumsi (K, Philip 1993 dalam A, Lensa 2019) yaitu:

1. Saluran Tingkat Nol

Saluran ini sering disebut juga saluran pemasaran langsung, yang terdiri dari produsen yang menjual langsung kepada konsumen.



Gambar 1. Saluran Tingkat Nol

2. Saluran Satu Tingkat

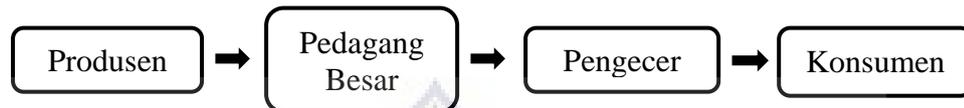
Saluran satu tingkat terdapat satu perantara penjualan. Di dalam pasar konsumen, perantara sekaligus bertindak sebagai pengecer.



Gambar 2. Saluran Satu Tingkat

3. Saluran Dua Tingkat

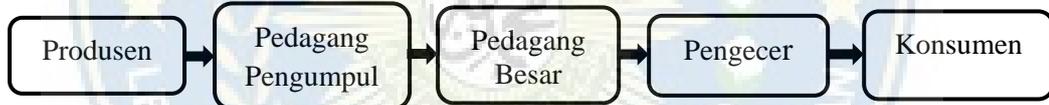
Saluran ini terdapat dua perantara yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer. Di dalam pasar konsumen mereka merupakan pedagang besar dan pedagang pengecer.



Gambar 3. Saluran Dua Tingkat

4. Saluran Tiga Tingkat

Saluran ini terdapat tiga perantara penjualan yaitu agen, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Saluran ini adalah saluran terpanjang dari ke empat tingkatan saluran pemasaran, karena produsen menggunakan tiga perantara untuk mencapai ke konsumen akhir.



Gambar 4. Saluran Tiga Tingkat

2.3 Konsep Produksi

Produksi adalah suatu proses mengubah kombinasi berbagai *input* menjadi *output*, pengertian produksi tidak hanya terbatas pada proses pembuatan saja, tetapi juga penyimpanan, distribusi, pengangkutan, pengemasan kembali, hingga pemasaran hasilnya. Istilah produksi berlaku untuk barang maupun jasa bahkan sebenarnya perbedaan antar barang dan jasa itu sendiri dari sudut pandang ekonomi sangat tipis keduanya sama-sama di hasilkan dengan mengerahkan modal dan tenaga kerja. Setiap produsen dalam melakukan kegiatan produksi di asumsikan dengan tujuan memaksimalkan keuntungan (Pracoyo, 2006).

Di dalam ekonomi kita kenal apa yang di sebut fungsi produksi yaitu suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara hasil produksi fisik (*output*) dengan faktor-faktor prodksi (*input*). Hubungan kedua variabel (*imput* dan *output*) tersebut di nyatakan dalam bentuk persamaan, sebagai berikut:

$$Q = f (K, L, N, \text{ dan } T)$$

$Q = \text{output}$

$K = \text{Jumlah modal}$

$L = \text{Jumlah tenaga kerja}$

$N = \text{Sumber daya alam}$

$T = \text{Teknologi}$

Besarnya jumlah *output* yang di hasilkan tergantung dari penggunaan *input-input* tersebut. Jumlah *output* dapat di tingkatkan dengan cara meningkatkan penggunaan jumlah *input* K, L, dan N atau meningkatkan teknologi (Bangun, 2007).

2.4 Konsep Pendapatan

Pendapatan usahatani (pd) adalah selisih antara penerimaan (TR) dan semua biaya (TC). Jadi, $pd = TR - TC$. Penerimaan usahatani (TR) adalah perkalian antara produksi yang di peroleh (Y) dengan harga jual (Py). Biaya usahatani biasanya di klarifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variabel cost*). Biaya tetap (FC) adalah biaya yang relative tetap jumlahnya dan terus di lakukan walaupun produksi yang di peroleh banyak atau sedikit. Biaya variabel (VC) adalah biaya yang besar kecilnya di pengaruhi oleh produksi yang di peroleh, contohnya biaya tenaga kerja (Bangun, 2007).

2.5 Konsep Produk dan Nilai Tambah

Secara prinsip pengembangan dan pengolahan produk dilakukan adalah untuk memperbaiki penampilan produk, sehingga pembeli lama mau membeli lagi produk dengan penampilan baru (bentuk, ukuran, gaya dan kemasan). Karena pelanggan merasa mendapat kepuasan dari produk lama (Yusuf, 2007).

Berdasarkan Yusuf (2007), yang menyatakan bahwa pengembangan produk seringkali di gunakan untuk memperpanjang daur hidup produk yang sudah ada, atau untuk memanfaatkan reputasi ataupun merek favorit. Pemikirannya adalah menarik minat pelanggan yang puas untuk membeli produk baru sebagai akibat pengalaman positif mereka dengan produk sebelumnya.

Pemahaman tentang komponen-komponen pengolahan memerlukan pemahaman fungsi-fungsinya. Dari segi teknis, tiga tujuan pengolahan agroindustri adalah merubah bahan baku menjadi mudah di angkut, di terima konsumen, dan tahan lama. Fungsi pengolahan harus pula di pahami sebagai kegiatan strategis yang menambah nilai dalam mata rantai produksi dan menciptakan keunggulan kompetif. Sasaran-sasaran ini di capai dengan merancang dan mengoperasikan kegiatan pengolahan yang hemat biaya atau dengan meragamkan produk. Selain itu fungsi pengolahan harus dapat meningkatkan nilai tambah produk tersebut (Soekartiwi, 2000).

Nilai tambah adalah perbedaan antara nilai dari output suatu perusahaan atau suatu industry, yaitu total pendapatan yang di terima dari penjualan output tersebut, dan biaya masukan dari bahan-bahan mentah, komponen-komponen atau jasa-jasa yang dibeli untuk memproduksi komponen tersebut. Nilai tambah ini

merupakan nilai yang di tambahkan oleh suatu perusahaan ke bahan-bahan dan jasa-jasa yang di belinya melalui produksi dan usaha-usaha pemasarannya (Yusuf, 2007).

Menurut Said dkk (2004), alternatif teknologi yang tersedia untuk pengolahan hasil-hasil pertanian bervariasi mulai dari teknologi tradisional yang di gunakan oleh industry kecil (*cottage industry*) sampai kepada teknologi canggih yang biasanya di gunakan oleh industry besar. Dengan demikian alternatif teknologi tersebut bervariasi dari teknologi yang padat karya sampai teknologi yang padat modal.

Pada tahap-tahap produksi, setiap perusahaan industry pengolahan pertanian terdiri dari komponen-komponen fisik sebagai berikut:

- a. Penerimaan dan penyimpanan bahan mentah
- b. Pengkondisian bahan mentah
- c. Pengolahan utama (pemisahan, pemusatan, pencampuran, dan stabilitas)
- d. Pengemasan
- e. Penyimpanan produk-produk yang dihasilkan
- f. Pengiriman produk-produk yang di hasilkan

2.6 Konsep Marjin

Menurut Rismayani (2007), asumsi dasar teori harga tata niaga produk pertanian adalah bahwa produsen bertemu langsung dengan konsumen akhir sehingga harga pasar merupakan perpotongan antara kurva penawaran dan permintaan. Akan tetapi pada realitasnya, aliran produk pertanian dari produsen ke konsumen harus menempuh jarak dan rantai pemasaran yang panjang.

Profit margin adalah rasio pendapatan terhadap penjualan yang diperoleh dari selisih antara penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan di bagi dengan penjualan bersih. Rasio ini mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu dan juga menilai kemampuan manajemen perusahaan untuk mengontrol berbagai pengeluaran yang langsung di gunakan dalam menghasilkan penjualan yaitu pengeluaran untuk pembelian bahan baku, tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik.

Menurut Widodo (2008), menyebutkan bahwa margin laba kotor (*gross profit margin*) merupakan ukuran yang paling tepat untuk melihat profitabilitas. Perubahan kecil dalam rasio ini akan mengindikasikan pergerakan yang cukup besar dalam profitabilitas. Dengan demikian *profit margin* yang tinggi sangat di inginkan karena mengindikasikan laba yang di hasilkan melebihi harga pokok penjualan.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabe 1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Yusuf, (2007)	Analisis Usaha dan Nilai Tambah Produk Kerupuk Berbahan Baku Ikan dan Udang (Studi Kasus di Perusahaan Sri Tanjung Kabupaten Indramayu.	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keragaman usaha pengolahan kerupuk dan udang dan menganalisis besarnya nilai tambah dari produk kerupuk ikan dan udang. Penelitian ini dilakukan di perusahaan Sri Tanjung pada bulan Oktober 2007 sampai Mei 2007. Metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis finansial dan analisis nilai tambah. Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa usaha

pengolahan kerupuk ikan dan kerupuk udang layak dilaksanakan dari beberapa parameter finansial seperti keuntungan yang diperoleh dalam satu kali proses produksi kerupuk ikan dan kerupuk udang sebesar Rp. 2.281.163 dan 2.257.163. Benefit Cost Ratio (BCR) dari usaha pengolahan kerupuk ikan dan udang sebesar 1.09 dan 1.11 Break Event Point (BEP) produksi kerupuk ikan dan kerupuk udang sebanyak 42.215/kg dan 41.436/kg BEP harga kerupuk ikan dan udang sebesar Rp. 77.871/kg dan Rp. 62.946/kg. Pay Back Period (PBP) kerupuk ikan dan kerupuk udang yaitu 1,09 tahun dan 1,21 tahun setelah kerupuk di jalankan. Nilai tambah produksi kerupuk ikan sebesar Rp. 38.287/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 55,20%, sedangkan nilai tambah pada produk keupuk udang sebesar Rp. 148.347/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 75,52%. 10 hal mengindikasikan bahwa kegiatan pengolahan memberikan kontribusi yang cukup terhadap nilai tambah ekonomi dan nilai tambah produk.

2	Bangun, Dkk (2007)	Strategi Peningkatan Pendapatan Petani dan Pemasaran produk Kopi Arabika di Kabupaten Malang	Rata-rata pendapatan petani kopi arabika dalam satu musim panen adalah Rp. 1.164.083,3 dan nilai R/C-racio adalah 2,84. Ada tiga model saluran pemasaran kopi arabika pada daerah penelitian dan margin pemasaran pada pedagang tingkat distrik dan pengecer cukup besar, sedangkan untuk margin pemasaran pada pedagang tingkat kabupaten dan provinsi sangat besar karena terjadi pengolahan produksi menjadi kopi bubuk dan diberi kemasan.
3	Nailul Khairati, (2011)	Pengaruh Penjualan Kopi Arabika Dalam Bentuk Buah Panen (<i>cherry red</i>) Terhadap Ekonomi petani Desa Tanjung Beringin Kabupaten Dairi	Bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi petani menjual kopi arabika dalam bentuk gelondong merah. Mengetahui berapa margin penjualan petani menjual kopi arabika dalam bentuk gelondong merah dan biji kopi, mengetahui bagaimana perbedaan pendapatan penjualan kopi arabika dalam bentuk gelondong merah dan biji kopi. Penelitian ini dilaksanakan pada September-November 2011 di Desa Tanjung Beringin Kecamatan Sumbul Kabupaten Dairi. Jumlah responden petani sebanyak 43 sampel yang diperoleh dengan menggunakan teknik sampel acak sederhana dengan menggunakan rumus <i>slovin</i> ,



untuk pedagang perantara yang terlibat terdiri dari pedagang pengumpul 5 sampel dan pedagang besar 2 sampel, penentuannya sampel dengan menggunakan metode *accidental*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif dengan uji kendall's, metode analisis marjin dan statistic arametric dengan uji t-berpasangan. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa (1) faktor yang mempengaruhi petani menjual dalam bentuk gelondong merah adalah umur tanaman, jumlah permintaan, tenaga kerja, keadaan cuaca, dan efisiensi waktu. (2) marjin keuntungan rata-rata untuk petani menjual dalam bentuk gelondong merah sebesar Rp. 4.236,11 dengan share marjin sebesar 65,17% sedangkan dalam bentuk kopi biji sebesar Rp. 12.988,86 dengan share marjin sebesar 64,944%. (3) pendapatan dalam bentuk kopi biji lebih besar daripada dalam bentuk gelondong merah, dimana pendapatan rata-rata untuk penjualan kopi biji adalah Rp. 6.856.906,969/tahun atau setara dengan Rp. 571.408,91/bulan sedangkan pendapatan rata-rata gelondong merah adalah Rp. 6.353.186,039/tahun atau setara dengan Rp. 529.432,17/bulan.

Faktor-Faktor <i>Marketing mix</i> dalam Pembelian Produk Luwak <i>White Koffie</i> instan di Pasar Swalayan Kota Surakarta	konsumen dalam membeli produk Luwak <i>White Koffie</i> instan di pasar Swalayan Kota Surakarta adalah merek, jenis kemasan, gambar dan warna, volume kemasan, kecepatan alir, kemudahan larut, aroma, rasa, penataan di swalayan, kenyamanan swalayan, isi pesan iklan dan tampilan iklan.
---	--

Persamaan penelitian ini yaitu pada teknik penentuan informan dimana teknik yang digunakan adalah *simple random sampling* dimana proses pengambilan sampel anggota populasi dari populasi dipilih satu persatu secara random (semua mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih) dimana jika sudah dipilih tidak dapat dipilih lagi dan siapa saja pedagang kopi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan metode analisis finansial dan metode pada penelitian ini yaitu metode uji kendall's dimana diberikan opsi jawaban mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.

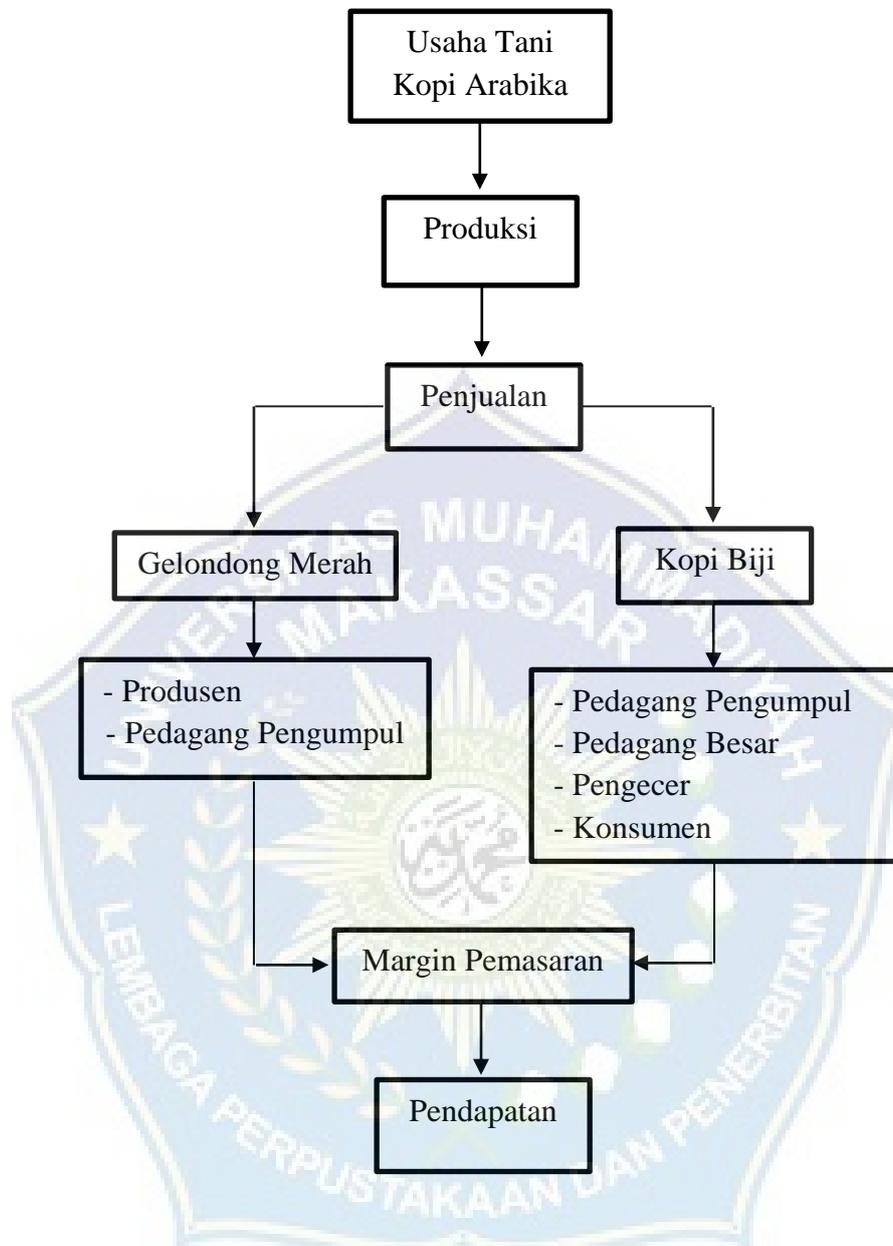
2.8 Kerangka Pemikiran

Usaha kopi arabika merupakan suatu kegiatan yang produktif bagi masyarakat di daerah Kabupaten Jeneponto. Dalam melakukan usahatani petani pasti membutuhkan *input* produksi yang di perlukan untuk menghasilkan *output* usahatani kopi. *Output* langsung dari usahatani kopi arabika adalah berupa produksi kopi arabika dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*). Petani dalam

menjual hasil produksinya dapat menggunakan alternative bentuk penjualan kopi arabika sesuai kebutuhan dan permintaan.

Penjualan kopi arabika dapat berupa gelondong merah (*cherry red*) secara langsung atau perlakuan pasca panen dan pengolahan seperti kopi biji. Dalam penjualan kopi arabika dapat berupa gelondong merah (*cherry red*) terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain kualitas kopi, umur tanaman, iklim dan cuaca, tenaga kerja, dan efisiensi waktu.

Kopi arabika dapat di jual dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*) dan kopi biji, masing-masing penjualan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Perbedaan margin penjualan untuk masing-masing produk merupakan hal yang paling terlihat, setiap margin penjualan berbeda satu sama lain. Margin harga parsial petani dan margin harga keseluruhan petani juga berbeda satu sama lain. Khususnya penjualan kopi arabika dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*) merupakan penjualan yang harganya paling rendah akan tetapi pelaksanaannya paling praktis dan mudah. Penjualan dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*) akan berdampak pada ekonomi petani kopi arabika. Pengaruh tersebut bisa saja secara langsung terhadap petani atau secara tidak langsung pada pihak-pihak yang terlibat dalam usahatani kopi arabika yang umumnya merupakan masyarakat desa di daerah penelitian.



Gambar 5. Kerangka Pikir

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto. Daerah penelitian dipilih secara dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan daerah dengan luas panen yang besar untuk komoditi kopi arabika di Kabupaten Jeneponto. Penelitian dilaksanakan mulai bulan Desember 2021 sampai Februari 2022 di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto.

3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah berjumlah 15 orang atau 4% dari petani kopi yang ada di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sensus, dimana seluruh elemen populasi akan diteliti satu persatu secara keseluruhan tanpa terkecuali. Adapun yang menjadi kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu, jarak akses ke lokasi petani mudah di jangkau dan umur yang relatif produktif, sehingga memudahkan dalam pengambilan data. Adapun informan dari pedagang pengumpul sebanyak 3 orang, dan pedagang pengecer sebanyak 2 orang. Untuk memperoleh informasi tambahan mengenai saluran pemasaran.

Jumlah pedagang yang ada di Desa Jenetallaasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto, sebanyak 5 orang yang terdiri dari 3 orang pedagang pengumpul dan 2 orang pedagang pengecer. Adapun yang menjadi kriteria

informan dalam penelitian ini yaitu, Pengambilan informan dari pedagang pengumpul sebanyak 3 orang dikarenakan dari ke 3 orang tersebut merupakan orang yang dapat di percaya memeberikan informasi yang dibutuhkan dalam saluran pemasaran kopi ke pedagan pengumpul sedangkan untuk pedagang pengecer diambil sebanyak 2 orang dikarenakan juga dapat dipercaya dalam memberikan informasi tambahan tentang saluran pemasaran sehingga alur saluran dari petani hingga sampai kepedagang pengecer

1.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang memberikan informasi mengenai data berdasarkan sumbernya, sumber data terbagi menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui proses wawancara secara langsung kepada pemilik perusahaan dengan menggunakan daftar pertanyaan (*koesioner*) yang merupakan sebagai alat bantu dalam pengumpulan data.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah di kumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi, data ini juga dapat di temukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari majalah, dan lain sebagainya.

1.3.1 Jenis Data

a. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat di ukur (*measurable*) atau di hitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan. Variabel dalam ilmu statistika adalah atribut, karakteristik, pengukuran yang mendeskripsikan suatu kasus atau objek penelitian.

b. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berupa kata, kalimat, gambaran yang bersumber dari hasil wawancara dan pengamatan langsung di lapangan, mengenai keterampilan petani dalam pasca panen kopi arabika.

1.4 Teknik Pengumpulan Data

teknik pengumpulan data yang digunakan ada tiga tahap di antaranya:

1. Observasi

Metode observasi ini digunakan dalam rangka mencari informasi lokasi penelitian, untuk mendapatkan gambaran umum lokasi penelitian dan mengetahui aktifitas pengolahan kopi.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan menggunakan kuisioner melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan responden. Metode ini digunakan untuk memperoleh data proses pengolahan kopi arabika.

3. Dokumentasi

Dokumentasi penelitian ini menggunakan data sekunder daerah penelitian ini seperti jenis tanah, monografi lokasi penelitian dan foto-foto yang bisa menunjang kegiatan penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif. Untuk data kuantitatif yaitu merupakan pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkret, teramati dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Sedangkan untuk data kualitatif merupakan penelitian yang dalam kegiatannya peneliti tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data dan dalam memberikan penafsiran terhadap hasilnya.

1. Menurut Sudiyono 2014, Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran pada tingkat petani yaitu :

$$Mp = Hk - Hp$$

Dimana:

Mp= Margin pemasaran

Hk= Harga ditingkat konsumen

Hp = Harga ditingkat petani

3.6 Definisi Operasional

1. Petani kopi adalah orang yang melakukan usahatani kopi arabika sebagai mata pencaharian pokoknya dan menjual kopi arabika dalam bentuk gelondong merah (*cherry red*).

2. Usahatani kopi adalah kombinasi yang tersusun dari faktor produksi yaitu modal, alam, tenaga kerja, dan keahlian yang di tujukan untuk proses produksi yang nantinya menghasilkan output dan keberhasilannya tergantung kemampuanpetani mengelolahnya.
3. Usaha pengolahan kopi adalah setiap usaha pengolahan kopi yang berproduksi secara *continue* di daerah penelitian.
4. Pedagang pengumpul adalah mereka yang aktif mengumpulkan dan menyalurkan kopi dari produsen ke pedagang perantara berikutnya.
5. Pedagang besar adalah mereka yang membeli kopi arabika dari pedagang pengumpul yang di teliti.
6. Produksi adalah semua hasil tanaman kopi arabika yang di budidayakan petani kopi dalam bentuk gelondong merah (kg).
7. Marjin penjualan adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang di terima petani.
8. Curahan tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja yang digunakan dalam setiap tahapan kegiatan usahatani kopi arabika (HOK).
9. Luas lahan adalah areal pertanaman kopi yang dimiliki oleh petani di ukur dengan satuan hektar.
10. Teknologi merupakan peralatan yang di manfaatkan petani dalam membantu mengelola usahatannya.
11. *Price spread* adalah perbedaan dua tingkat harga dan menunjukkan jumlah yang di perlukan untuk menutupi biaya barang-barang.

12. *Share margin* adalah angka-angka *prce spread* di perankan terhadap harga beli akhir.



IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

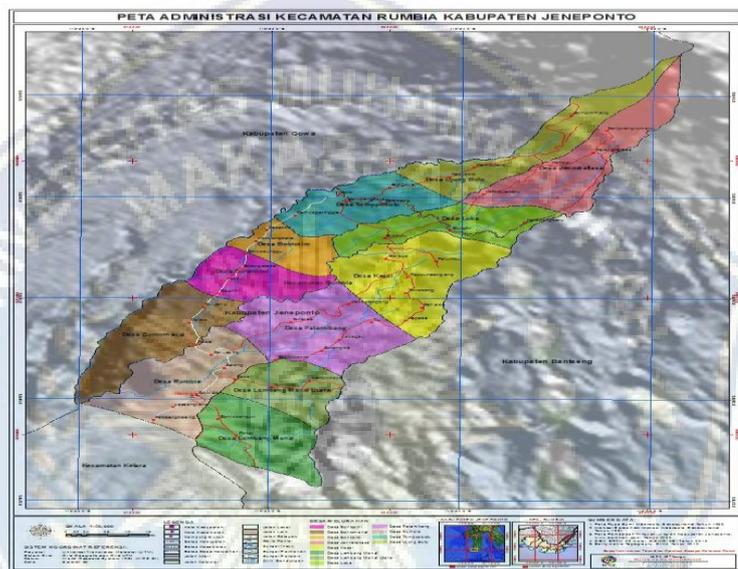
4.1 Letak Geografis

Desa Jenetallasa adalah salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki luas wilayah sekitar 3,21 Km atau sekitar 5,27% dari luas wilayah Kecamatan Rumbia. Kecamatan Rumbia sendiri memiliki jarak kurang lebih 36 Km dari ibu kota Kabupaten dengan jarak tempuh berkisar 60-90 menit, dalam perjalanan dari titik ibu kota Kabupaten Jeneponto menuju Kecamatan Rumbia tersebut melewati tiga kecamatan sebelumnya antara lain Kecamatan Binamu, Kecamatan Turatea dan Kelara dengan akses jalan yang cukup berbahaya karena kondisi jalan yang bergelombang dan berkelok-kelok serta beberapa titik jurang yang terjal.

Desa Jenetallasa merupakan desa yang letaknya sangat strategis karena merupakan desa yang terletak diantara Kabupaten Jeneponto, Kabupaten Gowa dan Kabupaten Bantaeng serta memiliki jalur transportasi yang dapat menghubungkan 4 desa yaitu Desa Ujungbulu, Desa Kassi, Desa Loka dan Desa Bontotiro serta Desa Jenetallasa juga merupakan desa paling jauh dari ibukota Kecamatan Rumbia yang memiliki jarak 23 Km dapat dengan menggunakan sepeda motor 30 menit dan kendaraan roda 4 dapat ditempuh selama 40 menit sedangkan jarak ke ibu kota kabupaten 36 Km dengan jarak dengan jarak tempuh menggunakan sepeda motor selama 60 menit dan kendaraan roda 4 dapat ditempuh selama 90 menit pada umumnya masyarakat Desa Jenetallasa menggunakan kendaraan roda 2 dan 4. Luas wilayah Desa Jenetalla dibagi

menjadi tiga area yaitu persawahan, perkebunan dan perumahan penduduk dengan batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan kawasan Hutan Kabupaten Gowa
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Loka
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Bantaeng
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Ujung Bulu dan Desa Tompobulu



Gambar 6. Peta Kecamatan Rumbia

Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto memiliki 6 (Enam) dusun yang terdiri:

1. Dusun Bontomasugi
2. Dusun Pannakukang
3. Dusun Kacicci
4. Dusun Pattallassang
5. Dusun Pannambungang
6. Dusun Parangtallasa

Letak geografis Desa Jenetallasa merupakan Desa yang termasuk Desa yang berada pada dataran tinggi yang memiliki ketinggian berkisar antara 620-1641 meter diatas permukaan laut oleh karena itu Desa Jenetallasa memiliki lahan pertanian yang sangat luas terkhusus lahan perkebunan dan biasa juga dijuluki desa penghasil tanaman sayur-sayuran, kopi, cengkeh. Luas perkebunan Desa Jenetallasa 404,32 Ha, luas persawahan 69,20 Ha dan luas perumahan 29,68 Ha.

Desa Jenetallasa juga merupakan Desa yang berada diatas bukit maka Desa Jenetallasa kaya akan sumber daya alam termasuk penghasil sayur-sayuran dan tanaman perkebunan seperti kopi, cengkeh dan kakao serta beberapa tahun ini masyarakat telah mulai beternak sapi. Desa Jenetallasa memiliki dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau, musim hujan terjadi antara bulan November sampai bulan April, sedangkan musim kemarau terjadi antara bulan Mei sampai bulan Oktober. Desa Jenetallasa beriklim tropis dengan tipe iklim yang memiliki bulan basah 5-6 bulan dan bulan lembab 2-4 bulan dikarenakan Desa Jenetallasa berada diketinggian 600-1527 meter. Jumlah rata-rata curah hujan Desa Jenetallasa selama beberapa tahun ini mencapai 1.535 mm dengan rata-rata jumlah hari hujan 100 hari curah hujan tertinggi jatuh pada bulan Januari dan Februari sedangkan curah hujan terendah yakni pada bulan Juli, Agustus dan September. Desa Jenetallasa dilalui aliran sungai yang digunakan sebagai sumber air irigasi oleh masyarakat untuk mengairi area persawahan yang ada diwilayah Desa Jenetallasa, pada musim hujan maka irigasi yang digunakan hanya cukup untuk musim hujan saja itupun terkadang juga tidak merata sehingga boleh dikatakan masih sangat susah.

Untuk keperluan masyarakat Desa Jenetallasa sudah menggunakan sarana perpipaan yang berasal dari pegunungan dan menggunakan bak penampung air yang digunakan sebagai alat penampungan air, walau berdasarkan kesehatan masih sangat jauh dari dari standar kesehatan namun telah dimanfaatkan oleh semua warga yang ada di Desa Jenetallasa dan digunakan juga untuk mengairi perkebunan masyarakat sehingga sering terjadi kekurangan air minum bagi rumah tangga pada musim kemarau dikarenakan pengelolaan yang masih perlu ditingkatkan.

4.2 Keadaan Sosial

4.2.1 Sosial Ekonomi Masyarakat

Dilihat dari jumlah penduduk Desa Jenetallasa termasuk Desa terbesar ke 7 di Kecamatan Rumbia berdasarkan hasil sensus pada tahun 2021 maka jumlah penduduk Desa Jenetallasa masih dalam keadaan kurang padat dengan melihat jumlah penduduk yang hanya 1994 jiwa untuk rinciannya dapat dilihat berdasarkan hasil sensus yang telah dilaksanakan oleh kader pemberdayaan masyarakat (KPM) Desa Jentallasa pada tahun 2021 dalam table berikut:

Tabel 2. Hasil Sensus Penduduk Tahun 2021

Nama Dusun	Jumlah (Jiwa)		Total (Jiwa)
	L	P	
Bontomasugi	223	115	338
Pannakkukang	78	109	187
Kacicci	241	230	471
Pattallasang	225	215	440
Parangtallasa	157	173	330
Pannambungang	82	146	228
Jumlah	1006	988	1994

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2021

Tingkat pertumbuhan penduduk masih relative rendah dikarenakan keaktifan kader posyandu dan kader PKK dan didampingi oleh petugas kesehatan dari puskesmas dan Kecamatan dalam memberi pemahaman kepada seluruh masyarakat tentang pentingnya KB sehingga pertumbuhan penduduk masih sangat rendah. Berdasarkan tingkat kesejahteraan masyarakat Desa Jenetallasa yang berjumlah 557 KK dan jumlah rumah sebanyak 491 unit.

a. Sektor Pertanian

Masyarakat Desa Jenetallasa untuk saat sekarang membudidayakan jenis tanaman pertanian yaitu padi dan jagung masih sedangkan tanaman hortikultura yaitu tanaman seperti sayur-sayuran berupa wortel, sawi, cabe dan kakao namun disaat sekarang para petani cenderung menanam sayur-sayuran dikarenakan nilai jual yang begitu tinggi pada musim kemarau harga sayur-sayuran sangat tinggi.

b. Sektor Peternakan

Masyarakat Desa Jenetallasa disamping bekerja sebagai petani sebagian besar masyarakat juga memanfaatkan waktunya atau mempunyai pekerjaan sampingan yaitu beternak hewan seperti sapi dan kuda namun sampai saat ini masyarakat Desa Jenetallasa masih melakukan peternakan secara tradisional yaitu dengan cara memanfaatkan kolom rumah sebagai tempat atau kandang ternak. Dalam proses pemeliharaan juga masih menggunakan pengetahuan-pengalaman secara tradisional sehingga pemeliharaan masih terkadang lambat dalam hal penggemukan ataupun pembudidayaan ternak sapi, pada hal berdasarkan informasi dari masyarakat bahwa di Desa Jenetallasa sangat cocok untuk peternak sapi sebab iklim atau cuaca yang menunjang.

4.2.2 Sarana dan Prasarana

a. Keagamaan

Desa Jenetallasa memiliki sarana beribadah sebanyak 7 mesjid dan 3 musholah yang digunakan masyarakat sebagai sarana untuk beribadah karena penduduk Desa Jenetallasa 100% agama islam serta digunakan juga sebagai tempat belajar mengajar bagi santri atau anak-anak untuk belajar baca tulis Alquran.

b. Kesehatan

Pemanfaatan sarana dan prasarana kesehatan yang ada serta ditunjang dengan pengadaan tenaga medis yang setiap melayani masyarakat selama 24 jam sehingga akan tercipta Desa siaga dan terhindar dari berbagai macam penyakit serta penambahan dan pemanfaatan jambang keluarga yang telah ada secara berkelanjutan agar tercipta lingkungan yang sehat. Di Desa Jenetallasa mempunyai sarana kesehatan 1 unit puskesmas yang hanya memiliki perawat sekaligus sebagai tenaga medis lainnya dan 3 unit posyandu, oleh sebab itu kader-kader posyandu kadang juga di Dusun lain menggunakan kolom rumah warga masyarakat sebagai tempat penimbangan dan pemberian makanan tambahan serta penyuluhan bagi masyarakat tentang pentingnya hidup sehat.

c. Perumahan Penduduk

Pada umumnya seluruh masyarakat Kabupaten Jeneponto dan Khususnya di Desa Jenetallasa memiliki bentuk rumah panggung karena masyarakat berfikir rumah panggung memiliki banyak manfaat dibanding rumah batu karena rumah panggung dapat pula dimanfaatkan kolomnya sebagai tempat ternak dan sebagai

tempat penyimpanan hasil pertanian pada saat musim panen tiba, namun tidak semua rumah masyarakat di Desa Jenetallasa rumah panggung, karena ada juga yang memilih untuk membangun rumah batu.

d. Sosial Budaya

Melihat letak Desa Jenetallasa yang masih sangat jauh dari suasana perkotaan jadi semangat dan kebersamaan antara masyarakat masih sangat tinggi sehingga proses pembangunan dan perencanaan segala hal tidak memiliki hambatan dan dapat berjalan dengan lancar sesuai yang di inginkan lembaga-lembaga yang ada di Desa Jenetallasa senantiasa membangun komunikasi yang lancar sehingga semua program pemerintah Desa berjalan dengan lancar.

4.2.3 Keadaan Pendidikan

Pendidikan secara umum merupakan salah satu faktor penunjang peningkatan pendapatan masyarakat adalah pendidikan namun kalau melihat hasil sensus Desa Jenetallasa maka dapat kita lihat bahwa tingkat pendidikan dan keterampilan masyarakat masih sangat relative rendah disebabkan oleh karena kurangnya kesadaran bagi masyarakat serta sarana dan prasarana pendidikan yang masih sangat kurang sehingga tingkat pendidikan masih rendah.

Padahal peningkatan kualitas manusia sangat mutlak dibutuhkan secara berkeseimbangan oleh Karena itu pendidikan apapun bentuknya perlu ditata terus menerus karena itu maka perlu perluasan kesempatan belajar dibuka seluas-luasnya tanpa membeda-bedakan untuk mencapai pendidikan yang maksimal perlu perhatian seluruh elemen agar semua masyarakat dapat menikmati pendidikan khususnya masyarakat Desa Jenetallasa. Melalui peningkatan sarana

dan prasaran pendidikan maka dapat meningkatkan angka jumlah anak yang dapat menerima pelajaran baik ditingkat SD dan juga menurunkan jumlah putus sekolah baik di SMP maupun ditingkat SMA sehingga tingkat pendidikan masyarakat Desa Jenetallasa dapat meningkat sesuai yang di inginkan serta pelaksanaan fungsional yang terus berlanjut dan pembentukan kelompok-kelompok baru. Adapun panunjang pendidikan yang ada di Desa Jenetallasa memiliki beberapa tingkatan seperti daftar dibawah ini:

a. Taman Kanak-kanak dan PAUD

Taman kanak-kanak terdapat 2 unit dan 4 dusun lainnya rencana masing-masing akan dibangun 1 unit setiao dusun untuk PAUD sebab setiap dusun perlu pembangunan karena merupakan monument sangat penting untuk dijadikan wadah masyarakat dusun demi mendapat pembinaan usia dini di bidang pendidikan.

b. Sekolah Dasar

Terdapat 3 unit SD besar yang terletak di tiga dusun yang memiliki jumlah siswa kurang lebih sebanyak 400 orang siswa ditiga sekolah tersebut. Perencanaan pembangunan SD kecil di dusun terpencil karena akses siswa menjadi tolak ukur masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ditempat dari jangkauan mereka. Di samping itu sarana dan prasarana yang masih sangat perlu ditingkatkan agar dapat menampung anak usia sekolah dasar serta kualitas pengajar yang juga begitu penting agar tingkat kelulusan dapat meningkatkan peningkatan sekolah agar tingkat kenuhun dan tingkat produksi.

c. Sekolah Menengah Pertama

Terdapat 2 unit sekolah menengah pertama di dua dusun yang menampung kurang lebih sebanyak 229 siswa yang masing-masing memiliki tenaga pengajar dan pegawai kurang lebih sebanyak 16 orang namun sekolah sangat memerlukan perhatian seluruh elemen dikarenakan sarana dan prasarana sangat kurang oleh sebab itu perlu penambahan ruang kelas serta penambahan tenaga pengajar agar dapat menampung anak usia sekolah lebih banyak lagi serta peningkatan kualitas tenaga pengajar namun disisi lain walau sekolah menengah pertama masih tergolong sangat kecil namun masyarakat merasa sangat terbantu dengan adanya sekolah tersebut karena biaya sekolah anak mereka menjadi kurang karena tidak lagi keluar desa untuk menuntut ilmu.

d. Sekolah Menengah Atas

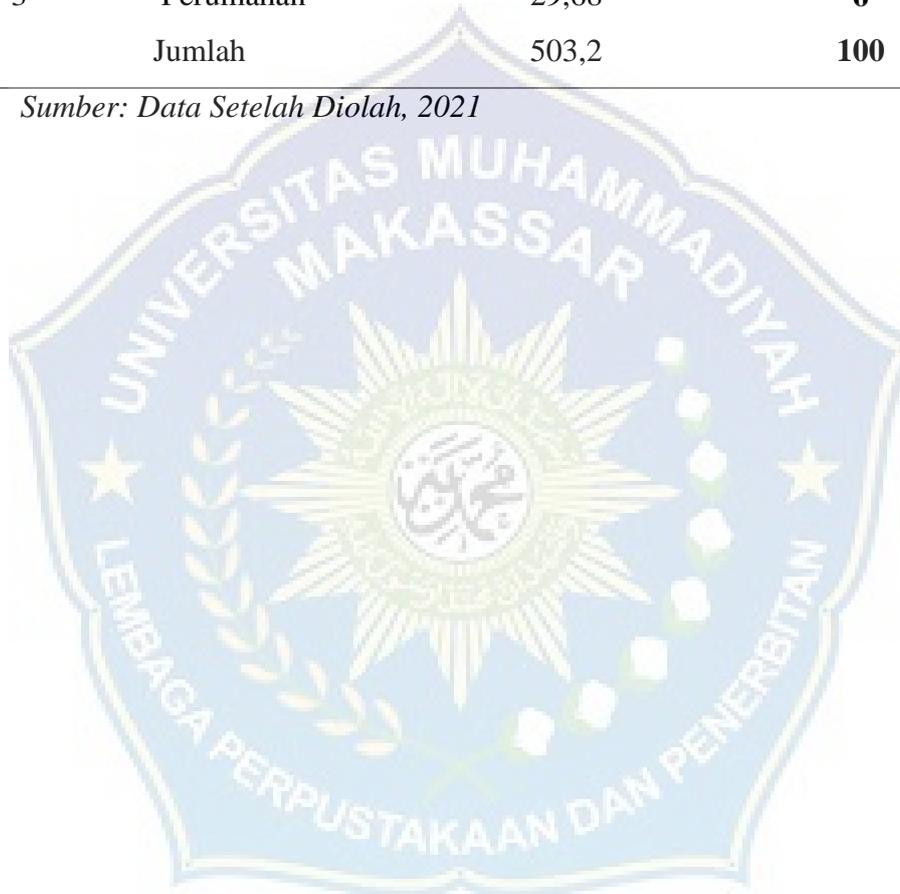
Terdapat 1 unit sekolah menengah atas yang menjadi satu-satunya pendukung pelajar yang berada di Desa Jenetallasa untuk melanjutkan pendidikan setelah tamat dibangku sekolah menengah pertama. Faktor pendukung pendidikan di Desa Jenetallasa ini merupakan objek utama sarana penunjang dengan keberadaan sekolah menengah pertama agar anak masyarakat Desa Jenetallasa tetap memilih melanjutkan sekolah dan tidak melanjutkan sekolah di Kecamatan tertinggi seperti di Kabupaten Gowa (Malakaji) yang masih perlu diperhatikan pula kendala masyarakat terhadap kondisi ekonomi yang menyekolahkan anaknya di jangkauan ekonomi masi lemah

4.3 Keadaan Umum Pertanian

Tabel 3. Keadaan Umum Pertanian di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto

No	Uraian	Jumlah (Ha)	Persentase (%)
1	Perkebunan	404,32	80
2	Persawahan	69,20	14
3	Perumahan	29,68	6
	Jumlah	503,2	100

Sumber: Data Setelah Diolah, 2021



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Identitas responden yang diuraikan dalam pembahasan berikut menggambarkan berbagai aspek keadaan yang meliputi : Umur; dan tingkat pendidikan. Identitas seorang responden akan sangat membantu dalam proses penelitian karena dapat memberikan informasi tentang keadaan usaha yang mereka jalankan dengan sebenar-benarnya. Identitas petani responden lebih lanjut diuraikan sebagai berikut:

5.1.1 Umur Responden

Umur Merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh terhadap aktivitas dari kinerja seseorang. Umur yang masih muda pada umumnya lebih kuat melakukan aktivitas dibandingkan umur yang sudah tua. Umur juga sangat mempengaruhi aktivitas seseorang karena dikaitkan langsung dengan kekuatan fisik dan mental, sehingga berhubungan erat dengan pengambilan keputusan. Responden yang berumur muda relatif cenderung mempunyai kemampuan fisik yang lebih baik, dibandingkan dengan responden yang berumur tua.

Pertumbuhan manusia berjalan sesuai prinsip epigenetik yang menyatakan bahwa kepribadian manusia berjalan menurut tahapnya. Berkembangnya manusia dari satu tahap ke tahap berikutnya ditentukan oleh perubahan dalam menempuh tahap sebelumnya. Komposisi umur responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Umur Responden di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	23 – 35	3	20
2.	36 – 46	3	20
3.	47 – 57	4	27
4.	58 – 70	5	33
	Jumlah	15	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2024

Berdasarkan tabel 6 jumlah responden terbanyak berada pada kelompok umur 58-70 tahun yaitu berjumlah 5 orang atau sekitar 33%. Sedangkan jumlah paling sedikit berada pada umur 25-35 dan 36-46 tahun masing-masing berjumlah 3 orang atau sekitar 20%. Responden petani karet yang memiliki umur produktif sebanyak 7 orang yaitu umur 25-58 tahun dan tidak produktif sebanyak 1 orang yaitu umur 70 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa petani yang berada pada usia produktif lebih mendominasi dibandingkan petani yang non produktif. Hal ini juga membuktikan bahwa sebagian besar responden masih memiliki umur yang rendah dan produktif, sehingga dari segi produktifitas dapat berdampak baik bagi kestabilan produksi yang membutuhkan tenaga yang besar. Di samping itu, masih besar potensi tenaga kerja yang dimiliki oleh petani tersebut dalam mengelolah usahatannya, selanjutnya harapan untuk memperoleh pendapatan usahatani juga semakin besar.

5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan petani merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan petani dalam menerima teknologi, inovasi, dan mengambil keputusan dalam berusaha tani karet. Tingkat pendidikan berpengaruh

pada pengelolaan usahatani hasil penelitian menunjukkan bahwa responden mayoritas pernah mengenyam pendidikan menengah atas atau pendidikan responden tergolong tinggi. Tingkat pendidikan formal petani berkisar antara 12 sampai dengan 15 tahun, Dengan demikian, dapat diketahui bahwa wawasan pengetahuan petani, atau cara berpikir dan bertindak dalam rangka pengelolaan usahatannya tergolong tinggi.

Tabel 4. Umur Responden di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	6	40
2.	SMP	4	27
3.	SMA	5	33
	Jumlah	15	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2024

Berdasarkan tabel, menunjukkan bahwa jumlah ditingkat pendidikan responden petani kopi arabika terbanyak pada tingkat SD yaitu sebanyak 6 orang petani kopi atau sekitar 40%, dari jumlah total responden diikuti pada tingkat SMP yaitu sebanyak 4 orang atau sekitar 27%, dan dari total responden pada tingkat SMA sebanyak 5 orang atau sekitar 33%. Hal ini disebabkan oleh faktor ekonomi yang tidak memungkinkan untuk melanjutkan pendidikan sehingga harus membantu orang tua dalam bertani kopi.

5.2 Saluran Pemasaran Kopi Arabika

Saluran pemasaran Kopi Arabika di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto di salurkan melalui berbagai lembaga pemasaran yang mulai dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, sampai ke konsumen Petani dalam pemasaran Kopi bertindak sebagai produsen dan merupakan pihak

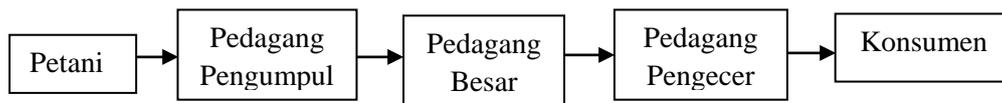
pertama dalam penyaluran kopi. Dalam memasarkan kopi petani menjualnya lewat pedagang pengumpul yang berada di desa Rumbia.

Pedagang pengumpul adalah perantara yang aktif membeli dan mengumpulkan kopi dari petani Desa Rumbia dan menjualnya kepada pedagang pengecer lalu menjualnya ke konsumen. Setelah melakukan panen kopi petani (produsen), maka hal yang dilakukan adalah menyalurkan kopi. Dari informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran kopi di Desa Rumbia Kecamatan Jenetallasa Kabupaten Jeneponto terdiri dari dua saluran pemasaran dimana kopi arabika dijual dalam dua bentuk yakni bentuk kopi gelondong merah dan kopi biji. Kopi biji dan kopi gelondong merah dipasarkan dengan masing masing menggunakan satu saluran pemasaran yaitu sebagai berikut:

1. Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen
Saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran yang digunakan untuk kopi biji.
2. Petani → Pedagang Pengepul → Konsumen
Saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran yang digunakan untuk kopi gelondong merah.

5.2.1 Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang menggunakan tiga pedagang perantara yaitu pedagang pengepul, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar berikut ini :

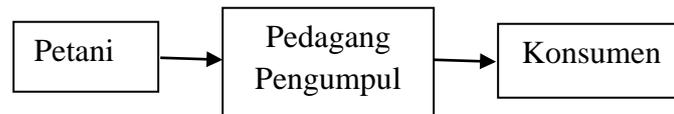


Gambar 7. Saluran Pemasaran I Kopi Arabika di Desa Jenetelassa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto

Saluran pemasaran pertama pada pemasaran kopi arabika terdiri atas petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen. Hasil panen petani dijual ke pedagang pengumpul yang berada di Desa Jenetallasa. Pedagang pengumpul melakukan pembelian kopi arabika dengan cara mendatangi langsung petani. Pedagang pengumpul kemudian mendistribusikan hasil panen tersebut ke pedagang besar, kemudian pedagang besar mendistribusikan kepedagang pengecer untuk dipasarkan atau menjual langsung kepada konsumen. Keuntungan pada saluran ini adalah pedagang pengumpul mendapatkan keuntungan yang lebih besar, Sedangkan kekurangannya adalah pada proses saluran ini yaitu pedagang pengumpul dari Desa Jenetallasa tidak langsung menerima uang hasil jualnya. Walaupun marginnya lebih besar namun pelunasan pembayaran tidak langsung dilunasi, melainkan pedagang yang berada di Desa Jenetallasa biasanya harus menunggu selama 2 hari untuk mendapatkan pembayaran hasil.

5.2.2 Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang menggunakan satu pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul. Dimana saluran pemasaran ini dimulai dari petani ke pedagang pengumpul. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3 berikut ini :



Gambar 8. Saluran Pemasaran Kopi Arabika di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto

Gambar 8. Merupakan saluran kedau, hasil panen petani kopi arabika dijual ke pedagang pengumpul yang berada di Desa Jenetallasa. Pedagang pengumpul melakukan pembelian kopi arabika dengan cara mendatangi langsung petani/produsen dilokasi penelitian, kemudian dipasarkan atau menjual langsung ke konsumen. Saluran ini sistem pembayarannya antara pedagang pengumpul dan petani adalah barang yang dibeli dibayar hari itu juga. Hal ini menjadi salah satu keuntungan bagi petani kopi arabika karena proses pembayarannya tidak membutuhkan waktu yang lama sehingga uangnya dapat diterima pada hari itu juga. Sedangkan kekurangannya yaitu pada umumnya pedagang pengumpul yang berada dalam saluran pertama ini hanya memasarkan barangnya di Desa Jenetallasa saja. Hal ini di karenakan mereka tidak memiliki modal yang besar dan jaringan yang luas untuk memasarkan barangnya di daerah yang lain

5.3 Margin Pemasaran

Untuk mengetahui biaya, keuntungan dan margin pemasaran Proses mengalirnya barang/produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan marjin pemasaran pada penjualan kopi arabika dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Margin Pemasaran Pada Usahatani Kopi di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto.

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Nilai (Rp/Liter)
I	• Kopi Biji	
	- Petani	30.000
	Harga Jual	33.000
	Harga Beli	3.000
	Margin	
	- Pedagang Pengepul	40.000
	Harga Jual	33.000
	Harga Beli	7.000
	Margin	
	- Pedagang Besar	45.000
	Harga Jual	40.000
	Harga Beli	5.000
	Margin	
	- Pengecer	45.000
	Harga Beli	50.000
Harga Jual	5.000	
Margin		
- Petani		
Harga Jual	25.000	
Harga Beli	29.000	
Margin	4.000	
II	• Kopi Gelondong Merah	
	- Pedagang Pengepul	
	Harga Jual	35.000
	Harga Beli	29.000
Margin	6.000	

Sumber : Data Premier Setelah Diolah, 2024

1. Marjin Pemasaran Kopi Biji pada Saluran I

Dapat terlihat bahwa margin yang diperoleh pada setiap lembaga pemasaran bervariasi. Untuk lembaga pemasaran yang memiliki margin pemasaran tertinggi adalah Lembaga pemasaran dalam bentuk kopi biji pada pengepul pada saluran pemasaran I Rp.7.000/Liter. Hal ini terjadi karena petani kopi pada saluran I memperoleh harga beli yang rendah dan memasarkan dengan harga jual yang

tinggi kepada konsumen akhir karena kopi yang dijual sudah dalam bentuk biji yang siap untuk diolah.

2. Marjin Pemasaran Kopi Gelondong Merah pada Saluran II

Lembaga pemasaran yang memiliki margin pemasaran terkecil adalah pada lembaga pemasaran Kopi gelondong merah yaitu petani sebesar Rp.4.000/Liter. Hal ini terjadi karena petani pada saluran pemasaran kedua memperoleh harga beli yang rendah dan memasarkan dengan harga jual yang rendah kepada pedagang besar.

5.4 Biaya Pemasaran dan Keuntungan Kopi Arabika

Biaya pemasaran kopi arabika merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung atau biaya yang dikeluarkan oleh tiap-tiap lembaga pemasaran tergantung dari panjang pendeknya jalur pemasaran, mulai dari produk lepas dari tangan produsen hingga diterima oleh konsumen akhir. Biaya pemasaran tersebut ditanggung oleh lembaga pemasaran yang terlibat berupa biaya transportasi, retribusi, gaji karyawan, dan penyusutan. Untuk lebih jelas besar biaya pemasaran tiap lembaga atau saluran dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Biaya Pemasaran dan Keuntungan pada penjualan pada Usahatani Kopi Arabika di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jenepontono, 2024.

No	Lembaga Pemasaran	Margin (Rp/Liter)	Biaya Pemasaran (Rp/Liter)	Keuntungan (Rp/Liter)
I	- Kopi Biji			
	Petani	3.000	1.500	1.500
	Pedagang Pengepul	7.000	2.000	5.000
	Pedagang Besar	5.000	1.800	3.200
	Pedagang Pengecer	5.000	1.500	3.500
	Total	20.000	6.800	13.200
II	- Kopi Gelondong Merah			
	Petani	4.000	1.000	3.000

Pedagang Pengepul	6.000	2.500	3.500
Total	10.000	3.500	6.500

Sumber : *Data Primer Setelah diolah, 2024*

1. Biaya Pemasaran Kopi Biji Saluran I

Dapat terlihat bahwa biaya yang dikeluarkan pada setiap lembaga pemasaran bervariasi. Untuk lembaga pemasaran yang memiliki biaya pemasaran tertinggi adalah pengumpul pada saluran pemasaran I Rp. 2.000/Liter. Hal ini terjadi karena pedagang besar pada saluran I mengeluarkan biaya pengemasan, retribusi, penyimpanan dan transportasi yang cukup besar sedangkan jumlah penjualan kopi kecil.

2. Biaya Pemasaran Kopi Gelondong Merah Saluran II

Lembaga pemasaran yang memiliki biaya pemasaran terkecil adalah petani pada saluran pemasaran II Rp.1.000/Liter. Hal ini terjadi karena pada saluran pemasaran II memiliki biaya yang rendah karena pada proses pemasaran kopi petani ini tidak mengeluarkan biaya pengemasan dan retribusi, dan hanya mengeluarkan biaya penyimpanan itu pun tidak terlalu besar.

Pada Tabel 6. Juga terlihat bahwa saluran pemasaran yang memiliki biaya tertinggi adalah saluran pemasaran I Rp. 6.800/Liter, sedangkan saluran pemasaran yang memiliki biaya terendah adalah saluran pemasaran II sebesar Rp.3.500/Liter. Tingginya biaya yang dimiliki oleh saluran pemasaran I dikarenakan lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya cukup banyak. Sedangkan saluran pemasaran II memiliki biaya rendah karena lembaga pemasaran yang terlibat hanya satu.

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka simpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten jenepono terdapat dua saluran pemasaran yang di gunakan dalam pemasaran kopi arabika, saluran satu yaitu produsen, pedagang pengepul, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen digunakan untuk memasarkan kopi biji sedangkan saluran dua yaitu produsen, pedagang pengepul dan konsumen digunakan untuk memasarkan kopi gelondong merah.
2. Margin pejualan petani kopi arabika pada saluran I sebesar Rp.10.000/kg, hal ini dikarenakan saluran pemasaran yang pendek yakni hanya petani, pedagang pengepul langsung ke konsumen, sedangkan margin pemasaran pada pemasaran kopi dalam bentuk biji yaitu sebesar Rp.20.000/Kg, hal ini dikarenakan banyaknya orang yang terlibat dalam pemasaran kopi arabika dalam bentuk biji yaitu dari petani, pedagang pengepul, pedagang besar, pedagang pengecer, dan konsumen.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Petani dengan adanya saluran-saluran pemasaran, dalam memasarkan

kopinya, petani dituntut untuk mempelajari secara aktif informasi pasar sehingga dapat dipilih saluran pemasaran yang lebih menguntungkan.

2. Bagi Pemerintah (Dinas terkait) Pemerintah sebaiknya memperkenalkan sistem agribisnis kepada petani Kopi sehingga petani tersebut diharapkan secara perlahan-lahan dapat meningkatkan pendapatan petani



DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 2009. *Budidaya Tanaman Kopi*. Yogyakarta. Kanisius.
- Anggraini, D. 2006. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia Dari Amerika Serikat*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. 2010. *Perkembangan Kondisi Harga Kopi*.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Kabupaten Jeneponto Dalam Angka*. Sulawesi Selatan.
- Bangun, W. 2007. *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung. Refika Aditama.
- Djarwanto. 2004. *Statistik Nonparametrik*. Yogyakarta. BPFE.
- Indriyo Gitosudarmo. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama. Cetakan Keempat, Penerbit: BPFE-Yogyakarta.
- Najiyati dan Danarti. 2004. *Kopi Budidaya dan Penanganan Lepas Panen*. Edisi Revisi. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Pracoyo. 2006. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. Jakarta. PT. Gresikindo.
- Rismayani. 2007. *Usahatani dan Pemasaran Hasil Pertanian*. Medan. USU Press.
- Said, Dkk. 2004. *Manajemen Teknologi Agribisnis. Kunci Menuju Daya Saing Global Produk Agribisnis*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Sevilla, Dkk. 1993. *Metode Penelitian*. Jakarta. UI Press.
- Sihombing, L. 2011. *Tata Niaga Hasil Pertanian*. Medan. USU Press.
- Soekartiwi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Jakarta.
- Spillane, J.J. 1990. *Komoditi Kopi dan Peranannya Dalam Perekonomian Indonesia*. Yogyakarta. Kanisius.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Penerbit CV. Alfabeta.
- Suma DJ Keliat. 2008. *Analisis Sistem Pemasaran Wortel. (Studi Kasus: Desa Sukadame Kecamatan Tigapanah Kabupaten Karo)*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Syamsulbahri. 1996. *Bercocok Tanam Tanaman Perkebunan Tahunan*. Yogyakarta. UGM Press.
- Tondok, A,R. 1999. *Kebijakan Pengembangan Kopi di Indonesia*. Warta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao.

Widodo. 2008. *Campur Sari Agroekonomi*. Yogyakarta. Penerbit Liberty.

Yusuf, M. 2007. *Bahan Tesis Kajian Pemasaran dan Pengemabangan Value Added Product dengan Pemanfaatan Rajungan Menjadi Produk Olahan*.





Lampiran 1.

**KUISIONER PENELITIAN UNTUK PETANI PADA SALURAN
PEMASARAN KOPI ARABIKA DI DESA JENETALLASA KECAMATAN
RUMBIA KABUPATEN JENEPONTO**

3. Identitas Responden

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Pendidikan Terakhir :
- d. Tanggungan Keluarga :
- e. Luas Lahan :
- f. Pengalaman Berusahatan :

4. Kepemilikan Sumber Daya

- a. Luas Lahan :
- b. Status Lahan : 1). Milik sendiri 2). Bagi Hasil

5. Proses Produksi

- a. Berapa besar biaya tenaga kerja?
- b. Berapa biaya transportasi yang dikeluarkan?
- c. Berapa biaya timbangan?

6. Pemasaran

- a. Kopi dijual dalam bentuk.?
- b. Harga jual Kopi ditentukan oleh :
 - 1. Pembeli (pedagang)
 - 2. Petani
- c. Berapa harga kopi yang dijual oleh petani: Rp/kg.
- d. Bagaimana jual beli digunakan.?

1. Dibayar tunai di tempat petani
2. Di bayar tunai di tempat pedagang



Lampiran 2.

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PEDAGANG PENGUMPUL DAN
PEDAGANG PENGECEK DI DESA JENETALLASA KECAMATAN
RUMBIA KABUPATEN JENEPONTO**

1. Nama responden :
2. Umur :
3. Pengalaman usaha taani :
4. Pendidikan :
 - Formal :
 - a. SD, Tamat tidak tamat kelas.....
 - b. SMP, Tamat tidak tamat kelas.....
 - c. SMA, Tamat tidak tamat kelas.....
 - d. Lainnya.....
 - Non Formal :
 - a.Tahun
 - b.Tahun
5. Apakah anda melakukan kegiatan pembelian ?

Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Sistem Pembayaran

6. Biaya yang dikeluarkan
 - a. Biaya tenaga kerja :Rp...../Kg
 - b. Biaya pengangkutan :Rp...../Kg
 - c. Biaya penyimpanan :Rp...../Kg

d. Transportasi :Rp...../Kg

7. Berapa keuntungan yang didapatkan dalam penjualan kopi arabika. ?



Lampiran 3. Identitas Petani Sampel di Desa Jenetallasa Kec. Rumbia Kab.
Jeneponto

No	Nama Petai Sampel	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pengalaman Usahatani (Tahun)	Luas Lahan (Ha)	Tanggungjan Keluarga (Orang)
1.	Samsudding	66	SD	16	25	5
2.	Mustamin	36	SMA	6	30	3
3.	Alimuddin	25	SMA	5	25	2
4.	Suaib	51	SD	9	35	4
5.	Misbahuddin	34	SMA	8	15	2
6.	Samiung	33	SMA	6	20	3
7.	Jabal	47	SMP	11	25	4
8.	Jusran	62	SD	10	27	5
9.	Asbar	58	SD	17	75	3
10.	Usman	43	SMA	7	41	2
11.	Alwi	45	SMP	13	35	4
12.	Tahir	52	SMP	12	33	5
13.	Hatta	56	SMP	14	50	3
14.	Supriadoi	61	SD	15	50	4
15.	Sannang	70	SD	21	65	4

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2024

Lampiran 4. Identitas Pedagang Pengumpul di Desa Jenetallasa Kec. Rumbia, Kab.
Jeneponto

No	Nama Petai Sampel	Pendidikan	Umur (Tahun)	Jumlah Tanggungan Keluarga	Pengalaman Berdagang (Tahun)
1.	Arifin	SD	60	4	10
2.	Subhan	SD	61	2	15
3	Jamaluddin	SMP	65	3	8

Lampiran 4. Identitas Pedagang Pengecer di Desa Jenetallasa Kec. Rumbia, Kab. Jenepono

No	Nama Petai Sampel	Pendidikan	Umur (Tahun)	Jumlah Tanggungan Keluarga	Pengalaman Berdagang (Tahun)
1.	Hanapi	SD	60	3	8
2.	Kartini	SMA	27	1	5



Lampiran 14. Dokumentasi



Gambar 1. Wawancara dengan Petani



Gambar 2. Wawancara dengan Pedagang Besar



Gambar 3. Wawancara dengan Pedagang Pengecer



Gambar 4. Wawancara dengan Pedagang Pengepul



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR



LEMBAGA PENELITIAN, PENGABDIAN MASYARAKAT DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Abdullah No. 299 Telp. 0411-850772 Fax. 0411-8507389 Makassar 90221 E-mail: info@unismuhmakkassar.ac.id

Nomor : 5066/05/C.4-VIII/XI/43/2021
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

18 Rabiul Akhir 1443 H
23 November 2021 M

Kepada Yth,
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
Cq. Kepala UPT P2T BKPM Daerah Sul-Sel
di -
Makassar

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 270/P.A/Sul-Sel/443/2021 tanggal 19 November 2021, menerangkan bahwa mahasiswa terdaftar di bawah ini:

Nama : SERLY
No. S.N.P.M : 105961100717
Fakultas : Fakultas Pertanian
Jurusan : Agribisnis
Pekerjaan : Mahasiswa

Teraksud melaksanakan penelitian pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:

“ Dampak Penjualan *Atabika* Terhadap Pedapatan Petani di Desa Jenetelisa, Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto “

Penelitian akan dilaksanakan dari tanggal 17 Januari 2022 - 17 Maret 2022

Selubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakurrahimu khairan kanziraa.

Assalamu'alaikum Warrahmatu
Walbarokatu



Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.
NBM 101 7716



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Serly
Nim : 105961100717
Program Studi : Agribisnis

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9 %	10 %
2	Bab 2	22 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	0 %	10 %
5	Bab 5	9 %	10 %
6	Bab 6	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 24 Agustus 2024
Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

Serly 105961100717 Bab I

by Tahap Tutup



Submission date: 23-Aug-2024 02:38PM (UTC+0700)

Submission ID: 2436608875

File name: bab_1_96.docx (17.57K)

Word count: 1101

Character count: 6955

Serly 105961100717 Bab I

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

media.neliti.com
Internet Source

2%

2

Submitted to Unika Soegijapranata
Student Paper

2%

3

www.mitrariset.com
Internet Source

2%

4

Submitted to LL Dikti IX Turnitin Consortium
Student Paper

2%

5

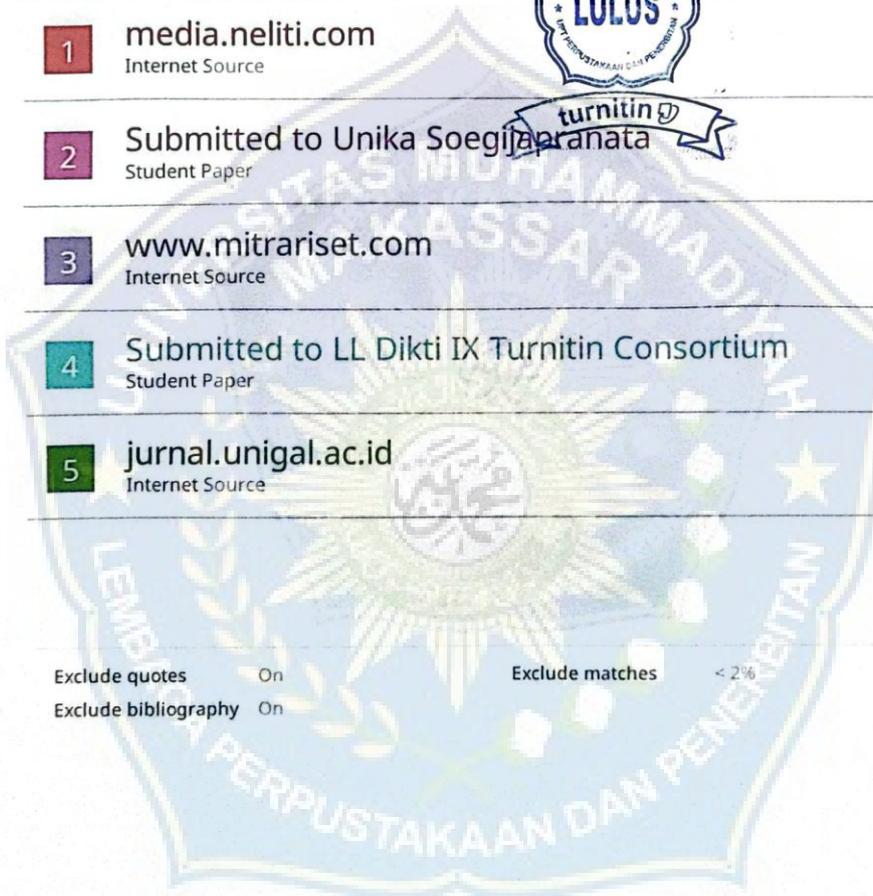
jurnal.unigal.ac.id
Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



Serly 105961100717 Bab II

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

22%
INTERNET SOURCES

4%
PUBLICATIONS

8%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source		10%
2	agroindustry.wordpress.com Internet Source		6%
3	ar.scribd.com Internet Source		2%
4	text-id.123dok.com Internet Source		2%
5	digilib.uns.ac.id Internet Source		2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

Serly 105961100717 Bab III

ORIGINALITY REPORT

10% SIMILARITY INDEX **10%** INTERNET SOURCES **7%** PUBLICATIONS **0%** STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source		7%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source		2%

Exclude quotes On Exclude matches < 2%
Exclude bibliography On



Serly 105961100717 Bab IV

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

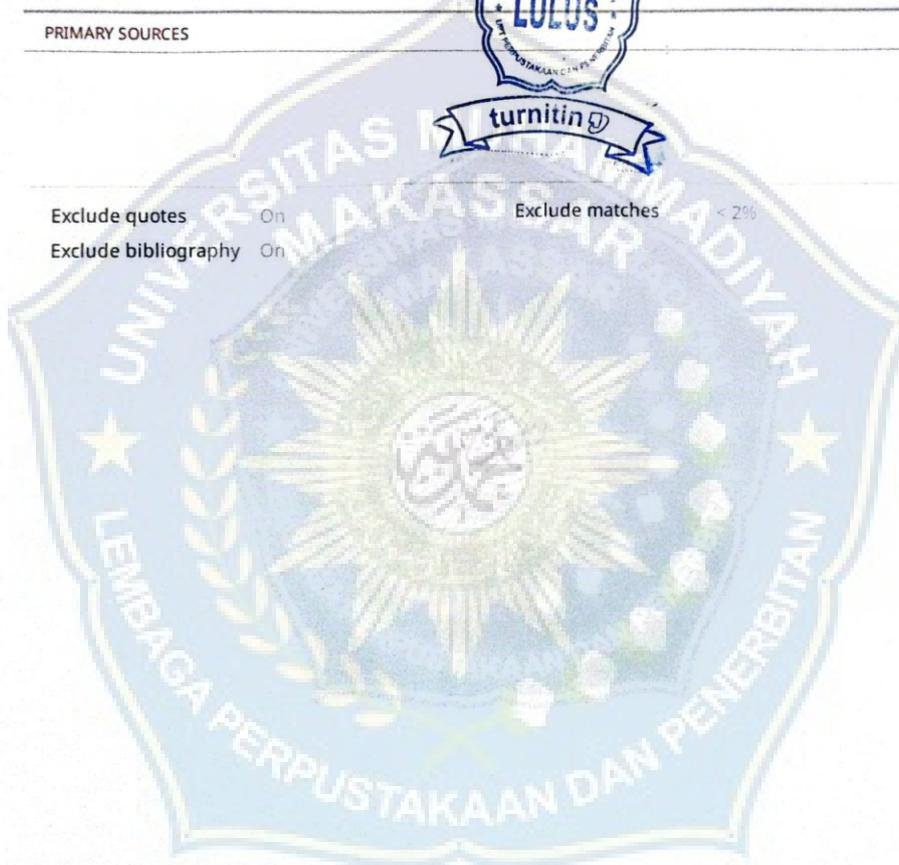
PRIMARY SOURCES



Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On



Serly 105961100717 Bab V

ORIGINALITY REPORT

9% SIMILARITY INDEX	12% INTERNET SOURCES	2% PUBLICATIONS	5% STUDENT PAPERS
-------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	www.scribd.com Internet Source		6%
2	pt.scribd.com Internet Source		3%

Exclude quotes On Exclude matches < 2%
Exclude bibliography On



Serly 105961100717 Bab VI

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilibadmin.unismuh.ac.id
Internet Source



5%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



RIWAYAT HIDUP



Serly, 2024 dilahirkan di Balang Erasa 24 November 1998 dari ayah Rabai dan ibu Rannu. Penulis merupakan anak ketiga dari 3 bersaudara. Penulis mulai jenjang Pendidikan formal di SDI Balang Erasa dan lulus tahun 2011, SMP NEG. 1 Rumbia dan lulus tahun 2014, SMK NEG. 2 Jeneponto dan lulus tahun 2017

dan pada tahun itu juga, penulis lulus seleksi masuk Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan pada tahun 2017 berstatus sebagai mahasiswa UNISMUH, penulis mengikuti kegiatan Magang di Desa Moncongloe Kabupaten Maros. Penulis juga pernah KKP di Dusun Bonto Te'ne Desa Batu Karaeng Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng pada tahun 2020. Selain itu tugas akhir dalam pendidikan tinggi diselesaikan dengan menulis skripsi yang berjudul "Margin Pemasaran Kopi Arabika Terhadap Pendapatan Petani di Desa Jenetallasa Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto".