ABSTRAK

SALMAN, 2015, Strategi Peningkatan Pendapatan Petani dan Pemasaran Produk Kopi Arabika di Kabupaten Gowa, dibimbing oleh Hj. Ratnawati Tahir dan Andi Jam'an.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis produktivitas dan pendapatan petani kopi arabika, menganalisis saluran distribusi pemasaran, besar margin, dan efisiensi pemasaran kopi arabika, mengkaji formulasi Strategi Peningkatan Pendapatan Petani dan Pemasaran Produk Komoditi Kopi Arabika di Kabupaten Gowa.

Penelitian ini merupakan penelitian kombinasi antara penelitian kuantitatif dengan kualitatif. Populasi penelitian adalah petani kopi arabika dengan jumlah populasi sebanyak 333 orang. Jumlah sampel sebanyak 77 orang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis produktivitas, pendapatan, saluran pemasaran, margin dan efisiensi pemasaran, serta analisis SWOT untuk formulasi strategi peningkatan pendapatan petani dan pemasaran produk kopi arabika.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produktivitas kopi arabika sebesar 461,21 kg/ha biji kering per tahun dengan rendemen 12 - 14%. Pendapatan rata-rata petani dengan produk kopi gelondongan sebesar Rp.6.846.285,- dan produk kopi kulit tanduk sebesar Rp.13.419.673,-. Saluran pemasaran kopi arabika ada dua macam yaitu pertama dari petani ke pedangang pengumpul ke pedagang besar ke eksportir dan yang kedua adalah dari petani ke pedagang besar ke eksportir.

Margin pemasaran paling tinggi diterima oleh pedagang besar pada saluran pemasaran pertama yaitu Rp.18.400 dan margin yang paling rendah pada pedangang besar saluran pemasaran kedua yaitu Rp.4.110. Efisiensi pemasaran yang paling kecil terjadi pada saluran pemasaran pertama yaitu pedagang besar kabupaten dengan nilai sebesar 0,06, dan pedagang pengumpul desa yaitu sebesar 0,13 pada saluran pemasaran pertama, serta pedagang besar kabupaten sebesar 0,10.

Alternatif strategi yang diharapkan untuk meningkatkan pendapatan petani dan pemasaran kopi arabika yaitu : menerapkan paket teknologi intensifikasi teknologi panen dan pascapanen, memanfaatkan dukungan pemerintah dan pelaku usaha untuk meningkatkan produktivitas dan mutu biji kopi arabika, melakukan pengaturan jadwal panen dan melakukan kerja sama dengan pedagang besar, melakukan pembenahan kelompok tani, dan mengatasi kelangkaan tenaga kerja pada saat panen raya.

Kata Kunci : *Produktivitas, Pendapatan, Pemasaran, Strategi.*

ABSTRACT

Salman, 2015. The Strategy to Increase Farmers' Income and Product Marketing Arabica Coffee in Gowa. Supervised by Hj. Ratnawati Tahir and Andi Jam'an.

The purpose of this study was to analyze the productivity and income of farmers Arabica coffee, analyzing the marketing distribution channels, a large margin, and Arabica coffee marketing efficiency, study the formulation of Farmers' Income Improvement Strategy and Product Marketing Commodity Arabica coffee in Gowa.

This study was a combination of quantitative research with qualitative. The study population was Arabica coffee farmers with a total population of 333 people. The total sample of 77 people. The analysis used in this research was the analysis of productivity, revenue, marketing channels, margin and marketing efficiency, as well as a SWOT analysis for formulation of strategies for improving the income of farmers and marketing of Arabica coffee.

The results showed that the Arabica coffee productivity of 461.21 kg / ha of dry beans per year with a yield of 12-14%. The average income of farmers with spindles for Rp.6.846.285 coffee products, - and the coffee product horn leather Rp. 13,419,673, -. Arabica coffee marketing channels were of two kinds; first from farmers to merchants collector to wholesaler to the exporter and the second was from the farmer to the wholesaler to the exporter. The highest marketing margins received by wholesalers in the first marketing channel Rp. 18,400 and the lowest margin in large merchants that Rp.4.110 second marketing channel. Marketing efficiency was the smallest occurred in the first marketing channels, namely traders of the district with a value of 0.06, and traders villages of 0.13 in the first marketing channels, as well as big traders districts of 0.10.

Alternative strategies were expected to increase farmers' income and marketing of Arabica coffee, namely: apply technology packages intensification technology of harvest and post-harvest, utilizing the support of government and business to improve productivity and quality Arabica coffee beans, perform scheduling harvesting and working with wholesalers, to reform farmer groups, and address the scarcity of labor at harvest time.

Keywords: productivity, revenue, marketing, strategy.

OIA Office of International Affair
Translate by
Office of International Affair
Unismuh Makassar
Name : ABD. RAZAK
Date : 30 Desember 2015