

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki potensi yang unggul dalam mengembangkan berbagai komoditas pertanian. Kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2019 sebesar 12,72 persen. Hal tersebut menunjukkan sektor pertanian berada pada urutan ketiga setelah Industri Pengolahan dan Perdagangan Besar Eceran (19,70 persen) serta Reparasi Mobil dan Sepeda Motor (13,01 persen). (BPS RI, 2019).

Perkebunan merupakan salah satu sub sektor yang memiliki urutan pertama dalam kontribusi terhadap sektor pertanian. Menurut data Badan Pusat Statistik pada tahun 2019 kontribusi sub sektor perkebunan sebesar 3,27 persen terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) dan 25,71 persen terhadap sektor pertanian. Komoditas unggulan tanaman perkebunan di Indonesia diantaranya kelapa sawit, kelapa, karet, kopi, kakao, tebu, teh dan tembakau. Luas areal tanaman perkebunan untuk beberapa komoditas mengalami pertumbuhan yang positif (meningkat). Salah satunya komoditas kopi yang mengalami peningkatan dari 1.238,50 ribu ha pada tahun 2017 menjadi 1.258,00 ribu ha pada tahun 2019.

Kopi merupakan salah satu komoditas penting dari sub sektor perkebunan yang berperan dalam mendukung perekonomian di Indonesia. Kopi termasuk kedalam komoditas ekspor Indonesia sebagai penghasil devisa negara. Perkembangan produksi kopi di Indonesia mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Produksi kopi di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 761,10 ribu ton menunjukkan peningkatan hasil produksi dari tahun 2017 yang mencapai 716,10 ribu ton (BPS RI, 2019).

Menurut Badan Pusat Statistik (2019) produsen kopi di Indonesia tersebar di beberapa provinsi diantaranya yaitu Provinsi Jawa Tengah. Tahun 2018 produksi kopi robusta mencapai 1.861,87 ton dengan luas areal tanaman kopi robusta mencapai 45,40 ribu ha. Salah satu produsen kopi di Provinsi Jawa Tengah yaitu Kabupaten Cilacap. Produksi kopi robusta di Kabupaten Cilacap pada tahun 2019 mengalami peningkatan dari tahun 2018. Berikut ini Tabel 1. Yang menunjukkan data luas lahan, jumlah produksi dan produktivitas dari tanaman kopi robusta di Kabupaten Cilacap.

Tabel 1. Tahun, Luas tanam/ha, Produksi/ton dan Produktivitas komoditas kopi robusta di Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah

Kategori	Tahun					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Luas tanam (ha)	325,05	313,05	313,63	313,17	344,17	349,35
Produksi (ton)	78,98	75,68	76,39	76,39	108,18	134,54
Produktivitas (ha/ton)	4,12	4,14	4,10	4,1	3,18	2,6

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap tahun 2014 – 2019 (data diolah).

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi kopi robusta di Kabupaten Cilacap mengalami peningkatan pada tahun 2019 luas tanam mencapai 349,35 ha dan produksi mencapai 134,54 ton. Produsen kopi di Kabupaten Cilacap tersebar di beberapa kecamatan, salah satu kecamatan yang merupakan daerah sentra untuk produksi kopi yaitu Kecamatan Dayeuhluhur.

Kecamatan Dayeuhluhur merupakan salah satu daerah yang berada di Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah. Wilayah dengan kondisi iklim yang cocok untuk ditanami oleh berbagai komoditas perkebunan. Salah satu komoditas perkebunan yang menjadi unggulan di Kecamatan Dayeuhluhur ini yaitu kopi. Luas areal tanaman kopi di Kecamatan Dayeuhluhur pada tahun 2018 mencapai 198,00 ha, mengalami peningkatan pada tahun 2019 luas areal tanaman kopi menjadi 202,18 ha (BPS, 2019).

Produksi kopi di Kecamatan Dayeuhluhur mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Menurut data Badan Pusat Statistik (2019) menunjukkan bahwa produksi kopi pada tahun 2017 sebesar 43,98 ton mengalami peningkatan pada tahun 2019 mencapai 94,66 ton. Salah satu daerah sentra produksi kopi yang ada di Kecamatan Dayeuhluhur yaitu Desa Cilumping. Kopi yang ditanam oleh petani di Desa Cilumping ini yaitu jenis kopi robusta (*Coffea canephora*). Kopi robusta merupakan jenis tanaman kopi yang dapat tumbuh secara optimum pada ketinggian 400 – 800 mdpl.

Pemasaran merupakan salah satu aspek yang penting dalam kegiatan agribisnis. Pemasaran dilakukan setelah proses produksi selesai, pemasaran adalah kegiatan penyampaian barang atau jasa yang melibatkan lembaga pemasaran dari produsen ke konsumen. Pemasaran hasil pertanian adalah suatu kegiatan bisnis dimana menjual produk berupa komoditas pertanian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan harapan konsumen akan puas dengan mengkonsumsi komoditas tersebut (Angipora, 2002).

Pemasaran dapat dikatakan efisien jika memenuhi syarat yaitu dapat menyampaikan hasil – hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang serendah – rendahnya dan mengadakan pembagian yang adil secara keseluruhan harga yang harus dibayarkan kepada konsumen akhir dan kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan pemasaran (Mubyarto, 1995 dalam Nur Baladina dkk, 2011).

Permasalahan yang terjadi dalam pemasaran kopi robusta di Desa Cilumping yaitu harga jual biji kopi robusta yang mengalami perubahan dan cenderung harga jual biji kopi robusta rendah. Hal tersebut berdampak pada tingkat pendapatan yang diterima oleh petani menjadi rendah dan tidak menentu. Selain itu, kurangnya informasi mengenai kondisi pasar merupakan salah satu faktor yang menyebabkan lemahnya kemampuan petani dan lembaga pemasaran dalam menentukan proses tawar menawar harga jual kopi robusta.

Pemasaran kopi robusta melibatkan lembaga pemasaran dalam proses penyaluran ke konsumen, kopi robusta tidak dapat dikonsumsi langsung oleh konsumen maka dalam penyalurannya harus melibatkan beberapa lembaga pemasaran sampai akhirnya menjadi produk yang dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir. Hal tersebut mengharuskan adanya aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran. Harga jual kopi yang cenderung rendah berpengaruh pada lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran. Keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran kecil. Banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran mengakibatkan masing-masing lembaga pemasaran memperoleh keuntungan yang kecil.

Saluran pemasaran kopi robusta yang banyak melibatkan lembaga pemasaran akan menyebabkan harga di tingkat konsumen menjadi tinggi, sedangkan harga ditingkat petani rendah. Hal tersebut disebabkan karena perbedaan margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran. Nilai margin pemasaran yang berbeda akan berpengaruh pada harga ditingkat konsumen. Saluran pemasaran dikatakan efisien jika nilai margin pemasarannya tidak tinggi. Selain itu, saluran pemasaran dipengaruhi oleh fungsi-fungsi pemasaran yang diterapkan oleh lembaga pemasaran.

Lembaga pemasaran menerapkan fungsi-fungsi pemasaran dalam menyalurkan kopi robusta dari produsen sampai ke konsumen. Hal tersebut dapat mempengaruhi biaya pemasaran. Selain itu, saluran pemasaran yang panjang dapat menyebabkan terjadinya penambahan biaya karena banyak melalui lembaga pemasaran sehingga saluran tersebut menjadi tidak efisien. Oleh karena itu, agar petani dan lembaga pemasaran dapat memilih pola saluran pemasaran yang tepat maka perlu adanya analisis mengenai pola saluran pemasaran yang efisien sehingga kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan bagi semua pihak secara adil.

Berdasarkan uraian permasalahan yang terjadi di Desa Cilumping ini maka perlu dilakukan penelitian mengenai “**Saluran dan Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta(*Coffea Canephora*) dari Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap sampai Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana saluran pemasaran komoditas Kopi Robusta dari Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap sampai Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis?
2. Fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam proses pemasaran Kopi Robusta dari Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap sampai Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis?
3. Berapa besarnya biaya, keuntungan, margin pemasaran, distribusi margin dan *farmer's share* pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran Kopi Robusta dari Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap sampai Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis?
4. Bagaimana efisiensi pemasaran kopi robusta di Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap dilihat dari biaya pemasaran,

keuntungan pemasaran, margin pemasaran, distribusi margin pemasaran dan *farmer's share*.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Saluran pemasaran komoditas Kopi Robusta dari Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap sampai Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis.
2. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam proses pemasaran Kopi Robusta dari Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap sampai Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis.
3. Biaya, keuntungan, margin pemasaran, distribusi margin dan *farmer's share* pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran Kopi Robusta dari Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap sampai Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis.
4. Efisiensi pemasaran Kopi Robusta di Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap dilihat dari biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, distribusi margin pemasaran dan *farmer's share*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan penulis dalam bidang agribisnis pertanian khususnya pada saluran dan efisiensi pemasaran kopi robusta.
2. Lembaga pemasaran
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi lembaga pemasaran mengenai saluran dan efisiensi pemasaran produk kopi robusta.

3. Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam pengambilan keputusan dan menyusun kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan masyarakat.

4. Lingkungan Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur bagi yang sedang melakukan penelitian sehingga dapat membuat sebuah penelitian yang lebih baik daripada penelitian sebelumnya.