Jurnal Sylva Lestari **ISSN (print) 2339-0913**
Vol. 7 No. 3, September 2019 (299-308) **ISSN (online) 2549-5747**

Efisiensi Pemasaran Agroforestri Berbasis Kopi Berdasarkan Keragaan Pasar: Studi Kasus di Pekon Air Kubang, Tanggamus

Marketing Efficiency of Coffee-Based Agroforestry Based on Market Performance: A Case of Study in Air Kubang Village, Tanggamus

Oleh:
Annisa Marchantia Pratiwi [1*], Hari Kaskoyo [1*], Susni Herwanti [1]
[1]Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung. Jl. Sumantri Brojonegoro, Gedung Meneng, Bandar Lampung 35145, Lampung, Indonesia
[*]email: icapratiwi7@gmail.com

ABSTRAK

Sumber pendapatan utama masyarakat Pekon Air Kubang, Kecamatan Air Naningan, Kabupaten Tanggamus diperoleh dari hasil budi daya dan pemasaran kopi robusta (*Coffea robusta*) yang dikelola menggunakan sistem agroforestri. Agroforestri berbasis kopi juga memberikan dampak ekologi yang positif bagi masyarakat sekitar seperti terjaganya mata air yang dimanfaatkan masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhan rumah tangga. Penelitian pemasaran kopi perlu dilakukan untuk mengetahui saluran pemasaran yang efisien berdasarkan keragaan pasar tiap saluran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran dan menganalisis keragaan pasar kopi robusta. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Desember 2018 di Pekon Air Kubang, Kecamatan Air Naningan, Kabupaten Tanggamus. Data diperoleh melalui wawancara dengan responden yaitu lembaga pemasaran yang terlibat dan petani kopi robusta. Keragaan pasar dianalisis melalui perhitungan marjin pemasaran, marjin keuntungan, *share, ratio profit margin,* dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian mengidentifikasi tiga saluran pemasaran kopi, yaitu: (1) petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pengecer, (2) petani – koperasi – pengecer, dan (3) petani – koperasi. Analisis parameter efisiensi pemasaran (EP) menunjukkan bahwa ketiga saluran pemasaran efisien dengan nilai EP < 1. Namun secara umum pemasaran kopi pada ketiga saluran cenderung belum efisien. Hal ini ditunjukkan oleh marjin pemasaran dan marjin keuntungan yang cukup tinggi, ratio *profit margin* yang tidak menyebar secara merata, serta *share* yang diterima petani rendah.

Kata kunci: agroforestri, efisiensi pemasaran, kopi robusta, marjin pemasaran

ABSTRACT

The main sources of community income at Air Kubang village, Air Naningan sub-district, Tanggamus District is from the cultivation and marketing of robusta coffee (*Coffea robusta*) *that is managed using an agroforestry system. Coffee-based agroforestry also contributed a positive ecological impact on the surrounding communities such as the preservation of springs that are utilized by the community to meet household needs. A study on coffee marketing is urgently needed to determine the efficient marketing channels based on the market performance of each channel. The purpose of this research was to identify marketing channels of robusta coffee and determine the performance of each marketing channel. Data were collected in December 2018 in Air Kubang Village, Air Naningan District, Tanggamus Regency. The data were obtained through interviews with respondents such as farmers and marketing institutions involved in the marketing of robusta coffee. Market performances were analyzed through the*

calculation of marketing margin, profit margin, profit margin ratio, share, and marketing efficiency. The study identified three marketing channels as follows: (1) farmers – collector traders – wholesalers – retailers, (2) farmers – cooperatives – retailers, and (3) farmers – cooperatives. Analysis of marketing efficiency (EP) showed that the three marketing channels were efficient with the EP values <1. However overall results showed that the marketing of coffee for the three marketing channels was not yet efficient, showing high marketing and profit margins, uneven distribution of profit margin ratio, and low share received by farmers.

Keywords: *agroforestry, marketing efficiency, marketing margin, robusta coffee*

PENDAHULUAN

Sistem agroforestri merupakan sistem budidaya dengan menggabungkan tanaman pertanian dengan pepohonan di suatu lahan yang sama (Zainuddin dan Sribianti 2018). Keberadaan agroforestri menjadi alternatif dalam mengatasi permasalah kebutuhan sumberdaya hutan (Widyaningsih dan Diniyati 2010; Febryano 2008; Febryano et al. 2009). Sistem ini diharapkan mampu memperbaiki produktivitas lahan sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat dan dapat memperbaiki fungsi hutan dari aspek ekologi, sosial, ekonomi (Sari et al. 2018). Kopi merupakan komoditas yang dapat dibudidayakan pada sistem ini. Kopi yang ditanam monokultur tidak seunggul dengan kopi yang ditanam dengan dengan sistem agroforestri. Penyerapan air pada kopi monokultur lebih rendah dibandingkan kopi dengan sistem agroforestri, maka ketersediaan air pada agroforestri kopi lebih besar, terutama pada kedalaman tanah 100 – 200 cm (Cannavo et al. 2011).

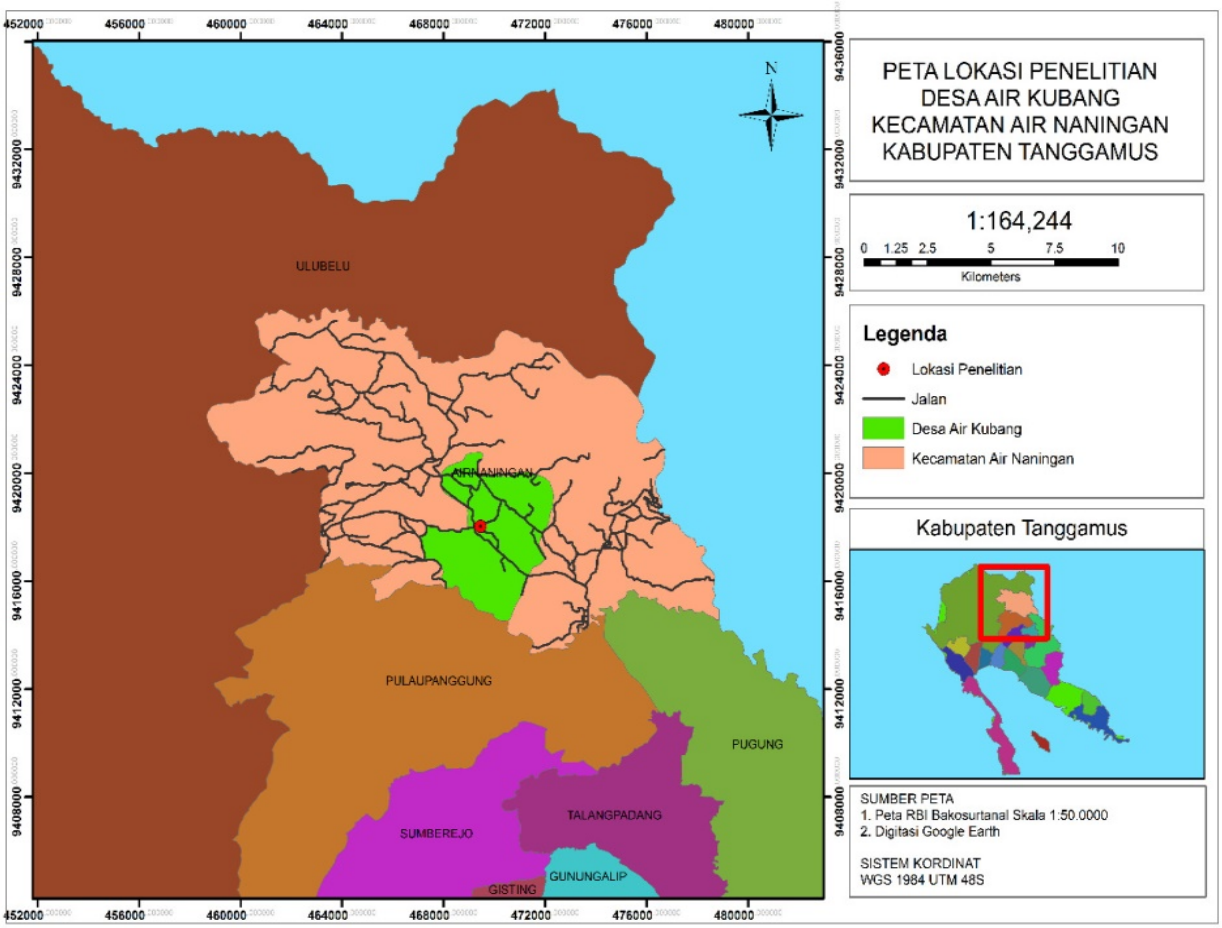
Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2017), kopi robusta (*Coffea robusta*) yang diproduksi di Kabupaten Tanggamus sebanyak 31.346 ton dari area seluas 41.416 ha. Petani kopi di Tanggamus memiliki luas lahan antara 0,5 sampai 1,5 ha (Kustyawati et al. 2017). Terdapat 20 kecamatan di Tanggamus, salah satunya adalah Kecamatan Air Naningan, Pekon Air Kubang. Kopi robusta merupakan salah satu komoditas utama di Pekon Air Kubang yang dikelola oleh petani dengan menerapkan sistem agroforestri dan dipanen pada bulan Mei hingga Agustus setiap tahunnya. Setelah dipanen, kopi kemudian disalurkan ke lembaga pemasaran yang dituju. Petani dan lembaga pemasaran melakukan proses pemasaran untuk meningkatkan pendapatan.

Beberapa penelitian terkait dengan pemasaran menunjukkan bahwa penyederhanaan saluran pemasaran seperti pembentukan koperasi menjadikan efisiensi pemasaran meningkat. Apabila lembaga pemasaran yang terlibat semakin sedikit, maka semakin sedikit lembaga pemasaran yang mengambil keuntungan sehingga harga yang dikeluarkan oleh konsumen akhir semakin rendah (Caesara et al. 2017; Lestari et al. 2017; Nurhidayana et al. 2018). Hal ini selaras dengan penelitian Ali et al. (2017) dan Nurhidayana et al. (2018) yang menyatakan bahwa nilai marjin pemasaran yang rendah serta penyebaran *ratio profit margin* yang merata dapat meningkatkan efisiensi pemasaran. Penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui saluran pemasaran yang efisien berdasarkan keragaan pasar tiap saluran, sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis efisiensi pemasaran dan mengetahui saluran kopi robusta.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data dilaksanakan pada Desember 2018 di Pekon Air Kubang, Kecamatan Air Naningan, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Peta lokasi penelitian dapat dilihat

pada Gambar 1. Lokasi penelitian dipilih karena Pekon Air Kubang merupakan salah satu lokasi penghasil biji kopi robusta dengan sistem agroforestri. Objek penelitian yang dituju adalah petani kopi di Pekon Air Kubang yang menggunakan sistem agroforestri. Jumlah petani kopi di lokasi penelitian sebanyak 119 orang. Jumlah responden ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan batas eror 10% (Arikunto 2013), sehingga diperoleh jumlah responden sebanyak 55 petani. Selain responden petani, wawancara juga dilakukan dengan lembaga pemasaran yang terlibat.



Gambar 1. Peta lokasi penelitian.

Wawancara dengan petani dan lembaga yang terlibat dalam pemasaran kopi robusta dilakukan dengan panduan kuesioner. Pengumpulan data juga dilakukan melalui studi dokumentasi dan observasi lapangan. Data primer yaitu berupa karakteristik responden antara lain nama, usia, tingkat pendidikan, luas lahan, dan keikutsertaan kelompok tani. Data sekunder dihimpun melalui studi pustaka.

Data dianalisis secara kuantitatif yaitu menganalisis saluran pemasaran dan analisis keragaan pasar. Keragaan pasar dianalisis dengan menghitung marjin pemasaran, marjin keuntungan, *ratio profit margin, share*, dan efisiensi pemasaran. Marjin pemasaran dan marjin keuntungan dihitung dengan rumus (Hasyim 2012):

$$MP = Pr - Pf$$

$$\pi i = Mp - bti$$

dimana:
MP = Marjin pemasaran pada lembaga pemasaran (Rp)
Pr = Harga jual pada lembaga pemasaran (Rp)
Pf = Harga beli pada lembaga pemasaran (Rp)

πi = Keuntungan pada lembaga pemasaran (Rp)
bti = Biaya pemasaran pada lembaga pemasaran (Rp)

Nilai marjin pemasaran yang semakin kecil maka semakin efisien suatu pemasaran. Pemasaran yang efisien jika harga yang diterima petani lebih tinggi daripada marjin pemasaran keseluruhan selain itu semakin sedikit lembaga pemasaran yang terlibat akan membuat semakin efisien (Hasyim 2012).

Share dihitung menggunakan rumus yaitu (Hasyim 2012) :

$Sp = Pf/ Pr \times 100\ \%$

dimana:
Sp = bagian (*share*) yang diterima petani (%)
Pf = harga di tingkat petani (Rp)
Pr = harga di tingkat konsumen akhir atau di tingkat pengecer (Rp)
Bila *share* yang didapat produsen >50% maka pemasaran termasuk kategori yang efisien, dan jika *share* yang didapat produsen <50% berarti pemasaran belum bisa dikatakan efisien (Triyanti dan Shafitri 2012).

Ratio profit margin (RPM) dihitung dengan rumus sebagai berikut (Hasyim 2012):

$RPM = \pi i/ bti$

dimana:
bti = biaya pemasaran pada setiap lembaga (Rp)
πi = keuntungan lembaga pemasaran (Rp)

Jika penyebaran RPM tidak menyeluruh pada setiap lembaga, maka saluran pemasaran tersebut dinilai tidak efisien (Permadi, 2017).

Efisiensi pemasaran dihitung dengan rumus berikut (Rasuli 2007):

EP = biaya pemasaran/ harga konsumen akhir

dimana EP > 1 menunjukkan pemasaran belum efisien dan jika EP < 1 maka pemasaran dinilai efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agroforestri di Pekon Air Kubang

Berdasarkan hasil wawancara dengan mantan ketua Kelompok Tani Tunas Karya II dan data monografi Pekon Air Kubang, wilayah agroforestri kopi di Pekon Air Kubang berada pada ketinggian 300-500 mdpl dengan jenis tanah latosol dan berada di sekitar genangan waduk Batu Tegi. Lokasi penelitian ini pada tahun 1980-an merupakan padang ilalang dengan luas area sekitar 200 ha. Sebagian besar lahan tersebut merupakan lahan kritis sehingga erosi tanah dan kekeringan dan sering terjadi dan menyebabkan masyarakat sekitar kesulitan untuk mendapatkan sumber air. Oleh karena itu, pada tahun 2001 wilayah tersebut dibagi menjadi 2 zona wilayah, yaitu zona inti seluas 100 ha ditanam secara campuran dan zona pendukung seluas 100 ha ditanam secara agroforestri. Agroforestri dengan tanaman kopi robusta sebagai tanaman utama di lokasi penelitian ditanam bersama tanaman buah-buahan dan pertanian yaitu durian (*Durio zibethinus*), jengkol (*Pithecellobium lobatum*), coklat (*Theobroma cacao*), pisang (*Musa acuminate*), manggis (*Garcinia mangostana*), pinang (*Pinanga kuhlii*), cengkeh (*Syzygium aromaticum*), petai (*Parkia speciosa*), serta tanaman kayu-kayuan seperti cempaka (*Michelia champaca*), mahoni (*Swietenia macrophylla*), afrika (*Veronia amygdalina*), sengon (*Falcataria moluccana*), dan randu (*Ceiba pentandra*).

Masyarakat sekitar merasakan dampak terhadap keberadaan agroforestri kopi dengan memperoleh pendapatan dari hasil panen dan terdapat mata air yang digunakan setiap harinya oleh masyarakat untuk mencukupi keperluan air rumah tangganya. Bersamaan dengan hal ini masyarakat mulai menyadari manfaat dan kegunaan agroforestri di lokasi penelitian. Sesuai

dengan penelitian Kaskoyo et al. (2014) mengemukakan penerapan agroforestri juga memberikan jasa lingkungan meliputi pemanfaatan layanan air, penyerapan karbon, perlindungan keanekaragaman hayati, pelestarian dan perlindungan lingkungan.

Karakteristik Petani Agroforestri Kopi

Tabel 1 menunjukkan bahwa petani di Pekon Air Kubang didominasi oleh petani yang berada pada usia produktif dengan usia antara 17 – 64 tahun (Setiawan et al. 2018). Pengelolaan lahan seperti pendangiran, pemupukan, pemetikan pucuk tunas kopi yang baru, dan pemangkasan ranting pohon sebagian besar dilakukan oleh petani usia produktif sehingga hasil tanaman kopi lebih baik. Menurut Tahir et al. (2018), petani yang tergolong usia produktif mampu terlibat langsung dalam pengelolaan usaha tani karena memiliki fisik dan tenaga yang masih kuat untuk bekerja. Hartatri et al. (2010), mengatakan bahwa produksi dan produktivitas tanaman kopi dipengaruhi oleh faktor umur dan pengalaman petani sehingga berpengaruh terhadap penghasilan yang diterima petani. Sebanyak 35 responden yang berada di usia produktif menjual kopinya ke pedagang pengumpul, sedangkan 15 responden lainnya menjual ke koperasi. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden masih melakukan pemasaran yang tidak efisien.

Tabel 1. Karakteristik petani di Pekon Air Kubang.

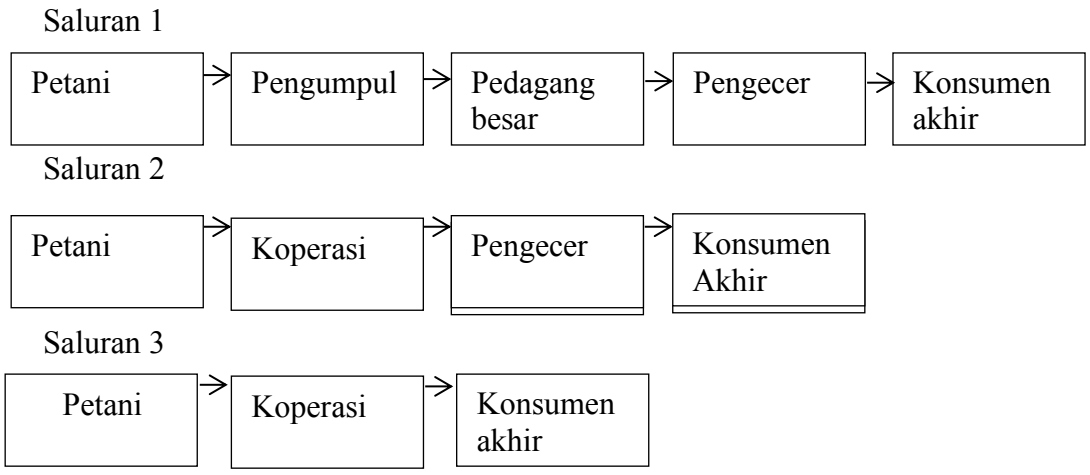
No	Karakteristik		Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1	Umur	0-16 tahun	0	0
		17-64 tahun	50	91
		>64 tahun	5	9
	Jumlah		55	100
2	Tingkat Pendidikan	SD	33	60
		SMP	16	29
		SMA	6	11
	Jumlah		55	100
3	Luas lahan (ha)	<0,5 ha	3	5,4
		0,5-2 ha	43	78,2
		>2 ha	9	16,4
	Jumlah		55	100
4	Kelompok tani	Ya	15	27.3
		Tidak	40	72.7
	Jumlah		55	100

Berdasarkan data pada Tabel 1, petani di Pekon Air Kubang secara umum memiliki tingkat pendidikan yang rendah yang didominasi oleh petani dengan tingkat pendidikan SD. Hal tersebut yang menyebabkan petani memiliki pengetahuan yang kurang baik dalam mengelola biji kopi, sehingga biji kopi yang dihasilkan memiliki harga yang rendah dibandingkan biji kopi yang telah dilakukan pengelolaan. Maryoni (2015), menjelaskan bahwa tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi responden dalam kaitan menerima, menyerap, mengimplementasi teknologi, informasi, dan pengetahuan dalam melakukan usaha tani kopi, apabila sumber daya manusia rendah akan berpengaruh terhadap produktivitas petani dan berpengaruh terhadap pendapatan. Menurut Maramba (2018), setiap orang yang memiliki pendidikan rendah cenderung tertutup untuk meangkap dan mencoba hal-hal yang baru, sehingga lebih sulit melaksanakan adopsi dan inovasi.

Lahan agroforestri yang dikelola petani secara umum cukup luas. Tabel 2 menunjukkan bahwa hampir keseluruhan petani (78,2%) mempunyai luas lahan 0,5-2 ha. Menurut Winarni et al. (2016), semakin sedikit luas lahan yang diusahakan, penghasilan yang didiapat akan semakin rendah. Petani di lokasi penelitian telah membentuk kelompok tani bernama Tunas Karya 2, namun hanya 15 orang (27,3%) petani yang sudah bergabung ke dalam kelompok, sedangkan 40 orang (72,7%) petani tidak bergabung dalam kelompok tani tersebut. Keberadaan kelompok tani memberikan berbagai keuntungan bagi anggotanya. Anggota kelompok tani Tunas Karya 2 dapat menjual biji kopi robusta ke koperasi yang berada di Kecamatan Air Naningan dan merupakan anggota koperasi tersebut. Anggota kelompok tani sudah memiliki kemampuan budi daya kopi yang cukup baik dan pengolahan biji kopi dari proses pemanenan hingga proses penjemuran yang dilakukan dengan perlakuan khusus untuk memperoleh biji kopi berkualitas, sehingga harga jual ke koperasi lebih tinggi. Selain itu, anggota kelompok tani juga mendapatkan penyuluhan mengenai pengelolaan biji kopi yang baik dari pemerintah dan penyuluh dinas terkait. Keikutsertaan petani sebagai anggota kelompok tani memengaruhi keragaan pasar karena berada di saluran yang berbeda.

Saluran pemasaran

Lembaga-lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar, koperasi dan pedagang pengecer yang terlibat dalam pemasaran kopi membentuk saluran pemasaran. Gambar 2 merupakan saluran pemasaran kopi di Pekon Air Kubang. Pada saluran 1, petani memasarkan kopi robusta kepada pedagang pengumpul di dalam pekon, selanjutnya ke pedagang besar yang berada di Talang Padang, lalu ke pengecer di Talang Padang juga, dan konsumen akhir. Saluran ini digunakan oleh 40 orang petani (72,7%) dengan total volume penjualan 25.190 kg dan harga rata-rata penjualan biji kopi robusta dari petani sebesar Rp. 19.982/kg. Saluran 2 dan 3 digunakan petani kopi yang juga anggota Kelompok Tani Tunas Karya 2 berjumlah 15 orang dengan total volume penjualan 6.800 kg dan harga rata-rata penjualan biji kopi robusta dari petani sebesar Rp. 23.000/ kg. Saluran 2 yaitu dari petani lalu ke koperasi yang ada di Kecamatan Air Naningan, kemudian ke pengecer yang ada di kecamatan yang berbeda. Saluran 3 yaitu petani kemudian koperasi dan konsumen akhir.



Gambar 2. Saluran pemasaran kopi robusta.

Hasil analisis keragaan pasar kopi robusta di Pekon Air Kubang menunjukkan bahwa total marjin yang paling banyak mengambil keuntungan dari semua saluran diperoleh pada saluran 2, yaitu Rp. 147.000/kg dan saluran paling sedikit adalah saluran 1, yaitu Rp. 60.018/kg (Tabel 2). Penyebaran marjin tidak merata, dan marjin pemasaran cukup tinggi di semua saluran. Jika harga jual kopi semakin besar maka marjin pemasaran dan marjin keuntungan

menjadi besar (Baladina et al. 2015). Menurut Triyanti dan Shafitri (2012), marjin terkecil dan *share* yang diterima petani terbesar merupakan pola pemasaran yang efisien secara ekonomi.

Tabel 2. Keragaan pasar.

No	Keterangan	Saluran 1		Saluran 2		Saluran 3	
		Biaya (Rp/Kg)	*Share* (%)	Biaya (Rp/Kg)	*Share* (%)	Biaya (Rp/Kg)	*Share* (%)
1	Harga jual petani	19.982	24,97	23.000	13,52	23.000	19,16
	Biaya transportasi	-	-	15,31	0,009	15,31	0,01
	Marjin keuntungan	-	-	22.984,69	13,52	22.985	19,15
2	Harga beli pedagang pengumpul	19.982	24,97	-	-	-	-
	Harga jual pedagang pengumpul	21.060	26,32	-	-	-	-
	Biaya total	294	0,36	-	-	-	-
	- Biaya tenaga kerja	44	0,05	-	-	-	-
	- Biaya transportasi	24	0,03	-	-	-	-
	- Biaya penyusutan	226	0,28	-	-	-	-
	Marjin pemasaran	1.078	1,34	-	-	-	-
	Marjin keuntungan	783	0,97	-	-	-	-
	RPM	2,66	0,003	-	-	-	-
3	Harga beli koperasi	-	-	23.000	13,52	23.000	19,16
	Harga jual koperasi	-	-	120.000	70,58	120.000	100
	Biaya total	-	-	22.150	13,02	22.150	18,45
	- Biaya tenaga kerja	-	-	15.700	9,23	15.700	13,08
	- Biaya transportasi	-	-	200	0,1	200	0,16
	- Biaya penyusutan	-	-	6.205	3,65	6.205	5,17
	Marjin pemasaran	-	-	97.000	57,05	97.000	80,83
	Marjin keuntungan	-	-	74.850	44,02	74.850	62,37
	RPM	-	-	3,38	0,002	3,38	0,002
4	Harga beli pedagang besar	21.060	26,32	-	-	-	-
	Harga jual pedagang besar	22.167	27,70	-	-	-	-
	Biaya total	515	0,64	-	-	-	-
	- Biaya tenaga kerja	42	0,05	-	-	-	-
	- Biaya transportasi	25	0,03	-	-	-	-
	- Biaya penyusutan	447	0,55	-	-	-	-
	Marjin pemasaran	1.107	1,38	-	-	-	-
	Marjin keuntungan	591	0,73	-	-	-	-
	RPM	1,14	0,001	-	-	-	-
5	Harga beli pengecer	22.167	27,70	120.000	70,58	-	-
	Harga jual pengecer	80.000	100	170.000	100	-	-
	Biaya total	22.826	28,53	2.500	1,47	-	-
	- Biaya tenaga kerja	16.200	20,25	-	-	-	-
	- Biaya transportasi	450	0,56	2.500	1,47	-	-
	- Biaya penyusutan	6.176	7,72	-	-	-	-
	Marjin pemasaran	57.833	72,29	50.000	29,41	-	-
	Marjin keuntungan	35.007	43,75	47.500	27,94	-	-
	RPM	1,53	0,001	19	0,01	-	-
6	Harga beli konsumen akhir	80.000	-	170.000	-	150.000	-
	Total biaya	23.636	-	24.666	-	26.117	-
	Total marjin pemasaran	60.018	-	147.000	-	127.000	-
	Total marjin keuntungan	36.382	-	145.334	-	123.883	-
	Total RPM	5,33	-	22,38	-	3,86	-
	Efisiensi Pemasaran	0,29	-	0,14	-	0,17	-

Marjin pemasaran tertinggi diperoleh pada saluran 2 yaitu lembaga pemasaran pengecer sebesar Rp. 50.000/kg. Hal ini karena pedagang pengecer membeli kopi yang telah diolah dari koperasi dengan hanya mengeluarkan biaya pemasaran berupa biaya transportasi sehingga keuntungan yang diperoleh menjadi tinggi daripada lembaga pemasaran yang lain. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Jumiati et al. (2013) menyebutkan bahwa keuntungan yang paling rendah didapatkan oleh petani sedangkan yang memperoleh keuntungan paling tinggi yaitu pedagang pengecer.

Pedagang pengecer pada saluran 2 memiliki nilai RPM yang paling besar yaitu Rp. 19. Hal ini berarti keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 19 untuk setiap Rp. 1 biaya yang digunakan dalam memasarkan kopi. RPM kurang menyebar secara merata pada lembaga-lembaga di setiap saluran pemasaran. RPM yang belum menyebar secara merata menandakan bahwa sistem pemasaran belum efisien. Menurut Permadi (2017), saluran pemasaran dikatakan belum efisien apabila pada tiap lembaga pemasaran memiliki penyebaran RPM terhadap biaya tidak merata. Hal tersebut membuktikan bahwa sistem pemasaran kopi di Pekon Air Kubang belum dapat memberikan pembagian yang adil di keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen akhir kepada semua lembaga pemasaran yang terlibat.

Share yang diperoleh petani disetiap saluran cukup rendah yaitu 24,97% pada saluran 1, 13,52% pada saluran 2, dan 19,16% pada saluran 3. Pekon Air Kubang memiliki pemasaran kopi robusta yang dianggap belum efisien dikarenakan memiliki nilai persentase bagian yang diterima produsen rendah yaitu <50% sehingga tidak memberikan pembagian keuntungan yang besar bagi petani. Menurut Triyanti dan Shafitri (2012), jika *share* yang diperoleh produsen > 50% dapat dikatakan pemasaran tersebut efisien, dan jika *share* yang diperoleh produsen < 50% maka pemasaran belum efisien. Apabila perbandingan *share* keuntungan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan kopi disetiap lembaga pemasaran merata, maka sistem pemasaran tersebut efisien (Jumiati et al. 2013). Namun berdasarkan perhitungan efisiensi pemasaran (EP) kopi robusta menghasilkan nilai < 1, dengan kata lain sistem pemasaran kopi robusta di Pekon Air Kubang efisien.

SIMPULAN

Saluran pemasaran kopi robusta yang ada di Pekon Air Kubang membentuk tiga saluran pemasaran, yaitu: (1) petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pengecer, (2) petani – koperasi – pengecer, dan (3) petani – koperasi. Sistem pemasaran berdasarkan indikator efisiensi pemasaran (EP) menunjukkan bahwa ketiga saluran pemasaran efisien dengan nilai EP < 1. Namun secara umum pemasaran kopi pada ketiga saluran cenderung belum efisien karena marjin pemasaran dan marjin keuntungan cukup tinggi, ratio profit marjin yang tidak menyebar secara merata, serta *share* yang diterima petani rendah.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, M. F., Situmorang, S., and Murniati, K. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* 5(3): 266. DOI: 10.23960/jiia.v5i3.%25p

Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. *Jakarta: Rineka Cipta*. DOI: 10.1017/CBO9781107415324.004

Badan Pusat Statistik. 2017. Produksi Kopi di Tanggamus. <https://www.bps.go.id/subject/6/produksi-kopi.html> (Apr. 6, 2019).

Baladina, N., Anindita, R., and Putri, A. R. 2015. Analisis Efisiensi Pemasaran Durian di Desa Wonoagung, Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang. *HABITAT* 22(1): 1–11.

Caesara, V., Usman, M., and Baihaqi, A. 2017. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Biji Kopi (Green Bean) Arabika di Kabupaten Bener Meriah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 2(1): 250–261.

Cannavo, P., Sansoulet, J., Harmand, J.-M., Siles, P., Dreyer, E., and Vaast, P. 2011. Agroforestry Associating Coffee and Inga Densiflora Results in Complementarity for Water Uptake and Decreases Deep Drainage in Costa Rica. *Agriculture, Ecosystems &*

Environment 140(1–2): 1–13. DOI: 10.1016/j.agee.2010.11.005

Febryano, I. G. 2008. Analisis Finansial Agroforestri Kakao di Lahan Hutan Negara dan Lahan Milik. *Perennial* 4(1): 41–47. DOI: 10.24259/PERENNIAL.V4I1.182

Febryano, I. G., Suharjito, D., and Soedomo, S. 2009. Pengambilan Keputusan Pemilihan Jenis Tanaman dan Pola Tanam di Lahan Hutan Negara dan Lahan Milik: Studi Kasus di Desa Sungai Langka, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. *Forum Pascasarjana* 32(2): 129–141.

Hartatri, F., Neilson, J., Arifin, B., and Fujita, Y. 2010. Livelihood Strategies of Smallholder Coffee Farmers in South Sulawesi and East Nusa Tenggara (Flores). in: *Proceedings for the 23rd International Conference on Coffee Science* 1091–1094.

Hasyim, A. I. 2012. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. *Bandar Lampung: Fakultas Pertanian Universitas Lampung*.

Jumiati, E., Darwanto, D. H., Hartono, S., and others. 2013. Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Agrifor* 12(1): 1–10.

Kaskoyo, H., Mohammed, A. J., and Inoue, M. 2014. Present State of Community Forestry (Hutan Kemasyarakatan/HKM) Program in Forest and Its Challenges: Case study in Lampung Province, Indonesia. *Journal of Forest Science* 30(1): 15–29.

Kustyawati, M. E., Sri Setyani, S., Sugiharto, R., and Waluyo, S. 2017. Produksi Kopi Bubuk Terintegrasi untuk Meningkatkan Mutu Pada Kelompok Serba Usaha Srikandi di Kabupaten Tanggamus. *Batoboh* 2(1): 45–56. DOI: 10.26887/bt.v2i1.346

Lestari, O., Hasyim, A. I., and Kasymir, E. 2017. Analisis Usahatani dan Efisiensi Pemasaran Kopi (Coffea sp) di Kecamatan Pulau Panggung Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* 5(1): 1–8. DOI: 10.23960/JIIA.V5I1.%P

Maramba, U. 2018. Pengaruh Karakteristik Terhadap Pendapatan Petani Jagung di Kabupaten Sumba Timur (Studi Kasus: Desa Kiritana, Kecamatan Kambera, Kabupaten Sumba Timur). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 2(2): 94–101.

Maryoni, H. S. 2015. Identifikasi Pengaruh Luas Lahan, Biaya Pemeliharaan, dan Jumlah Keluarga terhadap Pendapatan Petani (Studi Kasus Desa Kepenuhan Raya). *Jurnal Sungkai* 3(2).

Nurhidayana, N., Kuswardani, R. A., and Siregar, M. A. 2018. Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kabupaten Batubara. *JURNAL AGRICA* 5(1): 28–39. DOI: 10.31289/AGRICA.V5I1.1285

Permadi, R. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok di Kabupaten Seruyan. *UNES Journal of Agricultural Scienties* 1(1): 115–123.

Rasuli, N. 2007. Analisis margin pemasaran telur itik di Kelurahan Borongloe, Kecamatan Bontomarannu, Kabupaten Gowa. *Jurnal Agrisistem* 3: 36–43.

Sari, R. R., Hairiah, K., and Suyanto. 2018. Karakteristik Hutan Rakyat Jati dan Sengon Serta Manfaat Ekonominya di Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 2(2): 129–137. DOI: 10.21776/ub.jepa.2018.002.02.6

Setiawan, A., Ramadani, K. D., and Budiatmodjo, E. 2018. *Statistik Pemuda Indonesia 2014: Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional*.

Tahir, M. I., Nurhapsa, N., Mu'min, S., and Suherman, S. 2018. Respon Petani terhadap Efektivitas Kerja di Lahan Irigasi Teknis (Studi Kasus Desa Carawali Kecamatan Watang Pulu Kabupaten Sidenreng Rappang). *Jurnal Agri Sains* 2(2).

Triyanti, R., and Shafitri, N. 2012. Kajian Pemasaran Ikan Lele (Clarias sp.) dalam Mendukung Industri Perikanan Budidaya (Studi Kasus di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan* 7(2): 177–191. DOI: 10.15578/jsekp.v7i2.5684

Widyaningsih, T. ., and Diniyati, D. 2010. Kontribusi Ekonomi dan Sistem Pemasaran Hasil Hutan Rakyat Pola Wanafarma di Majenang, Cilacap. *Penelitian Sosial dan Ekonomi*

Kehutanan 7(1): 55–71.

Winarni, S., Yuwono, S. B., and Herwanti, S. 2016. Struktur Pendapatan, Tingkat Kesejahteraan dan Faktor Produksi Agroforestri Kopi pada Kesatuan Pengelolaan Hutan Lindung Batutegi (Studi di Gabungan Kelompok Tani Karya Tani Mandiri). *Jurnal Sylva Lestari* 4(1): 1–10. DOI: 10.23960/jsl141-10

Zainuddin, M., and Sribianti, I. 2018. Pendapatan Masyarakat pada Komponen Silvopasture dan Agrisilvikultur Kecamatan Parangloe Kabupaten gowa. *Jurnal Hutan dan Masyarakat* 136–144.