

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkebunan kopi di Indonesia sekitar 96 % merupakan usaha rakyat dengan skala yang masih kecil (Kemeterian Perindustrian, 2017). Jenis tanaman yang kopi yang dibudidayakan oleh petani Indonesia yaitu kopi arabika. Masing masing kopi memiliki keunggulan tersendiri, kopi arabika memiliki cita rasa yang khas sehingga mempunyai pasar khusus, rakyat Sulawesi selatan memiliki potensi yang besar untuk pengembangan kopi, selama tahun 2012-2016, rata-rata memproduksi 12,29% kopi Arabika dari perkebunan(Prastowo, dkk.,2010). Wilayah sentra produksi kopi Arabika di Indonesia terdapat di Provinsi Sumatera Utara, Aceh, Sulawesi Selatan, Sumatera Barat, dan Nusa Tenggara Timur (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2019). rakyat dan tersebar hampir di seluruh kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2019).

Potensi pengembangan yang besar tersebut perlu memerhatikan juga sebaran wilayah kesesuaian agroklimat maupun proyeksinya, agar dapat merencanakan kegiatan produksi kopi dengan baik. Perencanaan dan pengembangan tanaman kopi hendaknya mempertimbangkan kondisi lahan dan iklim kawasan. adapun faktor yang menjadi pendukung terhadap keberhasilan produksi suatu tanaman adalah faktor iklim terutama curah hujan dan suhu (Arifianto dkk., 2016). Sulawesi Selatan merupakan salah satu wilayah penghasil kopi terbaik di Indonesia. Kopi yang dihasilkan berasal dari jenis arabika dan robusta. Berdasarkan data, Sulawesi Selatan merupakan salah satu daerah sentra produksi kopi dengan luas areal penanaman mencapai 61.285 hektare. Rata-rata produksi kopi Sulawesi Selatan setiap tahunnya mencapai 18.000 ton. Lokasi produksinya tersebar pada tujuh kabupaten. Produksi kopi robusta di atas 1000 ton per tahun dihasilkan Kabupaten Bulukumba, Bantaeng, Sinjai, Pinrang, Luwu, Lutra dan Toraja. Sementara kopi arabika di Kabupaten Toraja, Enrekang dan Gowa produksinya mencapai 1000 ton per tahun (Dinas Komunikasi, 2018). Produksi kopi di Sulawesi Selatan berdasarkan data Direktorat Jenderal Perkebunan mulai tahun 2017-2021.

Tabel 1. Produksi Kopi dan Luas Areal Berfluktuatif di Provinsi Sulawesi Selatan dari Tahun 2017-2021

No	Tahun	Luas Area (Ha)	Produksi (Ton)
1	2017	73.465	33.486
2	2018	73.357	34.716
3	2019	79.531	34.665
4	2020	78.502	34.726
5	2021	78.893	36.014

Sumber: Data Direktorat Jenderal Perkebunan

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari tahun 2017-2021 produksi kopi dan luas areal berfluktuatif di Provinsi Sulawesi Selatan. Secara umum, fluktuasi disebabkan adanya penurunan dan atau peningkatan harga kopi. Rendahnya produksi kopi di Indonesia tahun 2018 dikarenakan rendahnya harga kopi robusta sebesar Rp. 15.133/kg. Akan tetapi, tahun 2019 harga kopi mengalami peningkatan sebesar Rp. 16.952./kg. Dengan meningkatnya harga kopi tahun 2019 mendorong petani agar lahan kopinya mampu diperluas (Badan Pusat Statistik, 2020). Apabila dilihat berdasarkan luasan areal perkebunan tanaman kopi, Indonesia berada di urutan kedua terbesar. Namun, untuk posisi produksi dan ekspor masih berada di posisi ke empat. Permasalahan yang dihadapi adalah produktivitas yang masih rendah dan kontribusi ekspor kopi terhadap penerimaan devisa pada subsektor perkebunan dan sector pertanian juga cenderung menurun. Hal ini karena perkebunan kopi di Indonesia masih sebagian besar perkebunan rakyat yang penanamannya masih tradisional dengan pengelolaan budidaya dan penanganan pasca panen belum memadai, yang pada akhirnya menghasilkan kualitas kopi yang rendah jika dibandingkan dengan produsen kopi lainnya (Lukiawan R, 2009). Sulawesi Selatan merupakan salah satu propinsi di Kawasan Timur Indonesia yang memiliki potensi pengembangan kopi. Hal ini ditunjukkan dengan areal penanaman yang cukup luas serta keadaan agroklimatologi yang sangat mendukung.

Berdasarkan data Dinas Perkebunan Sulawesi Selatan (2009), volume ekspor kopi arabika asal Sulawesi Selatan periode 2009 tercatat 4,11 juta ton dengan nilai ekspor sebanyak 14,45 juta dolar AS. produksi kopi Sulawesi Selatan mencapai 202.165,50 ton kopi robusta dan 15.619 kopi arabika. Lokasi produksinya tersebar pada tujuh kabupaten. Produksi kopi robusta sekitar 31000 ton/tahun dihasilkan di Kabupaten Bulukumba, Bantaeng, Sinjai, Pinrang, Luwu,

Luwu Utara dan Toraja. Saat ini peningkatan produksi kopi di Sulawesi masih terhambat oleh rendahnya pengetahuan mengenai cara mengolah biji kopi pasca panen dan pengetahuan mengenai cara menyangrai kopi dengan benar menggunakan teknologi saat ini sehingga mempengaruhi pengembangan produksi akhir kopi. Hal ini disebabkan, karena penanganan pasca panen yang tidak tepat antara lain proses fermentasi, pencucian, sortasi, pengeringan, dan penyangraian. Selain itu spesifikasi alat/mesin yang digunakan juga dapat mempengaruhi setiap tahapan pengolahan biji kopi. Oleh karena itu, untuk memperoleh biji kopi yang bermutu baik maka diperlukan penanganan pasca panen yang tepat dengan melakukan setiap tahapan secara benar (Yusdiali, 2008).

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Pengetahuan mengenai perilaku konsumen menjadi penting bagi perusahaan agar pemetaan terhadap keinginan konsumen akan selalu mampu dipenuhi oleh perusahaan lewat peluncuran produk yang bermutu. Karenanya perusahaan dituntut untuk memiliki suatu kemampuan untuk berpandangan ke depan dalam mengarahkan dan memetakan perilaku konsumen terhadap barang dan jasa (Rohmadani dan Hersona, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana efisiensi pemasaran komoditi kopi di Desa Buntu Batu Kecamatan Basse sangtempe Kabupaten Luwu ?.
2. Bagaimana saluran pemasaran komoditi kopi di Desa Buntu Batu Kecamatan Basse sangtempe Kabupaten Luwu ?.
3. Bagaimana margin pemasaran komoditi kopi di Desa Buntu Batu Kecamatan Basse Sangtempe Kabupaten Luwu

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran komoditi kopi di Desa Buntu Batu Kecamatan Basse sangtempe Kabupaten Luwu.

2. Untuk menganalisis saluran pemasaran komoditi kopi di Desa Buntu Batu Kecamatan Basse sangtempe Kabupaten Luwu.
3. Untuk menganalisis margin pemasaran komoditi kopi di Desa Buntu Batu Kecamatan Basse Sangtempe Kabupaten Luwu.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan peneliti dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi bagi para petani kopi dalam memasarkan hasil pertanian komoditas kopi secara efisien sehingga para petani memperoleh keuntungan yang diinginkan di Desa Buntu Batu Kecamatan Basse sangtempe Kabupaten Luwu.
2. Sebagai bahan masukan para pembaca yang ingin mengetahui sejauh mana perkembangan pemasaran komoditas kopi di lokasi penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

1. Potensi Kopi Arabika

Komoditi Kopi merupakan produk budidaya perkebunan yang paling banyak diperdagangkan di dunia. Salah satu negara yang menjadi produsen dan eksportir kopi utama di dunia adalah Indonesia. Sampai Tahun 2017 Negara Indonesia adalah produsen kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brazil dan Vietnam. Meskipun mengalami pasang surut nilai ekspor kopi Indonesia selalu berada pada lingkaran lima besar dunia. Selain itu bagi Indonesia kopi juga menjadi penyumbang devisa anjan perkebunan terbesar keduasetelah kelapa sawit (Apandi, A, 2019). Kopi merupakan salah satu komoditas penting di Indonesia dan berperan sebagai sumber devisa negara, salah satu faktor penting dalam perkembangan produksi kopi adalah pasaran kopi yang sudah sangat luas dan didukung oleh lahan tanaman nya yang luas juga. Kopi di Indonesia perlu dijaga untuk keberlangsungan produksi kopi saat ini maupun dimasa yang akan datang (Safruddin, S. at el, 2023).

Tanaman Jenis kopi arabika merupakan spesies jenis kopi dunia yang di temukan dari pertama kali sampai sekarang ini masih tetap lestari bahkan permintaan pasar yang makin tahun semakin meningkat tajam. Dengan melihat kajian tersebut, maka para petani kopi yang dulunya menanam kopi lokal, banyak yang beralih untuk membudidayakan jenis kopi arabika. Kopi arabika mampu hidup tumbuh subur di daerah dataran yang memiliki ketinggian antara 750-1500, meter diatas permukaan laut dan sangat cocok budidaya di daerah Indonesia, kususnya daerah yang memiliki curah hujan sedang. kopi arabika membutuhkan penanganan dan perawatan kusus sejak mulai dari penanaman sampai tanaman kopi sudah mampu berbuah dengan sempurna (Anonim, 2008).

Untuk menanam kopi arabika lahan yang akan di gunakan, kopi arabika memerlukan unsur hara serta kaya akan bahan organik yang cukup. Untuk menetralkan tanah, maka pemberian pupuk berupa organik sangat di butuhkan oleh tanaman kopi jenis arabika. PH tanah yang bagus untuk menanam kopi

arabika adalah 4-6 Ph.Lubang yang di gunakan berukuran 1 meter persegi. Sebelum bibit kopi ditanam, maka perlu di berikan kapur dolumite masih-masing 250 gram 3 bulan sebelum bibit tanam.(Wiryadi,2007) Setelah tanaman berumur 1-6 bulan diperiksa setiap satu bulan sekali. Selama periode pemeriksaan tersebut, bila ada kematian pada pohon kopi segera dilakukan penyulaman. Dilakukan perawatan yang lebih instensif agar tanaman penyulam bisa menyamai pertumbuhan pohon lainnya. Pemberian pupuk untuk budidaya tanaman kopi bisa menggunakan pupuk organik atau pupuk buatan.Pupuk organik bisa didapatkan dari bahan-bahan sekitar kebun seperti sisa-sisa hijauan dari pohon pelindung atau kulit buah kopi sisa pengupasan kemudian dibuat menjadi kompos. Kebutuhan pupuk untuk setiaptanaman sekitar 20 kg dan diberikan sekitar 1-2 tahun sekali (Prabowo,2007).

Pemangkasan pohonTerdapat dua tipe pemangkasan dalam budidaya kopi, yaitu pemangkasan berbatang tunggal dan pemangkasan berbatang ganda. Pemangkasan berbatang tunggal lebih cocok untuk jenis tanaman kopi yang mempunyai banyak cabang sekunder dan Pemangkasan ganda lebih banyak diaplikasikan diperkebunan.(Wiryadi,2007).Penyiangan gulmaTanaman kopi harus selalu bersih dari gulma, terutama saat tanaman masih muda. Lakukan penyiangan setiap dua minggu, dan bersihkan gulma yang ada dibawah tajuk pohon kopi. Apabila tanaman sudah cukup besar, pengendalian gulma yang ada diluar tajuk tanaman kopi bisa memanfaatkan tanaman penutup tanah. Penyiangan gulma pada tanaman dewasa dilakukan apabila diperlukan saja (Wiryadi,2007). Hama dan penyakit dapat menurunkan produktivitas kopi ditentukan oleh berbagai faktor, diantaranya oleh Organisme Pengganggu Tanaman (OPT). Terdapat tiga (3) jenis OPTutama yang menyerang tanaman kopi yaitu hama (Hama Penggerek Buah Kopi atau PBKO) dan penyakit (bercak daun, jamur upas, busuk buah, busuk cabang, jamur akar coklat, penyakit rebah batang) dapat dikendalikan dengan cara pemangkasan, sanitasi buah yang tersisa buah yang tersisa dicabang, pengatur naungan dan secara penyemprotan kimia. Nematoda parasit (*Pratylenchus coffeae*) dapat dikendalikan dengan cara melakukan rotasitanaman. (Puslitkoka, 2006).

Pemanenan buah kopi yang umum dilakukan dengan cara memetik buah yang telah masak pada tanaman kopi adalah berusia mulai sekitar 2,5 – 3 tahun.

Buah matang ditandai oleh perubahan warna kulit buah. Kulit buah berwarna hijau tua adalah buah masih muda, berwarna kuning adalah setengah masak dan jika berwarna merah maka buah kopi sudah masak penuh dan menjadi kehitam-hitaman setelah masak penuh terlampaui (*over ripe*) (Starfarm, 2010) Pasca Pemanenan dilakukan Sortasi atau pemilihan biji kopi dimaksudkan untuk memisahkan biji yang masak dan bernas serta seragam dari buah yang cacat/pecah, kurang seragam dan terserang hama serta penyakit. Sortasi juga dimaksudkan untuk pembersihan dari ranting, daun atau kerikil dan lainnya. Buah kopi masak hasil panen disortasi secara teliti untuk memisahkan buah superior (masak, bernas, dan seragam) dari buah inferior (cacat, hitam, pecah, berlubang, dan terserang hama penyakit (Starfarm, 2010).

Pengupasan kulit dilakukan setelah biji kopi arabika di sortir dipisahkan berdasarkan ukuran biji agar menghasilkan pengupasan yang baik jika dilakukan dengan mesin pengupas. Mesin pengupas kopi saat ini sudah tersedia dan mudah diperoleh dipasaran. Setelah selesai dikupas di fermentasi selama 1 malam sebelum dilakukan pencucian.(Puslitkoka,2006) Pencucian bertujuan untuk menghilangkan sisa lendir hasil fermentasi yang masih menempel pada kulit tanduk. Untuk kapasitas kecil, pencucian dapat dikerjakan secara manual di dalam bak atau ember, sedang kapasitas besar perlu di bantu dengan mesin (Ridwansyah, 2003). Proses pengeringan bertujuan untuk mengurangi kandungan air dalam biji kopi arabika yang semula 60-65% sampai menjadi 12%. Pada kadar air 12%, biji kopi arabika relative aman untuk dikemas dalam karung dan disimpan di gudang pada kondisi lingkungan tropis. Proses pengeringan dapat dilakukan dengan cara penjemuran, mekanis dan kombinasi keduanya. Buah kopi arabika mutu rendah (*inferior*) hasil sortasi di kebun sebaiknya diolah secara kering.(Ridwansyah,2003) Penggudangan bertujuan untuk menyimpan hasil panen yang telah disortasi dalam kondisi yang aman sebelum dipasarkan. Beberapa faktor penting pada penyimpanan biji kopi adalah kadar air, kelembaban relatif udara dan kebersihan gudang. Udara yang lembab pada gudang di daerah tropis merupakan pemicu utama pertumbuhan jamur pada biji, sedangkan sanitasi atau kebersihan yang kurang baik menyebabkan hama gudang seperti serangga dan tikus akan cepat berkembang. (Ridwansyah, 2003).

2. Klasifikasi Tanaman Kopi

Tanaman Kopi Arabika adalah spesies tanaman yang berbentuk pohon dan merupakan tanaman musiman yang dapat dipanen satu kali setahun. Kopi Arabika dapat dikatakan sebagai komoditas ekspor unggulan Indonesia karena mempunyai nilai ekonomis yang relatif tinggi di pasar dunia dan berperan penting sebagai sumber devisa negara (Prabasiwi&Kusmiati, 2019).

Tanaman Kopi Arabika lebih digemari oleh penduduk karena pohonnya tidak tumbuh terlalu tinggi sehingga memudahkan para petani kopi untuk memetik buahnya.

Indonesia merupakan salah satu sentra produksi kopi di dunia. Produktivitas kopi Indonesia pada tahun 2018 berada pada urutan kelima dengan nilai 0,5 ton/ha (Putri et al., 2021). Olahan kopi bagi sebagian besar orang memiliki rasa yang nikmat yang khas dan mengandung kafein yang dapat mengatasi rasa kantuk membuat permintaan kopi semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2016 hingga 2019 produktivitas kopi terus mengalami peningkatan, di mana tahun 2016 produktivitas kopi sebesar 527,15 kg/ha dan extahun 2019 menjadi 601,89 kg/ha (Putri et al., 2021). Klasifikasi tanaman Kopi Arabika (Rahardjo, 2013) adalah sebagai berikut:

Kingdom	: Plantae (Tumbuhan)
Divisi	: Spermatophyta (Menghasilkan biji)
Divisi	: Magnoliophyta (Tumbuhan berbunga)
Kelas	: Magnoliopisida (Berkeping dua)
Ordo	: Rubiales
Famili	: Rubiaceae (Suku kopi-kopian)
Genus	: <i>Coffea</i>
Spesies	: <i>Coffea arabica</i> L.

Pertumbuhan dan perkembangan tanaman Kopi Arabika sangat dipengaruhi oleh lingkungan. Faktor lingkungan yang mempengaruhi pertumbuhan tanaman kopi Arabika antara lain ketinggian tempat, curah hujan, penyinaran, angin dan tanah. Kopi Arabika ditanam pada dataran tinggi yang memiliki iklim kering sekitar 1.350 –1.850 m dpl. Di Indonesia sendiri kopi ini dapat tumbuh di ketinggian 1.000 – 1.750 m dpl. Curah hujan yang optimum untuk Kopi Arabika adalah daerah yang mempunyai curah hujan sekitar 1.250 – 2.500 mm pertahun,

memiliki bulan kering 1 - 3 bulan. Suhu lingkungan untuk kopi Arabika rata-rata 15-24°C dan memiliki pH tanah 5,3-6,0 yang kaya akan bahan organik (Kahpi, 2017). Tanaman Kopi Arabika umumnya menghendaki sinar matahari dalam jumlah banyak pada awal musim kemarau, yang bertujuan untuk merangsang pertumbuhan kuncup bunga. Angin juga berperan dalam membantu proses perpindahan serbuk sari bunga kopi dari tanaman kopi yang satu ke lainnya.

Kondisi topografi wilayah juga harus di perhatikan. Khusus untuk daerah yang memiliki tiupan angin kencang, disarankan untuk menanam tanaman pelindung seperti lamtoro, dadap serta sengon laut. Pengelolaan pohon penayang pada tanaman Kopi Arabika diperlukan. Pohon penayang berfungsi untuk mengurangi pengaruh buruk akibat sinar matahari yang terlalu terik dan dapat memperpanjang umur ekonomi tanaman Kopi Arabika (Sobari et al., 2012). Kondisi tanah yang baik untuk penanaman Kopi Arabika dianjurkan tanah dengan kemiringan kurang dari 30 % dan memiliki top soil atau kandungan organik yang tebal. Tanah seperti ini banyak terdapat di dataran tinggi dan di lereng-lereng pegunungan juga cukup baik.

Budidaya Kopi Arabika dilakukan dengan menyediakan bibit kopi terlebih dahulu. Selanjutnya menyediakan lubang galian dengan diameter 60 x 60 x 60 cm. Penanaman bibit sebaiknya dilakukan ketika bibit kopi berumur 6-8 bulan dan sebelum bibit tanaman membentuk cabang primer. Penanaman Kopi Arabika dilakukan pada awal musim hujan, agar terjamin tanaman tidak akan kekeringan. Jarak penanaman Kopi Arabika yang dianjurkan yaitu 1,75 x 1,75 m ataupun 4 x 2 m tergantung letak dan keadaan kebun (Kahpi, 2017). Perawatan secara intensif juga harus dilakukan seperti pemangkasan, pemupukan, penanggulangan hama dan penyakit. Keadaan tanah dan cuaca juga menjadi faktor terjadinya fluktuasi produksi kopi. Tanaman Kopi Arabika memerlukan tanah yang subur dengan keadaan yang gembur dan sedikit berpasir karena mempunyai drainase yang cukup baik. Jenis Kopi Arabika rata-rata mulai belajar berbuah pada usia 8 bulan namun hasil panen yang baik dimulai setelah usia tanaman 3-4 tahun (Ginanjari et al., 2020). Umumnya Kopi Arabika berbuah sekali dalam setahun dan musim panen kopi biasanya berlangsung

mulai dari bulan April sampai Oktober setiap tahun. Biji Kopi Arabika yang dipanen adalah yang telah matang berwarna merah hingga merah tua pada kulit

buahnya. Biasanya biji Kopi Arabika tidak matang secara bersamaan, sehingga pemetikan biji tidak diselesaikan dalam satu kali panen tetapi dilakukan secara bertahap dengan selang pemetikan biasanya 2 minggu sekali. Setelah biji kopi di panen, kemudian dipisahkan dari kulitnya dengan menggunakan mesin penggiling, setelah itu dikeringkan dengan cara dijemur dan dijual ke lembaga pemasaran yang ada. Standar produktivitas Kopi Arabika bila dikelola secara intensif yaitu 1.500-2.000 kg/ha/tahun (Kementerian Perdagangan RI, 2013).

3. Morfologi tanaman

a. Akar

Tanaman kopi merupakan jenis tanaman berkeping dua (dikotil) dan memiliki akar tunggang (Panggabean, E. 2011). Akar kopi memiliki akar tunggal yang tumbuh tegak lurus bawahb kedalam 45 cm. Menurut Subandi (2011) akar kopi di katakan tidak dalam karena lebih dari 90% dari berat akar tersebut ada pada lapisan tanah 0-30 cm. Pada akar tunggang, ada beberapa akar kecil yang tumbuh ke samping (melebar) yang sering disebut akar lebar. Pada akar lebar ini tumbuh akar rambut, bulu-bulu akar, dan tudung akar. Tudung akar berfungsi untuk melindungi akar ketika mengisap unsur hara dari tanah (Panggabean, 2011).

b. Batang dan cabang

Batang yang tumbuh dari biji disebut batang pokok. Batang pokok memiliki ruas-ruas yang tampak jelas pada saat tanaman itu masih muda. Pada tiap ruas tumbuh sepasang daun yang berhadapan, selanjutnya tumbuh dua macam cabang, yakni cabang orthotrop (cabang yang tumbuh tegak lurus atau vertikal dan dapat menggantikan kedudukan batang bila batang dalam keadaan patah atau dipotong) dan cabang plagiotrop (cabang atau ranting yang tumbuh ke samping atau horizontal) (PTPN XII, 2013).

c. Daun

Bentuk daun kopi lonjong, ujungnya agak meruncing. Daun tersebut tumbuh pada batang, cabang, dan ranting yang tersusun berdampingan. Susunan daun berselang – berseling dan tumbuh pada ranting maupun cabang yang mendatar. Daun dewasa berwarna hijau tua, sedangkan daun yang masih muda berwarna perunggu (Rahardjo, 2012). Subandi 2011 menyatakan daun kopi akan menjadi lebar, tipis dan lembek apabila intensitas cahaya terlalu sedikit. Dengan demikian daun bisa dipakai untuk mengontrol pengaturan naungan.

d. Buah dan Biji

Buah tanaman kopi terdiri atas daging buah dan biji. Daging buah terdiri atas tiga lapisan, yaitu kulit luar (eksokarp) merupakan lapisan terluar dari buah kopi. Daging buah ketika matang mengandung lender dan senyawa gula yang rasanya manis (Panggabean 2011). Lapisan daging (mesokarp) pada saat pematangan enzim pektolitik memecah rantai pektik, menghasilkan hidrogel yang tidak larut dan kaya akan gula dan pektin. Lapisan perkamen (endokarp) adalah lapisan yang terbentuk dari tiga hingga tujuh lapisan sel sclerenchyma. Biji kopi terdiri atas kulit perak (silver skin), endosperm, dan embrio. Ukuran biji kopi bervariasi dengan rata-rata panjang 10 mm dan lebar 6 mm. Kulit perak (silver skin) disebut perisperm atau spermoderm, merupakan lapisan terluar yang membungkus biji. Silver skins terbentuk dari nucleus, atau bagian tengah ovula. Endosperm adalah jaringan cadangan utama benih. Senyawa kimia yang ditemukan di endosperm dapat dikelompokkan sebagai larut dan tidak larut dalam air. Senyawa yang larut dalam air adalah kafein, trigonelline, asam nikotinat (niasin), 18 asam klorogenat, mono-, di- dan oligosakarida, beberapa protein dan asam karboksilat. Komponen yang tidak larut dalam air yaitu selulosa, polisakarida, lignin, dan hemiselulosa (Borem, 2008).

e. Bunga

Tanaman kopi memiliki bunga majemuk berbentuk kismis dengan anak payung kebanyakan bunga 3-5 kuntum sehingga membentuk gubukan semu yang berbunga banyak. Setiap anak payung terdapat daun penumpu yang lancip dengan panjang sekitar 55 mm (Van Steen et al., 2008).

4. Jenis-jenis kopi

Jenis-jenis Kopi Indonesia memiliki tiga jenis kopi yang dikenal, yaitu kopi arabika, kopi robusta, dan kopi liberika. Jenis kopi yang dikenal memiliki nilai ekonomis dan diperdagangkan secara komersial yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Kopi arabika memiliki kualitas cita rasa tinggi dan kadar kafein lebih rendah dibandingkan dengan robusta sehingga harganya lebih mahal. Kopi liberika dikenal kurang ekonomis dan komersial karena memiliki banyak variasi bentuk dan ukuran biji serta kualitas rasanya. Penelitian ini hanya menggunakan jenis kopi arabika (*Coffea Arabica*) yang merupakan jenis kopi yang banyak dibudidayakan di Kecamatan Latimojong sementara itu terdapat juga jenis kopi

robusta yang merupakan jenis kopi lain yang tumbuh dan tersebar di Kabupaten Luwu.

a. Kopi Arabika (*Coffea Arabica*)

Kopi arabika adalah kopi pertama yang dikenal dan dikembangkan didunia. Kopi arabika merupakan tipe kopi tradisional dengan cita rasa terbaik. Saat ini telah menguasai sebagian besar pasar kopi di dunia dan harganya jauh lebih tinggi daripada jenis kopi lainnya. Carl Linnaeus (2000), ahli botani asal swedia menggolongkan kopi arabika kedalam keluarga Rubiaceae genus *Coffea*. Sebelumnya tanaman ini pernah diidentifikasi sebagai *Jasminum arabicum* oleh seorang naturakus asal perancis.

b. Kopi Robusta (*Coffea Robusta*)

Kopi robusta dikatakan kopi kelas dua karena rasanya lebih pahit, sedikit asam, mengandung kadar kafein yang jauh lebih banyak, dan harganya lebih murah. Kualitas buah ini lebih rendah dari kopi arabika dan liberika. Kopi jenis ini lebih resisten terhadap serangan hama dan penyakit. Kopi jenis ini memiliki sifat lebih unggul dan sangat cepat berkembang, oleh karena itu jenis ini lebih banyak dibudidayakan dan sangat cepat berkembang, oleh karena itu jenis kopi ini lebih banyak dibudidayakan oleh petani kopi di Indonesia.

c. Kopi Liberika

Dahulu, kopi liberika pernah dibudidayakan di Indonesia, tetapi sekarang sudah ditinggalkan oleh pekebun dan petani. Pasalnya, bobot biji kopi keringnya hanya 10% dari bobot kopi basah. Selain perbandingan bobot basah dan bobot kering, rendeman biji kopi liberika yang rendah merupakan salah satu faktor tidak berkembangnya jenis kopi liberika di Indonesia. Rendeman kopi Liberika hanya sekitar 10 – 12%. Karakteristik, biji kopi Liberika hampir sama dengan jenis arabika. Pasalnya, jenis kopi liberika merupakan pengembangan dari jenis arabika. Kelebihannya, jenis liberika lebih tahan terhadap serangan hama *Hemelia vastatrix* dibandingkan dengan kopi jenis arabika.

4. Syarat tumbuh tanaman kopi

Syarat-syarat tumbuh ini sangat menentukan berhasil atau tidaknya bertanam kopi.

a. Iklim

Tanaman kopi ini dapat tumbuh baik pada daerah yang terletak antara 20o Lintang Utara dan 20o Lintang Selatan. Untuk daerah di Indoneisa sendiri karena mengingat letak geografisnya diantara 5o Lintang Utara sampai 10o Lintang Selatan maka sebenarnya menjadi daerah yang sangat potensial bila ditanami tanaman kopi. Kalau kita lihat sebagian besar pertanaman kopi ini terletak 0o sampai 10o Lintang Selatan, seperti saja misalnya Jawa, Bali dan Sulawesi Selatan. Unsur-unsur iklim yang banyak berpengaruh terhadap budidaya tanaman kopi adalah elevai (tinggi tempat), temperatur seperti tipe curah hujan.

b. Elevasi dan temperatur

Masing-masing jenis kopi dapat tumbuh subur dan berhasil pada ketinggian yang berbeda-beda, hal ini sangat bergantung pada jenisnya. Pada ketinggian 500 – 2000 m, kopi Arabica dapat tumbuh, tetapi yang optimal adalah 800 – 1500 m, dengan temperatur 17-21o Celcius. Pada waktu ini Indonesia belum banyak jenis kopi yang tahan terhadap karat daun, sehingga kopi Arabica sebagian besar ditanam di atas ketinggian 800 m dan sedikit pada ketinggian 500 – 800 m. Kopi Robusta dapat ditanam pada ketinggian antara 0 – 1000 m, tetapi ketinggian optimal ialah antara 400 – 800 m, dengan temperatur rata-rata tahun 21 – 24o Celcius. Makin tinggi suatu daerah di atas permukaan laut, makin lambat pertumbuhan kopi dan makin lama pula masa non produktifnya. Selain itu, tinggi tempat juga berpengaruh terhadap besar biji. Pada tempat-tempat yang lebih tinggi, biji semakin besar.

c. Curah hujan

Jumlah curah hujan untuk tanaman kopi tidak begitu penting dibanding dengan distribusi curah hujan. Hal ini karena tanaman kopi memerlukan masa agak kering selama kurang lebih tiga bulan, yang diperlukan dalam pembentukan primordial bunga, florasi dan penyerbukan.

Lebih-lebih masa kering ini penting bagi kopi ribusta yang memerlukan penyerbukan bersilang, sedangkan kopi Arabia agaknya lebih toleran kerana jenis ini menyerbuk sendiri. Curah hujan yang optimal adalah 2000 - 3000 mm/tahun dengan lebih kurang 3 bulan kering, tetapi dengan hujan kiriman yang cukup.

d. Tanah

Karena akar kopirelatif dangkal, maka akar tersebut peka terhadap keadaan lapisan tanah bagian atas. Kopi memerlukan struktur tanah yang baik dengan kadarkadar bahan organik paling sedikit 3%. Tata udara dan tata air tanah bila kurang baik perakaran kopi akan menderita. Sehingga tanaman menjadi kerdil dan kekuningan. Derajat keasaman tanah dari kopi sebaiknya antara 5,5 – 6,5 tetapi faktor lain juga perlu diperhatikan demikian juga kesuburan kimia. Meskipun relatif mudah diatasi juga penting.

5. Saluran pemasaran

Pemasaran hasil pertanian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan pemasaran suatu produk harus mempertimbangkan saluran pemasaran yang dapat dipakai untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Kotler (2002) memberikan definisi saluran pemasaran sebagai “rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap dikonsumsi”. Dalam proses penyaluran produk dari pihak produsen hingga mencapai konsumen akhir, sering ditemui adanya lembaga-lembaga perantara, mulai dari produsen sendiri, lembaga-lembaga perantara, hingga konsumen akhir. Karena adanya perbedaan jarak dari lokasi produsen ke lokasi konsumen, maka fungsi lembaga perantara sering diharapkan kehadirannya untuk membantu penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dengan konsumen, maka saluran pemasaran yang terbentukpun akan semakin panjang. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada. Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Saluran distribusi langsung, Saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau menjalaninya langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (zero stage channel).
- b. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang

kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (one stage chanel).

- c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (two stage chanel).
- d. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (three stage chanel). (Kotler, 2001).

6. Margin pemasaran

Pengertian margin pemasaran menurut (Saipuddin, 2002) perbedaan harga suatu barang yang diterima produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen yang terdiri dari biaya-biaya untuk menyalurkan atau memasarkan dan keuntungan lembaga pemasaran atau margin itu adalah perbedaan harga pada suatu tingkat pasar dari harga yang dibayar dengan harga yang diterima. Margin pemasaran atau margin tataniaga adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Definisi margin pemasaran adalah perbedaan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen untuk produksi yang sama. Margin pemasaran termasuk semua biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pemindahan barang mulai dari petani produsen hingga kekonsumen akhir serta keuntungan yang diperoleh oleh lembaga pemasaran. Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi oleh biaya pemasaran, keuntungan lembaga pemasaran serta jumlah permintaan dan penawaran. Keuntungan adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir (margin) setelah dikurangi biaya pemasaran, laba merupakan sisa lebih dari hasil penjualan diurangi dengan harga pokok barang yang dijual dan biaya-biaya lainnya,

(Soerkartawi, 2002). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap margin pemasaran adalah :

a. Biaya Pemasaran Biaya

pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk melaksanakan berbagai fungsi pemasaran. Biaya pemasaran ini akan berpengaruh terhadap margin keuntungan yang akan diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran komoditi tersebut.

b. Keuntungan Lembaga Pemasaran

Keuntungan lembaga pemasaran seringkali di katakan sebagai unsur utama yang membedakan tingginya margin pemasaran, yaitu sebagai akibat terlalu banyak dan tidak efisiennya pedagang-pedagang didalam pemasaran. Ada tiga metode untuk menghitung margin pemasaran yaitu dengan memilih dan mengikuti saluran pemasaran dari komoditi spesifik, membandingkan harga pada berbagai level pemasaran yang berbeda dan mengumpulkan dan penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang. Masing- masing metode ini memiliki kekurangan dan kelebihan. Margin menurut jenisnya dibedakan menjadi margin absolute dan persen margin. Persentase bagian margin merupakan suatu pengelompokan yang digunakan secara populer pada serangkaian angka yang menunjukkan margin absolute dari berbagai tipe pedagang atau berbagai fungsi pemasaran yang berbeda, dibagi dengan harga eceran, (Saipuddin, 2002).

Komponen margin pemasaran terdapat dua yaitu komponen biaya pemasaran dan komponen keuntungan lembaga pemasaran. Besarnya biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran berbeda-beda untuk setiap jenis produk dan tingkat lembaga pemasaran. Perbedaan waktu dilakukan kegiatan/aktivitas pemasaran juga merupakan salah satu faktor yang menimbulkan perbedaan pada biaya dan margin keuntungan dan yang didapatkan oleh lembaga pemasaran.

7. Efisiensi pemasaran

Konsep efisiensi pemasaran pada dasarnya merupakan suatu ukuran relatif. Efisiensi pemasaran merupakan bentuk awal dari bekerjanya pasar persaingan sempurna, yang artinya sistem tersebut dapat memberikan kepuasan bagi lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat. Efisiensi pemasaran merupakan sistem pemasaran yang efisien apabila memenuhi syarat mampu menyampaikan hasil-

hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut. (Mubyarto 2001). Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran tercapai jika sistem tersebut dapat memberikan kepuasan pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran, yaitu produsen, konsumen akhir dan lembaga- lembaga pemasaran (Limbong, 2001).

2.2 Hasil penelitian yang Relevan

1. Penelitian Manalu dkk (2019) dengan judul “Analisis Pemasaran Kopi Arabika (Coffea arabica) (Studi kasus: Desa Sitinjo II, Kecamatan Sitinjo, Kabupaten Dairi)”. Metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran kopi arabika dilokasi penelitian yaitu, saluran pertama dimulai dari petani sampai pada pabrik di desa Sitinjo II Kecamatan Sitinjo. Saluran kedua dimulai dari petani, pedagang pengumpul selanjutnya sampai pada pabrik di desa Sitinjo II Kecamatan Sitinjo. Margin pemasaran terbesar adalah RP. 4.000 terdapat pada saluran II dan Saluran yang lebih efisien terdapat pada saluran I dengan nilai efisiensi sebesar 7.51 %.
2. Penelitian Arman dkk (2020) dengan judul “Pemasaran Biji Kopi Arabika di Kabupaten Humbang Hasundutan”. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan perhitungan matematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Ada 4 (empat) tipe saluran pemasaran biji kopi arabika di Kabupaten Humbang Hasundutan. Saluran I : Petani → Pedagang Pengumpul Desa → Pedagang Pengumpul Kecamatan → Konsumen, Saluran II : Petani → Pedagang Pengumpul Desa → Konsumen, Saluran III : Petani → Pedagang Pengumpul Kecamatan → Konsumen 2) Biaya pemasaran per kg biji kopi arabika pada saluran I s.d IV masing-masing sebesar Rp.2.349,46; Rp. 2.172,51; Rp. 1.140,25; dan Rp. 738,11. Margin pemasaran biji kopi arabika pada Saluran I s.d IV masing-masing sebesar Rp. 2.750; Rp.1.880; Rp. 2.170; dan Rp. 0. Share (bagian) harga jual biji kopi arabika di tingkat produsen pada saluran I s.d IV masing-masing sebesar 91,41%, 94,30%, 93,42%, dan 100%. 3) Saluran pemasaran biji kopi arabika di Kabupaten Humbang Hasundutan

efisien dengan diperolehnya nilai efisiensi pemasaran pada Saluran I ($7,34\% < 50\%$), Saluran II ($6,58\% < 50\%$), Saluran III ($3,45\% < 50\%$), dan Saluran IV ($2,28\% < 50\%$).

3. Penelitian Pratiwi (2019) “Saluran Pemasaran Kopi Robusta (*Coffea robusta*) di Agroforestri Pekon Air Kubang, Kecamatan Air Naningan, Kabupaten Tanggamus”. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif mengenai struktur, perilaku, dan saluran pasar. Hasil penelitian menunjukkan ada beberapa lembaga pemasaran, yaitu: petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan koperasi. Selain itu, terdapat tiga saluran pemasaran kopi robusta, yaitu: (1) petani ke pedagang pengumpul, lalu pedagang besar dan pengecer, (2) petani ke koperasi, lalu pengecer, dan (3) petani ke koperasi. Saluran yang paling efisien adalah saluran yang ke-tiga, namun sebagian besar petani memilih menjual hasil panen kopinya ke saluran pertama. Hal ini karena jarak yang lebih dekat ke pedagang pengumpul, adanya pemberian pinjaman uang yang diberikan kepada petani oleh pedagang pengumpul, serta tidak adanya perlakuan khusus terhadap kopi yang dijual. Struktur pasar yang terbentuk dalam pemasaran kopi adalah pasar oligopsoni, dimana harga kopi ditentukan oleh pedagang besar. Kapasitas koperasi sebaiknya ditingkatkan oleh pemerintah agar dapat bersaing dengan pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pengecer.
4. Penelitian Purba (2018) “Analisis Pemasaran dan Nilai Tambah Kopi (*Coffea Arabica* L) (Studi Kasus : Perkebunan Rakyat di Kecamatan Parbuluan, Kabupaten Dairi)”. Metode analisis yang digunakan adalah metode tataniaga untuk menganalisis pola pemasaran dan nilai tambah, metode Hayami untuk menganalisis nilai tambah dan metode usahatani untuk menganalisis penerimaan petani. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran kopi di Kecamatan Parbuluan. Nilai margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp 43.000,-/kg dan nilai margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp. 44.000,-/kg. Perhitungan efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran kopi di Kecamatan Parbuluan yang paling efisien adalah saluran I dan kemudian saluran II. Perhitungan nilai tambah dari berbagai elemen menunjukkan bahwa proses produksi pengolahan kopi Hs menjadi kopi Ose, telah menghasilkan nilai tambah sebesar Rp. 8.000/kg dengan rasio nilai

tambah sebesar 22,85 % dari nilai produk, menunjukkan bahwa nilai tambah pada kopi arabika di Kecamatan parbuluan tergolong pada rasio nilai tambah sedang. Rata rata produksi kopi di Kecamatan Perbuluan sebesar 1020,25 kg/Ha/Tahun, dengan rata rata harga kopi sebesar Rp.26.989.58, Rata-rata penerimaan petani kopi sebesar Rp 45,372,126.65/Tahun. Sehingga dalam sekali panen rata rata penerimaan petani sebesar Rp.2,062,369.39/Ha.

5. Penelitian Maqfirah (2018)” Analisis Usahatani Kopi dan Efisiensi Pemasaran Kopi (*Coffea sp*) di Kecamatan Bener Kelipah Kabupaten Bener Meriah”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis pendapatan, analisis deskriptif dan analisis efisiensi pemasaran yang melibatkan margin pemasaran dan Farmer’s Share. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan rata-rata usahatani kopi arabika dan usahatani kopi arabika eksportir per petani per hektar per bulan diatas upah minimum provinsi Aceh. Ada dua pola saluran pemasaran kopi di daerah penelitian yaitu petani → pedagang pengumpul → pedagang eksportir dan petani → pedagang eksportir. Saluran pemasaran kopi di daerah penelitian sudah efisien. Dari kedua saluran pemasaran tersebut, saluran pemasaran yang paling efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya adalah saluran pemasaran kedua yaitu petani → eksportir.
6. Penelitian Amisan dkk, (2017) “Analisis Pendapatan Usahatani Kopi di Desa Purworejo Timur, Kecamatan Modayag, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur”. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usahatani kopi yang ada di desa Purworejo Timur mengalami keuntungan dan layak diusahakan di karenakan besarnya pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan besarnya pengeluaran yang ditanggung oleh petani.
7. Penelitian Pasaribu dkk, (2019) “Analisis Tataniaga Kopi Arabica (*Coffea Arabica L*) Desa Merek, Kecamatan Merek, Kabupaten Karo Sumatera Utara. Menggunakan analisis deskriptif, dengan mengamati saluran tataniaga, fungsi tataniaga serta lembaga tataniaga yang berperan di daerah penelitian. Hasil penelitian menunjukan Ada dua saluran pemasaran kopi arabika di daerah penelitian yaitu petani → pedagang pengumpul → pedagang kecamatan dan petani → pedagang kecamatan. Margin pemasaran kopi arabika dari petani

sampai ke konsumen pada saluran I sebesar Rp. 14.500, pada saluran II sebesar Rp. 14.300. Saluran pemasaran kopi di Desa Merek, Kecamatan Merek, Kabupaten Karo sudah efisien. Dari kedua saluran pemasaran tersebut, saluran pemasaran yang paling efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya adalah saluran pemasaran kedua yaitu petani – pedagang kecamatan.

8. Penelitian Wahyu Andrian (2020) “ Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi (*Coffea* sp.) Di Desa Sajang Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif . Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu ditentukan secara purposive sampling (sengaja). Kemudian untuk mencari jumlah pedagang pengecer dan pedagang pengumpul dilakukan dengan cara “Snow Ball” yaitu metode sampling di mana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden yang lainnya yang berada di Desa Sajang Kecamatan Sembalun. Tekhnis analisis data ini menggunakan Margin Pemasaran, Farmer Share.

2.3 Kerangka Pikir

Usaha kopi arabika merupakan suatu kegiatan produktif bagi masyarakat di daerah kabupaten luwu Basse Sangtempe. Dalam melakukan usaha tani petani pasti membutuhkan *input* produksi yang diperlukan untuk menghasilkan *output* usahatani kopi. Menjual hasil produksinya dapat menggunakan alternatif bentuk penjualan kopi arabika sesuai kebutuhan dan permintaan. Penjualan kopi arabika berupa Gelondongan merah(cherry red) secara langsung atau perlakuan pasca panen dan pengolahan seperti kopi biji.dalam penjualan kopi arabika dapat berupa gelondongan merah terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain kualitas kopi, umur tanam, iklim dan cuaca, tenaga kerja, dan efisiensi waktu.

Kopi arabika dapat dijual dalam bentuk (kg) ditimbang/ di liter 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 special para petani dan margin keseluruhan petani juga berbeda satu sama lain.

