

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu produk strategis di sektor perkebunan. Indonesia dianggap sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, dengan berbagai jenis kopi yang dihasilkan dari berbagai daerah. Kopi robusta (*Coffea canephora*) merupakan salah satu jenis kopi yang paling ekonomis. Kopi robusta (*Coffea canephora*) banyak dibudidayakan di berbagai wilayah Indonesia, seperti Kecamatan Seko, Desa Embonatana. Desa ini merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar untuk pengembangan budidaya kopi robusta (*Coffea canephora*), karena kondisi geografis dan iklim yang cocok untuk menanam kopi robusta (*Coffea canephora*) yang berkualitas.

Kopi menjadi salah satu andalan di Indonesia dalam meningkatkan devisa negara dan daerahnya dan dalam menyediakan lapangan pekerjaan di Indonesia. Hal ini karena kopi termasuk salah satu komoditas yang diunggulkan dengan nilai ekonomis yang cukup tinggi dan banyak dibudidayakan oleh petani di Indonesia (Nunik Misrianti, 2024). Hingga saat ini perkebunan-perkebunan kopi di Indonesia didominasi jenis robusta. Dalam perdagangan komoditas kopi global, Indonesia merupakan penghasil kopi robusta terbesar dunia setelah Vietnam dan Brasil. Lebih dari 80% perkebunan kopi di Indonesia ditanami Robusta, sekitar 17% ditanami Arabika, sebagian kecil sisanya ditanami Liberika dan Excels.

Tanaman kopi telah dikenal oleh penduduk Sulawesi Selatan sejak abad ke-17 dari pedagang Arab yang melakukan perdagangan dengan kerajaan Gowa. Dalam periode ini masyarakat Sulawesi Selatan mulai mengembangkan tanaman kopi di gunung Lompobattang dan Toraja. Hal ini diperkirakan diprakarsai oleh Raja Gowa dan pedagang Arab, sehingga pengembangannya di Toraja berlangsung bersamaan dengan di Gowa (Gunung Lompobattang). Namun, komersialisasi komoditi kopi baru dilakukan pada tahun 1830 seiring dengan pengembangan tanaman kopi yang dilakukan oleh Pemerintah Hindia Belanda (Polinggomang, 2005). Periode setelahnya, penanaman kopi dilakukan di dataran-dataran tinggi di tanah-tanah pemerintah yang terpusat di Bergregentschappen dan

Sigeri yang berada di Distrik Utara, Bantaeng di Distrik Selatan, Bulukumba, Sinjai di Distrik Timur dan pulau Selayar (arsip Koloniaal Verslag, 1860-1896). Pada abad ke-19 Sulawesi Selatan telah mempunyai peranan yang signifikan dalam produksi dan perdagangan kopi. Kopi di Sulawesi Selatan pada abad ke-19 di produksi di Noorderdistricten Maros, Sigeri dan Bergregentschappen, Pangkajene, Zuiderdistricten Bantaeng, Bakungan, Sesayya, Oosterdistricten Bulukumba, Sinjai, dan Selayar. Selain kegiatan produksi, juga telah terlihat aktivitas perdagangan kopi yang mempunyai jaringan perdagangan internasional yang melibatkan negara-negara besar seperti Belanda, Amerika, Singapura, Inggris, dan Prancis.

Luas lahan pertanian kopi di Kabupaten Luwu Utara adalah 1.604,57 ribu hektar. Berikut ini adalah luas lahan pertanian kopi di beberapa kecamatan di Kabupaten Luwu Utara: Kecamatan Rampi: 125 ribu hektar, Kecamatan Rongkong: 420 ribu hektar, dan Kecamatan Seko: 854,57 ribu hektar. Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan diketahui bahwa petani di kecamatan Seko lebih banyak mengusahakan kopi robusta dibandingkan kopi arabika. Walaupun harga kopi arabika lebih tinggi dari pada kopi robusta, namun petani lebih senang mengusahakan kopi robusta, sebab kopi jenis ini lebih resisten terhadap hama penyakit, lebih mudah perawatannya, dan permintaan terhadap kopi ini juga lebih banyak dibandingkan dengan kopi arabika (AEKI, 2016). Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi yang baik, agar perkebunan kopi robusta dapat memberikan manfaat yang besar bagi peningkatan kesejahteraan rakyat pekebun kopi robusta.

Sistem pemasaran kopi robusta (*Coffea canephora*) di Desa Embonatana merupakan suatu sistem yang kompleks dan melibatkan berbagai pihak mulai dari petani, pedagang/pengepul, pedagang besar, hingga konsumen. Sistem pemasaran kopi robusta melibatkan beberapa tahap, mulai dari petani hingga konsumen. Secara umum, saluran pemasaran kopi robusta bisa melalui petani ke pedagang pengumpul, lalu pedagang besar dan pengecer, atau petani ke koperasi lalu pengecer. Pemasaran yaitu suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Atau dapat dikatakan pula bahwa pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan

jasa-jasa dari produsen ke konsumen (Mursid, 2014). Nugroho dkk. (2020) saluran pemasaran merupakan bagian dari jaringan yang menghubungkan nilai pelanggan dari kegiatan pembelian, pengangkutan, penyimpanan, dan penjualan dari petani sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, analisis terhadap sistem pemasaran kopi robusta (*Coffea canephora*) di desa ini penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas, kualitas, dan keberlanjutan usaha kopi robusta (*Coffea canephora*). Dalam usaha pengembangan pemasaran kopi robusta, perlu fokus pada peningkatan kualitas produk, edukasi digital marketing, segmentasi pasar, dan inovasi produk. Selain sistem pemasaran yang menunjang peningkatan pasar, banyak faktor lainnya yang harus dipertimbangkan disamping banyaknya peluang dan tantangan yang dihadapi. Peluang dan tantangan dapat dilihat dari tersedianya lahan yang cukup luas, sumberdaya manusia sebagai tenaga kerja, terdapatnya pasar lokal, regional dalam propinsi maupun luar propinsi, dan pasar internasional, adanya dukungan pemerintah daerah dan tersedianya fasilitas penghubung dan kelembagaan penunjang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa peluang untuk pengembangan budidaya maupun pengembangan agribisnis juga masih sangat potensial. Dalam rangka pengembangan sistem pemasaran kopi robusta di Kecamatan Seko diperlukan keterlibatan berbagai pihak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pemasaran kopi robusta (*Coffea canephora*) di Desa Embonatana dengan fokus pada aspek pemasaran, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh para pelaku usaha. Selain itu, penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi strategi-strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem pemasaran kopi robusta (*Coffea canephora*) di daerah tersebut. Dari latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Strategi apa yang tepat untuk dilakukan dalam usaha pengembangan sistem pemasaran kopi robusta di Kecamatan seko.

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka dilakukan penelitian tentang Sistem pemasaran kopi robusta (*Coffea canephora*). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan sistem pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan seko.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan, dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu bagaimana sistem pemasaran kopi robusta (*Coffea canephora*) di Desa Embonatana Kecamatan Seko Kabupaten Luwu Utara.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui sistem pemasaran kopi robusta (*Coffea canephora*) di Desa Embonatana Kecamatan Seko Kabupaten Luwu Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan petani kopi di desa Embonatana Kecamatan Seko dan mendukung pengembangan sektor pertanian kopi robusta (*Coffea canephora*) yang berkelanjutan di Kabupaten Luwu Utara.
- 1 Penelitian ini dapat menjadi acuan dan referensi bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya tentang sistem agribisnis kopi robusta (*Coffea canephora*).
- 2 Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi petani dan pemerintah daerah untuk meningkatkan kinerja budidaya kopi robusta (*Coffea canephora*) di wilayah tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

1. Kopi Robusta (*Coffea canephora*)

Kopi robusta (*Coffea canephora*) merupakan keturunan beberapa spesies kopi yang tumbuh baik di ketinggian 400–70 mdpl, temperatur 21-24 °C dengan bulan kering 3-4 bulan secara berturut-turut dan 3-4 kali hujan kiriman. Kualitas buah lebih rendah dari kopi arabika dan liberika. Kopi robusta mewakili antara 40% dan 45% dari produksi kopi global, sebagian besar sisanya adalah *cofea arabika*. Terdapat beberapa perbedaan komposisi biji kopi dari *C. arabica* dan *C. robusta*. Biji dari *C. robusta* cenderung memiliki tingkat keasaman yang lebih rendah, lebih pahit, dan rasa yang lebih berkayu dan sedikit rasa buah dibandingkan dengan biji *C. arabica*.

Tanaman ini memiliki sistem akar yang dangkal dan tumbuh menjadi pohon atau perdu hingga mencapai 10 meter. Masa berbunganya tidak teratur dan membutuhkan sekitar 10-11 bulan bagi buahnya untuk masak, hingga menghasilkan biji kopi yang diinginkan. Kopi robusta menghasilkan lebih banyak panen daripada jenis arabika, dan mengandung lebih banyak kafein, yakni 2,7% dibandingkan dengan arabika yang mengandung 1,5% saja. Selain itu, robusta juga lebih tahan terhadap serangan hama dan penyakit, sehingga membutuhkan lebih sedikit herbisida dan pestisida daripada perkebunan arabika. Meskipun demikian, sejumlah patogen seperti *Hypothenemus hampei*, *Zeuzera sp.*, *Xylosandrus sp.*, *Coccus viridis*, *Ferrisia virgata*, *Cercospora*, *Psychidae*, dan *Pratylenchus coffeae* dapat mengganggu produksi kopi robusta.

Coffea canephora berasal dari hutan dataran tinggi di Ethiopia, yang juga tumbuh di bagian Afrika Tengah dan Afrika Barat, terbentang dari Liberia hingga Tansania dan bagian selatan Angola. Tetumbuhan ini tidak dikenali sebagai spesies kopi hingga tahun 1897, seabad lebih setelah penemuan spesies *Coffea arabica*. Robusta juga dilaporkan telah diperkenalkan di Kalimantan, Polinesia Prancis, Kosta Rika, Nikaragua, Jamaika dan Antillen Kecil.

a. Klasifikasi Tanaman Kopi Robusta

Kopi robusta termasuk dalam tanaman kopi yang paling banyak ditanam di Indonesia dengan luas area perkebunan mencakup 1.153,959 ribu Ha atau sekitar 92%. Kopi robusta merupakan komoditas unggulan teratas di Provinsi Lampung dengan wilayah perkebunan paling luas yaitu 157,964 Ha dibandingkan varietas tanaman kopi lainnya. Kopi robusta jauh lebih mudah dibudidayakan dibandingkan jenis kopi lainnya karena dapat hidup pada suhu udara sekitar 24-30°C dengan ketinggian 200-800 mdpl dan tidak mudah terserang hama.

Adapun klasifikasi tanaman kopi robusta sebagai berikut :

Kingdom	: Plantae
Divisi	: Magnoliophyta
Kelas	: Magnoliopsida
Ordo	: Rubiales
Famili	: Rubiaceae
Genus	: Coffea
Spesies	: <i>Coffea canephora</i>

b. Morfologi Tanaman

1) 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 bawah ke dalam 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 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 menyerap unsur hara dalam tanah.

2) 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).

3) Daun

Bentuk daun kopi lonjong, ujungnya agak meruncing. Daun tersebut tumbuh pada batang, cabang, dan ranting yang tersusun berdampingan. Susunan daun berselang – selang 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.

4) Bunga

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

5) 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 lendir 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 lapis sel sclerenchyma. Biji kopi terdiri atas kulit perak (*silverskin*), *endosperm*, dan embrio. Ukuran biji kopi bervariasi dengan rata-rata panjang 10 mm dan lebar 6 mm. Kulit perak (*silverskin*) disebut perisperm atau spermoderm, merupakan lapisan terluar yang membungkus biji. Silver skins terbentuk dari nukleus, 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, oligosakarida, beberapa protein dan asam

karboksilat. Komponen yang tidak dapat larut ke dalam air yaitu selulosa, polisakarida, lignin, dan hemiselulosa.

C. Syarat Tumbuh Tanaman Kopi

Dua jenis kopi yang banyak ditanam di Indonesia adalah kopi Arabika dan Robusta. Kendati sama-sama tanaman kopi, namun syarat tanam kedua tanaman pun berbeda. secara umum syarat tumbuh tanaman kopi yakni ditanam pada tanah dengan kedalaman yang cukup misalnya lebih dalam dari 100 cm. Tanah juga harus memiliki drainase yang baik serta memiliki cukup ketersediaan air yang dapat diambil tanaman. Tanah yang ditanami tanaman kopi juga harus memiliki cukup unsur hara terutama kalium dan bahan organik. Tanaman kopi biasanya akan tumbuh baik bila ditanam pada tanah dengan keasaman tanah atau pH antara 5,3-6,5. Selain kondisi tanah, iklim juga memengaruhi pertumbuhan suatu tanaman. Iklim ini juga termasuk dengan angin. Terutama pada tanaman kopi, tanaman ini tidak tahan dengan goncangan angin. Goncangan angin akan memengaruhi penguapan air pada permukaan tanah.

1). Iklim

Tanaman kopi Robusta membutuhkan suhu udara sekitar 24-30°C untuk tumbuh. Selain suhu udara, curah hujan juga memengaruhi pertumbuhan tanaman. Curah hujan yang terlalu tinggi dapat mengganggu pertumbuhan tanaman, pun sebaliknya. Pada tanaman kopi, terutama kopi Robusta, curah hujan yang dibutuhkan agar tanaman tumbuh dengan optimal berkisar antara 1500-3000 mm per tahun atau 60 mm per bulan yang ini berarti bahwa terdapat 1-3 bulan kering.

2). Media Tanam

Keadaan tanah tentu memengaruhi baik tidaknya hasil dari suatu tumbuhan. Begitupun pada tanaman kopi terutama kopi jenis Robusta. Tanaman kopi Robusta harus ditanam dengan kedalaman lebih besar dari 100 cm pada tanah yang memiliki bahan organik yang cukup. Bahan organik serta unsur hara akan membantu kesuburan tanah yang juga mempercepat pertumbuhan tanaman. Tanaman kopi jenis Robusta juga pada tanah dengan pH 5,5-6,5.

3). Ketinggian tempat

Tanaman kopi umumnya merupakan tanaman yang tumbuh di daerah dataran tinggi. Namun pada kopi jenis Robusta, tanaman ini dapat tumbuh apabila ditanam pada tempat dengan ketinggian 300-700 mdpl.

d. Tehnik Budidaya Tanaman Kopi

1). Pemilihan bibit

Untuk mendapatkan hasil panen yang berkualitas, budidaya kopi Robusta biasanya dipengaruhi oleh bibit. Oleh sebab itu, pilihlah bibit yang berkualitas unggul pula. Begitupun sebaliknya jika bibit yang dipilih kurang berkualitas maka hasilnya pun kurang memuaskan. Disarankan lebih baik memilih bibit yang bersertifikasi langsung dari dinas pertanian untuk lebih memastikan bahwa bibit yang kita dapatkan benar-benar memiliki kualitas yang bagus.

2). Persiapan lahan

Tidak hanya memilih bibit yang berkualitas saja tetapi pemilihan lahan yang bagus juga harus diperhatikan. Lahan yang tepat untuk menanam bibit kopi Robusta adalah tanah yang subur dan gembur serta memiliki pH tanah yang mencapai 4,5 – 6,5 sehingga kualitas hasil panen pun akan terjamin dan memuaskan. Tak hanya itu persiapan lahan seharusnya dilakukan setidaknya 1 – 2 tahun sebelum tanaman kopi dipindah tanam, dengan harapan lahan sudah siap untuk proses penanaman kopi Robusta.

- a) Disarankan untuk membuat lubang tanaman kopi Robusta dengan diameter 40 cm x 40 cm bagian bawah dan 60 cm x 60 cm bagian atas dengan kedalaman mencapai 60 cm.
- b) Pembuatan lubang dilakukan 3-4 bulan sebelum menanam bibit dengan jarak tanaman mencapai 2,5 x 2,5 cm.
- c) Pisahkan antara tanah galian bagian atas dan tanah galian bagian bawah.
- d) Setelah satu bulan lubang tanam dibuat, berikan belerang dan kapur *dolomite* masing-masing 200 gram dan campurkan galian tanah bagian bawah, kemudian masukkan kembali kedalam lubang tanam. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menetralkan kadar keasaman tanah (pH tanah).

- e) Satu bulan sebelum masa tanam atau satu bulan kemudian berikan pupuk organik yang sudah difermentasi sebanyak 10 – 20 kg dan campurkan dengan galian tanah bagian atas kemudian masukkan ke dalam lubang tanam.

3). Pemanfaatan Pohon Penaung

Dalam setiap budidaya tanaman kopi harus memiliki pohon Penaung. Begitu juga dengan tanaman kopi Robusta. Pohon Penaung berfungsi sebagai pemfilter sinar UV agar tidak mengenai tanaman secara langsung dari terik sinar matahari. Berikut ini adalah detail pembuatan pohon Penaung.

- a) Pohon Penaung berfungsi sebagai pencegah erosi / longsor, terutama pada lahan yang memiliki kemiringan sekitar 30%.
- b) Siapkan pohon penaung setidaknya 2 tahun sebelum tanaman kopi dipindahkan ke lahan besar.
- c) Pilihlah tanaman yang memiliki perakaran yang dalam dan kuat.
- d) Pastikan jenis tanaman pohon penaung memiliki cabang yang mudah diatur dan tidak terlalu banyak.
- e) Pilih jenis pohon yang berumur panjang, seperti : *Leguminosa*, *kelapa*, *semonan*, *dadap*, *kasuari*, *jeruk keprok*, *lamtoro*, dll.
- f) Tidak berpotensi sebagai inang hama / penyakit kopi.

4). Proses Pembibitan

Sama halnya dengan jenis kopi lainnya. Kopi Robusta bisa dibibitkan melalui proses generatif dan vegetatif. Tentu saja setiap cara memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Cara Pembibitan Kopi Robusta secara generatif (melalui benih) ini perlu melakukan persiapan lahan bedengan untuk pembibitan.

5). Pemeliharaan

Setelah penanaman bibit kopi Robusta, proses yang harus dilakukan selanjutnya adalah Penyulaman dan penanaman pada bibit kopi yang mati serta melakukan pemupukan pada tanaman kopi.

6). Penyulaman

Penyulaman dilakukan untuk tanaman yang mati setelah 2-3 minggu tanam. Kemudian didangir disekitar tanaman dengan jarak 30 cm di sekeliling batang untuk pembersihan gulma. Hal ini sangat diperlukan dan berkaitan dengan bagaimana cara pemeliharaan tanaman agar tumbuh subur.

7). Pemupukan

Pemupukan dilakukan dengan pupuk NPK (berupa campuran pupuk urea, TSP dan KCl), masing-masing $\frac{1}{2}$ dari dosis 100 gram Urea, 50 gram TSP, dan 50 gram KCl, pada saat tanaman berumur 2 tahun. Setelah tanaman berusia 3-4 tahun, tinggi tanaman mencapai 150 cm, dilakukan pemangkasan 30 cm dari pucuk, bila tanah kurang subur maka diperpanjang pemangkasannya menjadi 40-50 cm dari pucuk. Dalam proses pemeliharaan tanaman kopi robusta ini bisa memberikan perawatan dengan macam macam pupuk dan manfaatnya bagi tanaman kopi tersebut. Agar bisa mempercepat pembuahan bibit kopi maka perlu diketahui serta memahami pemupukan dngan benar.

8). Pengendalian hama dan penyakit

Hama utama kopi yang sangat berpengaruh yang dapat menurunkan produksi dan mutu kopi adalah penggerek buah kopi oleh *Hypothenemus hampei ferr*. Gejala serangannya dapat terjadi pada buah kopi yang masih muda ataupun yang sudah tua (masak). Buah gugur mencapai 7-14 % atau perkembangan buah menjadi tidak normal atau busuk. Penyakit ini dapat dikendalikan dengan cara;

1. Petik semua buah yang sudah masak awal (baik pada buah yang terserang maupun tidak). Biasanya dilakukan pada 15-30 hari menjelang panen raya. Untuk mencegah terbangnya hama pada saat menampung buah gunakan kantong yang tertutup, kemudian buah direndam dalam air panas selama sekitar 5 menit.
2. Cara yang kedua bisa juga dilakukan penyemprotan dengan agensia hayati, yaitu dengan cara pemanfaatan jamur '*Beauveria bassiana*' dengan dosis 2,5 kg bahan padat per ha setiap kali aplikasi. Dalam satu periode panen kopi dapat dilakukan 3 kali aplikasi.

Penyakit pada tanaman kopi terutama disebabkan oleh *Nematoda Parasit Pratylenus coffeae* yang dapat menyebabkan tanaman tumbuh kerdil, kurus, batang mengecil, daun tampak tua menguning dan gugur sehingga daun yang tertinggal adalah yang diujung ujung cabang. Pada serangan berat, pucuk akan mati, bunga dan buah akan prematur. Jika serangan sudah terjadi dari dalam tanah, tanaman akan mudah dicabut karena akar-akar serabutnya sudah

membusuk berwarna coklat sampai hitam. Cara pengendalian penyakit ini adalah sebagai berikut;

- a) Melakukan penyemprotan tanaman dengan *nematisida* (*Oksamail*, *Etoprofos*, dan *Karbofuran*) terhadap tanaman yang terserang dalam kategori ringan.
- b) Pemusnahan tanaman yang diserang hama pada pusat-pusat serangan. Dilakukan jika tanaman yang terserang hama menyebabkan penyakit yang berat.

9). Panen

Semua buah kopi yang masih hijau, biasanya pada pemanenan akhir Pemanenan buah kopi dilakukan dengan cara memetik buah yang telah masak. Penentuan kematangan buah ditandai oleh perubahan warna kulit buah. Kulit buah berwarna hijau tua ketika masih muda, berwarna kuning ketika setengah masak, berwarna merah saat masak penuh dan menjadi kehitam-hitam ketika sudah masak penuh terlampaui (*over ripe*). Tanaman kopi tidak berbunga serentak dalam setahun, oleh karena itu ada beberapa cara pemetikan:

- a) Pemetikan pilih/selektif (petik merah), dilakukan pada buah masak.
- b) Pemetikan setengah selektif, dilakukan terhadap dompolan buah masak.
- c) Pemetikan lelesan dilakukan terhadap buah kopi yang gugur karena terlambat pemetikan.
- d) Pemetikan racutan/rampasan merupakan pemetikan terhadap semua buah kopi yang masih hijau atau biasa dilakukan pada pemanenan akhir.

e. 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 Robusta (*Coffea canephora*) yang merupakan jenis kopi yang banyak dibudidayakan di Kecamatan Seko sementara itu terdapat juga jenis kopi Arabika 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 di dunia. 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 ke dalam keluarga Rubiaceae genus *Coffea*. Sebelumnya tanaman ini pernah diidentifikasi sebagai *Jasminum arabicum* oleh seorang naturalis asal Perancis.

b. Kopi Robusta (*Coffea canephora*)

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.

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan serangkaian prinsip untuk memilih pasar sasaran (*target market*), mengevaluasi kebutuhan konsumen, mengembangkan barang dan jasa, memuaskan keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba bagi perusahaan. Pemasaran merupakan konsep kunci keberhasilan suatu bisnis dimana pemasaran dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen untuk

tercapainya kepuasan dan memberi dampak positif bagi perusahaan di era persaingan bisnis yang begitu ketat. Dalam sistem pemasaran pertanian, petani adalah produsen utama yang menghasilkan komoditas, kemudian disalurkan melalui pedagang pengumpul yang mengumpulkan hasil panen dari petani, lalu dijual ke pedagang besar yang membeli dalam jumlah besar untuk didistribusikan ke konsumen akhir nantinya.

3. 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.

Saluran pemasaran kopi robusta di desa Embonatana umumnya melibatkan beberapa tahapan dari petani hingga konsumen akhir. Salah satu pola yang sering dijumpai adalah:

Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

1. Petani, Sebagai produsen utama, petani menanam dan memanen kopi robusta. Setelah panen, biji kopi dijual kepada pedagang pengepul. Petani merupakan seorang yang memanfaatkan segala sumber daya hayati dalam melakukan usaha seperti bercocok tanam dan beternak guna memenuhi keberlangsungan hidup. Petani adalah individu yang bekerja dalam bidang sektor pertanian

pada lahan yang diusahakan dengan niat keuntungan ekonomi (Hadiutomo, 2012).

2. Pedagang Pengepul, menjadi titik awal dalam saluran pemasaran kopi robusta. Mereka membeli kopi robusta dari petani dan menjualnya kepada pedagang besar, atau konsumen industri. Pedagang besar kemudian memasarkan kopi robusta ke konsumen luar kota atau bahkan diekspor, seringkali dalam jumlah besar, dan mengumpulkannya untuk dijual ke pedagang besar. Pedagang pengepul seringkali memiliki hubungan dekat dengan petani dan dapat memberikan informasi pasar atau bantuan lainnya.
3. Pedagang Besar, Mereka membeli kopi dari pedagang pengepul dan menjualnya ke konsumen akhir atau ke industri pengolahan kopi. Pedagang besar biasanya memiliki jaringan distribusi yang luas dan kapasitas penyimpanan yang besar.
4. Pedagang pengecer adalah pedagang kelapa yang melakukan pembelian kopi dari pedagang besar dalam jumlah atau volume yang kecil untuk dijual kembali kepada konsumen akhir.
5. Konsumen merupakan individu yang membeli kopi dari pedagang besar atau dari pedagang pengecer untuk dikonsumsi pribadi atau perusahaan yang mengolah kopi menjadi produk akhir seperti kopi bubuk atau minuman siap saji.

Namun dalam beberapa kasus, petani lebih memilih menjual langsung ke pedagang besar untuk mendapatkan harga yang lebih baik dan proses penjualan yang lebih sederhana. Pilihan saluran pemasaran ini tergantung pada berbagai faktor, termasuk volume produksi, kualitas kopi, dan hubungan dengan pembeli. Penting untuk dicatat bahwa struktur pasar kopi robusta seringkali bersifat oligopsoni, di mana beberapa pembeli besar memiliki kekuatan untuk menentukan harga, yang dapat mempengaruhi pendapatan petani. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan efisiensi saluran pemasaran dan memperkuat posisi tawar petani sangat penting untuk kesejahteraan mereka.

Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan hasil pertanian, barang, dan jasa. 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 menjalari langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (*zero stage chanel*).
- b. Saluran disrtibusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pedagang pengepul. Disini pedagang pengepul 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 pengepul dan pedagang besar, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang pengepul saja, tidak menjual kepada pedagang besar pembelian oleh pedagang besar dilayani oleh pedagang pengepul dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pedagang besar 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 pedagang pengepul sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada konsumen. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage chanel*).

2.2 Hasil Penelitian yang relevan

Penelitian yang relevan merupakan penelitian yang sudah dilakukan oleh seseorang dan mendapatkan hasil yang valid sesuai dengan judul dan tujuan peneliti. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah penelitian ini akan dijelaskan di bawah ini. Penelitian-penelitian tersebut juga akan dijadikan acuan untuk memahami pengaruh antar variabel dalam penelitian ini.

1. Malenda, M., Nurmalina, R., & Rosiana, N. (2024). "Sistem Pemasaran Kopi Robusta di Kota Pagar Alam Sumatera Selatan" Kopi Robusta merupakan komoditas utama yang dibudidayakan di Kota Pagar Alam. Produksi kopi

yang meningkat sebesar 65,1 % dari tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami permasalahan lemahnya posisi tawar petani dalam menentukan harga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem pemasaran kopi Robusta di Kota Pagar Alam dengan menggunakan pendekatan struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar. Penentuan sampel petanimengunakan metode purposive sampling yang mengidentifikasi 80 responden petani dan 15 responden lembaga pemasaran dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Struktur pasar kopi Robusta di Kota Pagar Alam menunjukkan adanya oligopoli. Pasar kopi Robusta menghadapi pasar yang terkonsentrasi dengan sedikit persaingan yang menunjukkan adanya hambatan untuk masuk ke pasar. Hal ini ditunjukkan dengan nilai CR4 sebesar 0,64 di mana terdapat hambatan masuk dengan rata-rata nilai MES (*Minimum Efficiency Scale*) pada tahun 2018 hingga tahun 2022 dengan nilai sebesar 12,1 %. Saluran pemasaran kopi Robusta melibatkan petani dan lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul, koperasi dan industri. Saluran pemasaran 1 relatif efisien di mana margin pemasaran memiliki nilai terkecil sebesar 37,78 % dan nilai *farmer's share* dengan nilai tertinggi sebesar 62,22 %. Upaya mengatasi sistem pemasaran yang tidak efisien antara lain dengan menyebarkan informasi pasar melalui aplikasi dan website, memberikan nilai tambah pada produk, dan membentuk kelompok tani. Koperasi memberikan fasilitas kredit dan menjalin sistem kontrak dengan petani.

2. Pratiwi, A. M., Kaskoyo, H., Herwanti, S., & Qurniati, R. (2019). “Saluran pemasaran kopi robusta (*Coffea robusta*)” di agroforestri pekon air kubang, kecamatan Air naningan, Kabupaten Tanggamus. Sistem agroforestri, dengan produk berupa kopi robusta, dapat meningkatkan pendapatan dan kelestarian lingkungan. Tujuan penelitian untuk mengetahui saluran pemasaran kopi robusta. Pengambilan data melalui wawancara dengan para pelaku atau lembaga yang terlibat, observasi, dan studi dokumentasi. 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.

3. Apandi, A., Noor, T. I., & Hakim, D. L. (2019). “Analisis saluran pemasaran biji kopi robusta (suatu kasus di Desa Purwaraja Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis)” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Saluran pemasaran kopi robusta di Desa Purwaraja Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis; (2) Besarnya marjin, biaya dan keuntungan pemasaran kopi robusta di Desa Purwaraja Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis; (3) Besarnya bagian harga (farmer’s share) yang diterima petani keseluruhan harga yang di bayar oleh konsumen. (4) Besarnya efisiensi pemasaran biji kopi robusta di Desa Purwaraja Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey di Desa Purwaraja Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis. Survey merupakan teknik riset dimana informasi dikumpulkan menggunakan penyebaran kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 32 orang. Dua puluh tujuh orang petani, dua orang pedagang pengumpul, satu orang pedagang besar, dan dua orang konsumen industri. Hasil penelitian Biji Kopi Robusta di Desa Purwaraja Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis diketahui bahwa : 1) Terdapat dua saluran pemasaran biji kopi robusta sampai ke tangan konsumen akhir yaitu: a) Pola Saluran Pemasaran I : Petani---Pedagang Besar---Konsumen Industri, b) Pola Saluran II : Petani---Pedagang Pengumpul---Pedagang Besar---Konsumen Industri. 2) Besarnya Marjin, biaya, dan keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran I sebagai berikut : (1) marjin pemasaran sebesar Rp 2.000 per kilogram (2) Biaya pemasaran sebesar Rp 1.010 per kilogram dan (3)

keuntungan pemasaran sebesar Rp 990 per kilogram. Sedangkan margin, biaya, dan keuntungan pada saluran pemasaran II sebagai berikut : (1) margin pemasaran sebesar Rp 3.000 per kilogram (2) biaya pemasaran sebesar Rp 1.590 per kilogram, dan (3) keuntungan pemasaran sebesar Rp 1.410 per kilogram. 3) Berdasarkan hasil penghitungan bahwa besarnya nilai *farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani pada saluran pemasaran I adalah 90,47 persen dan pada saluran pemasaran II sebesar 85,71 persen. 4) Besarnya efisiensi pemasarannya pada saluran pemasaran I sebesar 4,80 persen. Sedangkan pada saluran pemasaran II efisiensi pemasarannya sebesar 7,57 persen.

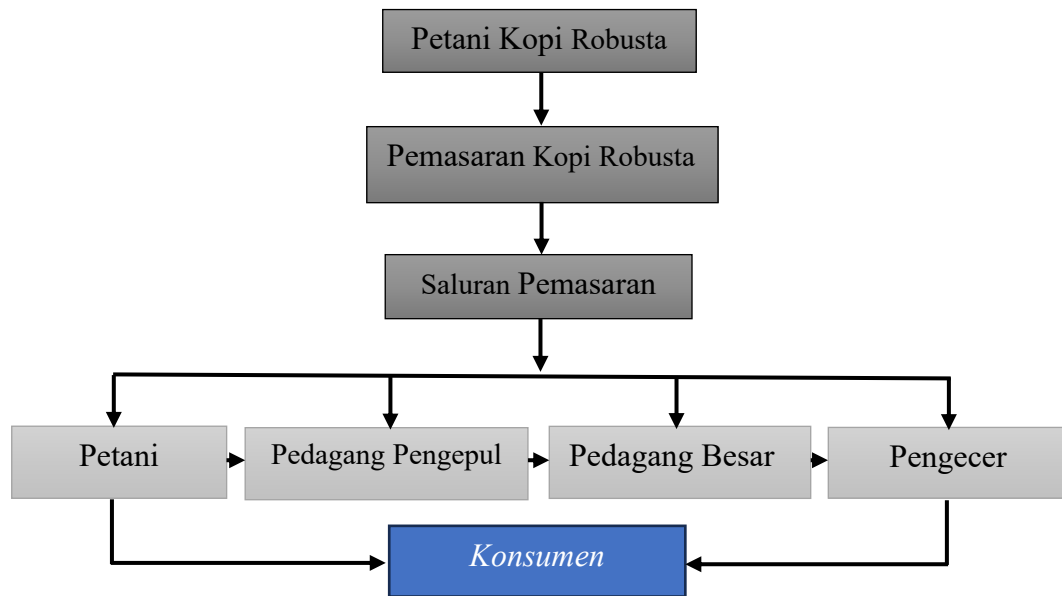
4. Triana, R., Lubis, Y., & Pane, E. (2013). "Analisis Sistem Pemasaran Kopi Pembinaan di Kabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara". Kabupaten Dairi menghasilkan berbagai komoditas pertanian, baik dari sektor perkebunan serta tanaman pangan dan hortikultura. Peran sektor pertanian sangat penting sehingga perekonomian Kabupaten Dairi sangat bergantung pada sektor agribisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran bisnis dan fungsi setiap administrasi bisnis saluran agensi dalam pemasaran kopi di Kabupaten Dairi. Untuk menganalisis penyebaran biaya pemasaran, spread harga dan margin berbagi pada setiap saluran dalam sistem perdagangan kopi di Kabupaten Dairi. Menganalisis efisiensi pemasaran kopi di setiap saluran di Kabupaten Dairi dan menganalisis perbedaan penerimaan petani dari setiap saluran dalam pemasaran kopi di Kabupaten Dairi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran terdiri dari tiga saluran. Saluran yang saya tunjukkan bahwa petani menjual kopi dengan setengah kulit kering langsung ke eksportir dengan harga Rp. 6.000, - /kg, dari eksportir menjual kopi kering dengan harga Rp. 14.000 /kg. Saluran II menunjukkan bahwa peternak kopi semi-kering menjual kepada pedagang lokal dengan harga Rp. 13.100 /kg, biji kopi setengah kering berikutnya dijual ke eksportir dengan harga Rp. 13.900 /kg, dengan menghapus eksportir / kopi kering menjual dengan harga Rp. 29.300 /kg. Saluran III menunjukkan bahwa petani menjual biji kopi setengah kering ke kolektor distrik seharga Rp. 11.600 /kg, kemudian kopi semi-kering dijual ke pedagang lokal dengan harga Rp. 12.300 /kg, dan

setengah kacang kering dijual ke eksportir dengan harga Rp. 13.100 /kg. oleh eksportir rilis / jual kopi kering dengan harga Rp. 29.300 /kg.

5. Baroh, I., Hamzah, M. S., & Harpowo, H. (2021). “Analisis Pemasaran Biji Kopi Robusta di Desa Jambuwer Kecamatan Kromengan Kabupaten Malang” Indonesia dicatat sebagai negara penghasil kopi terbesar ketiga di dunia. Robusta coffee banyak dibudidayakan di Desa Jambuwer Kabupaten Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan: saluran pemasaran kopi robusta di Kabupaten Malang. Menghitung jumlah margin pemasaran, distribusi margin dan pangsa kopi Robusta di Kabupaten Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada empat pola saluran pemasaran kopi robusta, yaitu, saluran pemasaran I: petani - pedagang besar - konsumen. Saluran Pemasaran II: Petani - perantara - reseller - konsumen. Saluran Pemasaran III: Petani - Middlemen - Konsumen dan Saluran Pemasaran IV: Petani - Middlemen - Perusahaan. Sementara itu, margin pemasaran untuk saluran I adalah Rp. 4.000, margin pemasaran untuk saluran II adalah Rp. 95.000, saluran pemasaran saluran adalah Rp. 95.000 dan saluran pemasaran saluran adalah Rp. 2.000. Nilai saham petani di saluran pemasaran I adalah 84%, saluran pemasaran II adalah 24%, saluran pemasaran III adalah 24% dan saluran pemasaran IV adalah 91,7%. Hasil saluran pemasaran yang paling efisien untuk petani adalah saluran pemasaran IV karena memiliki margin pemasaran rendah dan nilai saham petani yang tinggi.

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah suatu dasar penelitian yang mencakup penggabungan antara teori, observasi, fakta, serta kajian pustaka yang akan dijadikan landasan dalam melakukan karya tulis ilmiah. Oleh karena itu, kerangka berpikir dibuat ketika memaparkan konsep-konsep penelitian.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir