

Analisis Dampak Alur Pemasaran Kopi Terhadap Kesejahteraan Pendapatan Petani Kopi (Studi Kasus Desa Cipada Kecamatan Cikalong Wetan Kabupaten Bandung Barat

KEYZHA AULIYA SALSABILA¹, AKHMAD SETIOBUDI IR., M.T.²

1. Institut Teknologi Nasional (ITENAS), Bandung, Indonesia
 2. Institut Teknologi Nasional (ITENAS), Bandung, Indonesia
- Email: Keyzha.auliya@mhs.itenas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai dampak dari alur pemasaran terhadap pendapatan petani. Terdapat beberapa komponen yang dapat mempengaruhi pendapatan petani seperti luas lahan yang digarap oleh petani, dengan melihat luas lahan yang digarap akan terlihat pula skala pertanian, dengan perbedaan luas lahan maka akan terjadiny a perbedaan jumlah produksi yang dapat dihasilkan oleh petani, lalu ada pula modal yang dikeluarkan oleh petani. Cara petani memasarkan produk juga akan mempengaruhi keuntungan yang didapatkan, selain cara pemasaran produk yang dihasilkan petani juga akan mempengaruhi pendapatan petani karena dengan produk yang sudah siap hidang akan mendatangkan keuntungan yang jauh lebih besar kepada petani. Petani Desa Cipada memiliki tiga jenis produk kopi yang dijual yakni ceri, gabah dan produk olahan. Penelitian ini bertujuan mengetahui alur pemasaran yang paling menguntungkan bagi petani.

Kata kunci: Petani, Pemasaran, Alur, dan Kesejahteraan

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani, berdasarkan Badan Pusat Statistik 2019 menyatakan bahwa terdapat 25.275 jiwa yang berpenghasilan di sektor pertanian. Namun petani masi dikatakan miskin, dengan begitu diperlukannya perhatian lebih untuk membantu permasalahan petani tersebut, petani akan mendapatkan hasil dari jeripayahnya itu ketika produk hasil garapnya terjual, dengan begitu pemasaran merupakan hasil yang penting. Namun petani kurang mengetahui tentang keefektifan alur pemasaran, dengan begitu jika petani dapat mengetahui alur pemasaran serta cara mengolah produk menjadi nilai tukar yang lebih tinggi akan membantu kesejahteraan petani dalam lingkup pendapatan. Kesejahteraan dapat dilihat berdasarkan garis kemiskinan Desa Cipada merupakan bagian dari Bandung Barat maka garis kemiskinan yang menjadi landasan adalah garis kemiskinan KBB, menurut (Blakely dan Bradshaw 1994) menyatakan bahwa pengembangan ekonomi lokal merupakan sebuah proses, antara organisasi masyarakat terlibat untuk dapat mendorong, merangsang, memelihara aktivitas usaha. Penelitian ini bertujuan mengetahui pendapatan yang dihasilkan petani dari masing masing skala pertanian, beserta produk yang mereka jual, dengan begitu akan terlihat petani yang sejahtera dan tidak.

2. METODOLOGI

2.1 Pendekatan Penelitian

Metodologi penelitian berpatokan pada variabel pemasaran seperti margin pemasaran, lembaga pemasaran serta biaya pemasaran yang harus dilalui oleh petani maupun perantara pengumpul dari produk kopi Desa Cipada, terdapat pula variabel dari tingkat kemiskinan yang dilihat berdasarkan pendapatan perbulan petani

yang akan di konversikan kedalam satu bulan yang berlandaskan garis kemiskinan KBB. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, Analisis deskriptif merupakan metode analisis yang dapat memberikan gambaran maupun uraian jelas mengenai suatu fenomena atau keadaan (Slat, 2013).

2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi dua yakni pengumpulan data primer dan juga sekunder, untuk pengumpulan data primer dilakukannya wawancara kepada nasasumber yang karakteristiknya sudah peneliti tentukan. Teknik pengambilan narasumber menggunakan non-probability sampling, karena populasi tidak diketahui dan menggunakan purposive sampling (Lumintang, 2013) , dimana peneliti telah menentukan syarat dari narasumber yang akan diwawancarai, narasumber tersebut merupakan petani dari berbagai macam alur pemasaran maupun produk yang dijual.

3. HASIL ANALISIS

Hasil dari analisis ini teridentifikasinya alur pemasaran yang ada di Desa Cipada, terdapat tiga jenis produk yang dihasilkan oleh petani, yakni terdapat produk ceri, gabah, dan olahan, teridentifikasinya juga tiga alur pemasaran produk kopi yang ada di Desa Cipada, alur 1 merupakan alur yang menggunakan perantara pemasaran yang merupakan LMDH, LMDH ini menampung semua produk hasil kebun yang petani jual, dengan memiliki kualifikasi khusus untuk kualitas produk. Alur 2 adalah alur yang menggunakan perantara pemasaran yang merupakan tengkulak, petani dapat menjual produk apa saja dan kapan saja kepada tengkulak. Alur 3 yang merupakan alur terakhir, satu satunya proses pemasaran yang tidak melibatkan perantara dalam penjualannya atau dengan kata lain, petani sendiri yang menjual hasil perkebunannya sendiri kepada konsumen. Pada masing masing alur, terdapat pembedaan keuntungan, yang dihitung menggunakan rumus margin pemasaran, setelah itu akan teridentifikasi pendapatan petani yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kesejahteraan petani kopi Desa Cipada.

3.1 Produksi

Desa cipada memiliki beberapa komoditas yang digarap oleh petani di sektor perkebunan, komoditas yang ada adalah kopi, cabai, dan kubus. Produksi kopi lebih besar, dibandingkan hasil produksi komoditas lainnya. Produksi kopi yang dihasilkan oleh petani akan dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung perkebunan, yang akan berdampak pada hasil produksi kopi, hasil yang berhasil dihasilkan oleh masing masing petani juga akan berbeda. Adapula perbedaan dari hasil produk yang dihasilkan.

3.1.1 Lahan

Lahan yang digarap oleh para petani merupakan lahan pribadi, Desa Cipada memiliki sebuah lembaga yang menaungi petani yakni LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan), kebun kopi Desa Cipada terbagi menjadi enam blok yakni terdapat blok Ciangkeub (34,6 Ha), Bayur (39,5), Patenggang(42,85Ha), Pamalayan(26,3Ha), Rumatisuk(6,3 Ha), Saelun(11,6Ha) dengan begitu total luas lahan yang ditanami kopi seluas 161,2 Ha. Petani kopi Desa Cipada terdapat tiga skala petani

3.1.2 Modal

Modal yang dikeluarkan pada masing masing petani akan berbeda, terlebih lagi luas lahan yang tidak sama, dan hasil produk final yang dihasilkan, akan mempengaruhi modal yang dikeluarkan oleh petani. Pada Petani skala kecil dengan produk ceri modal yang dikeluarkan sebesar Rp1.848.286 - Rp2.461.355, untuk produk gabah sebesar Rp1.935.786 - Rp2.295.750,60, dan untuk produk olahan sebesar Rp9.237.371 - Rp10.480.664. Pada Petani skala menengah dengan produk ceri modal yang dikeluarkan sebesar Rp3.505.370 - Rp4.544.040, untuk produk gabah

sebesar Rp3.226.311 - Rp3.826.251, dan untuk produk olahan sebesar Rp15.395.618 - Rp17.467.774. Pada Petani skala Besar dengan produk ceri modal yang dikeluarkan sebesar Rp9.560.100 - Rp11.738.770, untuk produk gabah sebesar Rp9.678.933- Rp11.478.753, dan untuk produk olahan sebesar Rp46.186.856 - Rp49.227.363.

Selain modal yang dikeluarkan oleh petani, terdapat pula modal transportasi yang harus dikeluarkan oleh perantara pemasaran, LMDH harus mengeluarkan Rp900.000 untuk menyewa moda transportasi dengan satu pegawai, untuk tengkulak akan mengeluarkan biaya sebesar Rp800.000 untuk biaya perawatan, bahan bakar, dan pegawai, untuk petani mandiri akan menanggung sendiri biaya transportasi sebesar Rp900.000 untuk perawatan moda, bahan bakar, dan pegawai untuk pengoprasian moda tersebut.

3.1.3 Produksi Produk Kopi

Kopi dalam proses penanamannya, membutuhkan waktu satu tahun, dengan begitu hanya ada satu kali panen dalam satu tahun. Hasil produksi akan berbeda-beda jumlah beratnya, bahkan dalam dengan luas kebun yang sama, akan ada berbeda hasil produksi dari masing masing kebun. terdapat faktor- faktor, yang mempengaruhinya seperti adanya perbedaan pupuk yang digunakan, terserang hama tumbuhan, ada pula dari faktor alam seperti curah hujan maupun cahaya matahari, serta perawatan yang dilakukan oleh masing-masing petani. Jumlah produksi Pada Petani skala kecil dengan produk ceri modal yang dikeluarkan sebesar 580Kg - 650Kg, untuk produk gabah sebesar 198Kg - 214,5Kg, dan untuk produk olahan sebesar 138,6Kg - 152,46. Jumlah produksi Pada Petani skala menengah dengan produk ceri modal yang dikeluarkan sebesar 1100Kg - 1200Kg, untuk produk gabah sebesar 330Kg, dan untuk produk olahan sebesar 231Kg - 254,1Kg. Jumlah produksi Pada Petani skala besar dengan produk ceri modal yang dikeluarkan sebesar 3000Kg - 3150Kg untuk produk gabah sebesar 990 Kg, dan untuk produk olahan sebesar 693Kg - 716,1Kg.

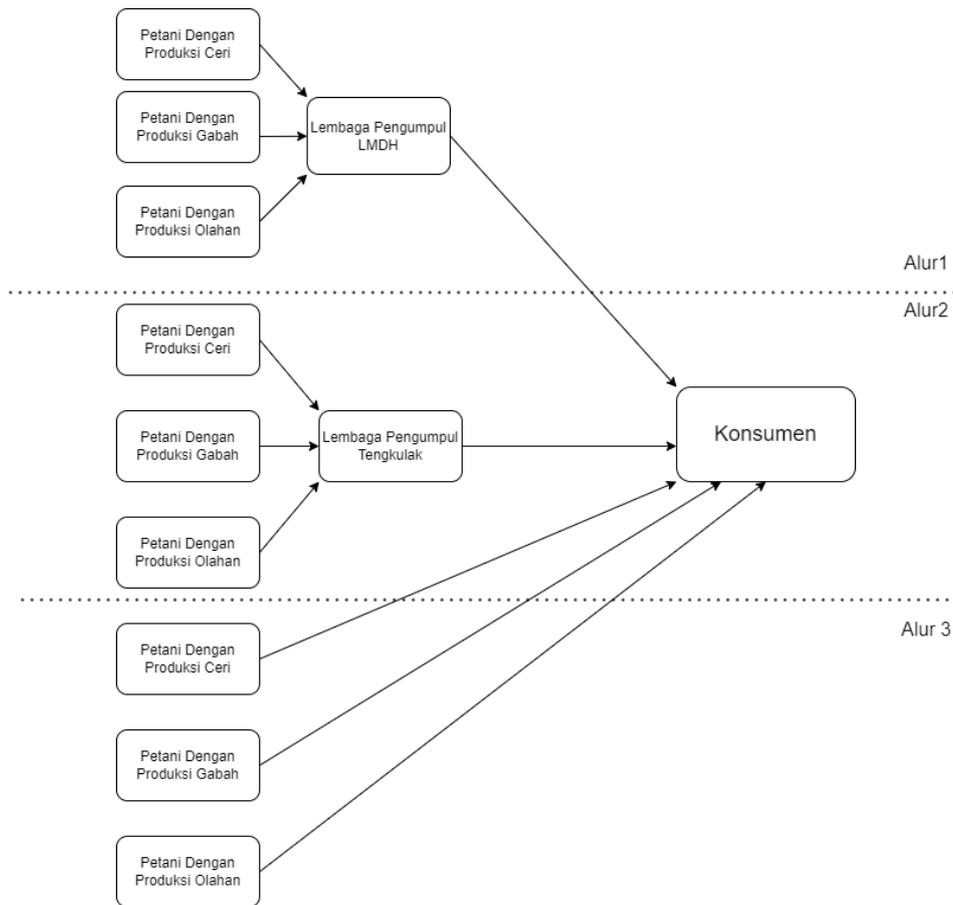
3.2 Pemasaran

Pemasaran merupakan sebuah proses yang penting bagi petani, karena segala usaha yang telah petani lakukan akan ditentukan dari pemasaran, produk yang telah dihasilkan oleh petani akan membuahkan hasil dengan adanya nilai tukar rupiah di dalamnya. Pemasaran yang dilakukan petani kopi Desa Cipada terdapat dua macam, yakni pemasaran dengan jasa perantara pemasaran dan menjual secara mandiri. Terdapat persentase dari petani, yang menjual hasil kebunnya keberbagai alur. Berikut merupakan tabel dari persentasi penjualan produk oleh petani

Tabel 3.1 Tabel Persentase Pemasaran

No	Pemasaran	Persentase
1.	LMDH	90%
2.	Tengkulak	9%
3.	Mandiri	1%

Sumber: Data ketua tani



Gambar 3.1 Alur Pemasaran
(Sumber: Hasil wawancara, 2024)

Gambar 3.1 merupakan alur pemasaran yang ada di Desa Cipda yang didapatkan melalui wawancara bersama narasumber. Konsumen dalam hal ini akan berbeda beda, seperti produk ceri, produk ceri merupakan produk mentah yang harus diolah terlebih dahulu, makadari itu konsumennya adalah pabrik olahan untuk ceri. Konsumen untuk produk gabah adalah pabrik olahan gabah karena gabah belum bisa di konsumsi langsung, makadari itu harus dilah terlebih dahulu, sedangkan untuk produk olahan, konsumen adalah penikmat kopi karena produk olahan berupa *beans* dengan begitu dapat dikonsumsi.

3.2.1 Prooduk Kopi



Gambar 3. 2 Produk hasil kebun petani

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar diatas merupakan gambar dari buah ceri, ceri merupakan bahan mentah dari kopi, ceri akan dipanen ketika sudah matang setelah itu akan dipanen lalu di kemas dan akan dijual, produkselanjutnya adalah prosuk gabah, merupakan produk hasil pengeringan ceri, dan akan menyusut 30%, dalam satu kilogram gabah membutuhkan 3,03 Kg ceri segar. Salanjutnya adalah produk olahan kopi yang berupa, pengolahan lanjutan dari gabah yang akan dimasak atau dilakukannya proses *roasting*, dengan menggunakan suhu dan waktu yang sudah ditentukan, untuk menghasilkan produk *beans* yang dibutuhkan. Terdapat persentase penjualan dari masing masing produk, produk ceri terdapat 95% petani yang menjual produk tersebut, lalu gabah sebanyak 4,5% petani yang menjual produk tersebut dan yang paling kecil merupakan olahan sebesar 0,5%.

3.2.2 Harga jual

Harga jual merupakan tolak ukur kesuksesan penjualan, disaat harga tukar yang tinggi maupun rendah akan berpengaruh pada penghasilan petani, namun saat ini petani belum berdaya unukmenentukan harga jual, sehingga masih mengikuti harga dipasaran. Harga untuk produk ceri sebesar Rp 8.000-Rp 9.000, produk gabah sebesar Rp 33.000-Rp37.000, dan untuk produk olahan sebesar Rp 200.000

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara yang telah didapatkan dari narasumber mengenai komoditas, produksi dan pemasaran, kopi merupakan komoditas yang paling besar produksinya, dibandingkan komoditas lainnya. Lahan yang ditanam oleh para petani merupakan lahan pribadi, dan terdapat enam blok lahan yang ada di Desa Cipada dengan total luas lahan sebesar 161,2 Ha. Desa Cipada memiliki tiga skala pertanian, yang dilihat berdasarkan jumlah kepemilikan lahannya. Modal yang dikeluarkan oleh petani berbeda beda, tergantung pada luas lahan, dan produk hasil yang dijual. Terdapat tiga alur pemasaran yakni, alur 1 dengan perantara LMDH, alur 2 tengkulak, dan alur 3 yang merupakan alur mandiri (petani menjual produknya tanpa perantara). Terdapat tiga hasil produk yang petani jual, yakni ceri, gabah, dan olahan, persentase terbesar daripenjualan produk adalah ceri dengan 95% petani yang menjual produk tersebut. Pemasaran

dari segi penentuan harga, petani belum berdaya dengan begitu akan bersandar pada harga dipasar, dan harga dipasar bisa melonjak naik yang akan menguntungkan dan tidak menutup kemungkinan pula akan anjlok turun yang tentu saja akan merugikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan dukungan, bimbingan, serta arahnya selama penulis melakukan penelitian sehingga dapat membantu dan mengarahkan penulis dalam memperoleh data penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Blakely, E. J. (1994). *Planning Local Economic Development (Theory and Practice)*. California: Sage Publications, inc.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat. 2023. Badan pusat Statistik Republik Indonesia: Kabupaten Bandung Barat
- Slat, A. H. (2013). Analisis harga pokok produk dengan metode full costing dan penentuan harga jual. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Lumintang, F. M. (2013). Analisis Pendapatan Petani Padi Di Desa Teep Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).