

**EFISIENSI PEMASARAN KOPI (*Coffea sp*)
DI KECAMATAN SINGOROJO KABUPATEN KENDAL**

Joko Tri Sujiwo* Sri Wahyuningsih ** Suprati Supardi ***

Mahasiswa*, Staf Pengajar Fakultas Pertanian Universitas Wahid Hasyim
Semarang**, Staf Pengajar Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret***

Abstract

Coffee (*Coffea sp*) constitutes an important commodity for most local areas in Kendal Regency, including the District of Singorojo. Marketing efficiency was very needed by the coffee farmers in Singorojo District in order to sell their coffee. This research was intended to find out: (1). the efficiency in marketing the coffee by the District of Singorojo Kendal Regency, (2). the volume of sales of the coffee by the District of Singorojo Kendal Regency, (3). the attempts by the coffee farmers in the District to make the marketing of the coffee more efficient. This research used a descriptive-analytical method. The analyses on the purchasing prices, the selling prices and the profits obtained by the parties involved in this District has been efficient, with big sellers constituted the ones who got the biggest profits. There were two channels for marketing the coffee produced in the District of Singorojo. First channels for marketing that is the coffee farmers, big sellers, and exporter. Second channel for marketing that is the coffee farmers, small sellers, big sellers, and exporter. The volume of sales of the coffee by the District of Singorojo Kendal Regency high enough. The average sale of coffee by the farmers in this Singorojo district was 712,72 kilogram coffee or equal to 97,49 %. In order to reduce the marketing chains for the coffee, the coffee farmers in the District has established GAPOKTAN (a Farmer Association).

Pendahuluan

Bagi petani, kopi bukan sekedar minuman segar dan berkhasiat, tetapi juga mempunyai arti ekonomi yang cukup penting. Sejak puluhan tahun yang lalu kopi telah menjadi sumber nafkah bagi banyak petani. (Najiyati, 1999 : 1). Kopi (*Coffea sp*) dihasilkan oleh rakyat dan oleh perkebunan. Mula-mula kopi hanya ditanam oleh perkebunan saja, tetapi karena cara penanamannya yang sederhana dan pasaran yang baik, maka di tahun 1984 produksi kopi rakyat sudah merupakan 94% dari keseluruhan. Dari seluruh produksi kopi sebagian besar (82% pada tahun 1984) diekspor (Mubyarto, 1989: 187).

Kopi (*Coffea spp*) adalah spesies tanaman berbentuk pohon yang termasuk dalam famili *Rubiaceae* dan genus *Coffea*. Kopi (*Coffea sp*) juga merupakan komoditas andalan bagi sebagian besar petani di kabupaten Kendal, karena kebutuhan sehari-hari sebagian besar dicukupi oleh hasil produksi kopi.

Luas lahan kopi terbesar berada di kecamatan Singorojo, seluas 570 hektar. Dengan produksi per tahun 395,73 ton dan produksi rata – rata 460 kilogram per hektar (woce). Dan jenis kopi yang dibudidayakan jenis kopi robusta (anonim, 2005:6). Pemasaran yang efisien sangat dibutuhkan dalam memasarkan produksi kopi petani. Di dalam pemasaran yang efisien salah satu faktor yang harus mendapat perhatian utama adalah tingkat harga maupun stabilitas harga itu sendiri, karena tingkat dan stabilitas harga sangat berpengaruh sekali terhadap petani. Untuk mempermudah pembahasan masalah, maka dapat dirumuskan sebagai berikut; a). Bagaimana sistem pemasaran yang ada pada petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal ? b). Bagaimana tingkat penjualan produksi kopi yang dicapai oleh para petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal ? c). Bagaimana langkah-langkah yang ditempuh oleh para petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal dalam memasarkan produknya ?

Bahan Dan Metode

Penelitian merupakan penelitian deskriptif analisis. Yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga lebih mudah dipahami dan disimpulkan (Saifuddin, 2003 : 6). Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal. Dipilihnya kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal sebagai lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*). Kemudian dipilih tiga desa, yaitu :1). desa Banyuringin, 2). desa Getas, dan 3). desa Ngareanak

Petani sampel diambil secara acak sederhana dari desa terpilih. Dari ketiga desa yang terpilih, besarnya sampel dan populasi petani kopi disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Data sampel petani

No	Desa	Besar petani sampel	
		Populasi	Sampel
1	Banyuringin	157	16
2	Getas	327	33
3	Ngareanak	115	11
Jumlah		599	60

Sumber : Kecamatan Singorojo dalam Angka, Dinas Pertanian, 2007.

Petani contoh diambil secara acak dari desa terpilih, sebanyak 60 orang petani. 8 orang responden pedagang kecil, 3 orang responden pedagang besar, dan 1 orang responden eksportir.

Hasil Dan Pembahasan

A. Karakteristik Responden

Responden Petani Kopi

Tabel 2. Karakteristik Petani Responden Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

No	Keterangan		Banyak responden (orang)	Persentase (%)
1	Umur Golongan (tahun)	20 – 29	2	3,33
		30 – 39	17	28,33
		40 – 49	19	31,68
		50 – 59	12	20,00
		60 – 69	8	13,33
		70 – 79	2	3,33
	Jumlah		60	100
2	Pendidikan Tingkat	SD	34	56,67
		SMP	18	30,00
		SMA	8	13,33
		Jumlah	60	100
3	Rata – rata jumlah anggota keluarga	4 orang		
4	Rata – rata jumlah luas lahan	11.887,5 m ²		

Sumber : analisis data primer, 2007

Data mengenai karakteristik responden kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal dapat dilihat dalam tabel 5.1 berikut ini. Data mengenai karakteristik responden kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal dapat dilihat dalam tabel berikut 5.1. Dari tabel 5.1 dibawah ini, umur petani responden di tempat penelitian masih tergolong usia produktif. Dapat dilihat bahwa umur responden petani kopi terbanyak dalam golongan 40 – 49 tahun yaitu sebanyak 19 orang atau sebesar 31,68 persen. Terbanyak kedua dalam golongan umur 30 – 39 tahun, sebanyak 17 orang atau 28,33 persen. Sedangkan urutan ketiga, dalam golongan 50 – 59 tahun sebanyak 12 orang atau 20,00 persen.

Responden Pedagang Kecil Kopi

Dari tabel 3 berikut ini, karakteristik responden pedagang kecil kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, diantaranya sebagai berikut : umur dari delapan responden pedagang kecil kopi juga masih termasuk dalam golongan umur produktif. Jumlah terbanyak dalam golongan umur 30 – 39 tahun sebanyak 4 orang atau 50,00 persen. Jumlah terbanyak kedua dalam golongan umur 40 – 49 tahun sebanyak 3 orang atau 37,5 persen. Dan 1 orang responden atau 12,5 persen termasuk golongan umur 60 – 69 tahun.

Tabel 3. Karakteristik pedagang kecil kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

No	Keterangan		Banyaknya Responden (orang)	Persentase (%)
1	Umur Golongan (tahun)	30 – 39	4	50,00
		40 – 49	3	37,50
		50 – 59	-	-
		60 – 69	1	12,50
	Jumlah		8	100
2	Pendidikan Tingkat	SD	7	87,50
		SMP	1	12,50
		SMA	-	-
		Jumlah	8	100
3	Rata – rata jumlah anggota keluarga		3 orang	

Sumber : analisis data primer, 2007

Karakteristik Responden Pedagang Besar Kopi

Tabel 4. Karakteristik Pedagang Besar Kopi Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

No	Keterangan		Banyak responden (orang)	Persentase (%)
1	Umur Golongan (tahun)	40 – 49	1	33,33
		50 – 59	1	33,34
		60 – 69	1	33,33
		Jumlah	3	100
2	Pendidikan Tingkat	SMP	2	66,67
		SMA	1	33,33
		Jumlah	3	100
3	Rata - rata jumlah anggota keluarga		5 orang	

Sumber : analisis data primer, 2007

Dari tabel 4 diatas, karakteristik tiga orang responden pedagang besar kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal diantaranya mengenai umur. Golongan umur 40 – 49 tahun, 50 – 59 tahun dan 60 – 69 tahun, masing – masing golongan terdiri dari 1 orang responden pedagang besar kopi.

Karakteristik Eksportir

Karakteristik mengenai satu responden eksportir di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal antara lain sebagai berikut: umur 52 tahun, pendidikan SMA, jumlah anggota keluarga 6 orang.

B. Analisis Data dan Hasil Pembahasan

a. Analisis Biaya Pemasaran

Dalam penelitian ini, biaya produksi petani kopi dianggap tidak ada. Karena tanaman kopi termasuk tanaman yang menghasilkan/panen setelah kurang lebih berumur 5 tahun setelah tanam. Tentunya jika menghitung biaya produksi, akan meliputi banyak biaya, seperti biaya input, biaya penanaman, biaya pemeliharaan, dan sebagainya. Maka dalam penelitian ini langsung mengenai harga jual dari produsen petani kopi. Dan produk hasil panen kopi yang dijual responden petani kecil adalah kopi yang berupa wose, yaitu biji kopi yang sudah bersih dari kulit, baik itu kulit dalam maupun kulit luar.

Tabel 5. Rata-rata Harga Jual Kopi dari Petani Kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

No	Keterangan	Sebesar
1	Rata – rata harga jual	10.880 Rp/kg
2	Harga jual terendah	9.750 Rp/kg
3	Harga jual tertinggi	13.000 Rp/kg

Sumber: Analisis Data Primer, 2007.

Dalam penelitian ini didapatkan data, rata – rata harga jual kopi dari responden petani kopi sebesar Rp. 10.880 per kilogram. Harga jual terendah dari petani responden sebesar Rp. 9.750 per kilogram Dijual dengan harga terendah karena tempat tinggal responden petani kopi jauh dari pasar. Dan harga jual tertinggi sebesar Rp. 13.000 per kilogram, hal ini dikarenakan tempat tinggal responden petani kopi dekat dengan pasar dan langsung menjual ke pedagang besar.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan masing-masing lembaga pemasaran kopi yang ada di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal dijelaskan berikut ini:

Pedagang Kecil

Tabel 6. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang kecil kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

No	Biaya yang dikeluarkan	Sebesar
1	Rata – rata harga beli	Rp. 10.880 /kg
2	Rata – rata harga jual	Rp. 13.600 /kg
3	Rata – rata biaya pemasaran	
	Biaya transport	Rp. 143,75 / kg
	Biaya penyimpanan	Rp. 0 / kg
	Biaya angkut	Rp. 112,5 /kg
4	Keuntungan	Rp. 2.445 /kg

Sumber : Analisis data primer, 2007

Rata – rata harga jual kopi dari responden pedagang kecil adalah sebesar Rp. 13.600 per kilogram kopi. Harga jual kopi terendah sebesar Rp. 13.000 per kilogram dan harga jual kopi tertinggi Rp. 14.000 per kilogram. Sedangkan rata – rata biaya pemasaran yang meliputi biaya transport rata – rata Rp. 143,75 per kilogram kopi, biaya penyimpanan rata – rata Rp. 0 per kilogram kopi dan biaya angkut rata – rata Rp. 112,5 per kilogram. Rata – rata keuntungan yang didapat responden pedagang kecil kopi sebesar Rp. 2.445 per kilogram kopi. Keuntungan terkecil sebesar Rp. 670 per kilogram dan keuntungan terbesar sebesar Rp. 3550 per kilogram kopi.

Pedagang Besar

Biaya pemasaran yang meliputi biaya transport, biaya penyimpanan, dan biaya angkut. Rata – rata biaya transport sebesar Rp. 53,33 per kilogram, rata – rata biaya penyimpanan Rp. 28,33 per kilogram, dan rata – rata biaya angkut Rp. 46,67 per kilogram kopi. Rata – rata keuntungan yang didapat responden pedagang besar kopi sebesar Rp. 571,67 per kilogram kopi. Keuntungan terkecil sebesar Rp. 280 per kilogram dan keuntungan terbesar sebesar Rp. 765 per kilogram kopi.

Tabel 7. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang besar kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

No	Keterangan	Sebesar
1	Rata – rata harga beli	Rp. 13.600 /kg
2	Rata – rata harga jual	Rp. 14.300 /kg
3	Rata – rata biaya pemasaran	
	Biaya Transport	Rp. 53,33 / kg
	Biaya Penyimpanan	Rp. 28,33 / kg
	Biaya Angkut	Rp. 46,67 / kg
4	Keuntungan	Rp. 571,67 /kg

Sumber : Analisis data primer, 2007.

Eksportir

Harga beli kopi sebesar Rp. 14.300/kg, sedang harga jual Rp. 16.000/kg. Sedangkan biaya pemasaran, untuk biaya transport sebesar Rp. 145 /kg, biaya penyimpanan Rp. 25 /kg, dan biaya angkut Rp. 60 /kg. Keuntungan yang didapat responden eksportir sebesar Rp. 1.470 per kilogram.

Secara umum masing-masing lembaga pemasaran tidak ingin mengalami kerugian. Untuk lebih jelasnya, harga beli dan harga jual di masing-masing lembaga pemasaran dapat dilihat dalam tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Harga beli dan harga jual masing-masing lembaga pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

Lembaga pemasaran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)
Petani kopi	-	10.880
Pedagang kecil	10.880	13.600
Pedagang besar	13.600	14.300
Eksportir	14.300	16.000

Sumber : analisis data primer, 2007

b. Analisis Keuntungan Lembaga Pemasaran

Keuntungan lembaga pemasaran didefinisikan sebagai selisih harga jual dan harga pembelian, yang kemudian dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses atau penanganan fisik yang dilakukan oleh pedagang perantara yang terlibat didalamnya. Atau dapat didefinisikan sebagai selisih harga yang dibayarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen.

Tabel 9. Analisis Keuntungan Pemasaran Kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

Lembaga pemasaran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)
Petani kopi	-	10.880	-	-
Pedagang kecil	10.880	13.600	275	2445
Pedagang besar	13.600	14.300	128,33	571,67
Eksportir	14.300	16.000	230	1470

Sumber : analisis data primer, 2007.

Dari tabel 9 diatas, dapat dijelaskan bahwa lembaga pemasaran yang mendapatkan keuntungan terbesar adalah pedagang kecil yaitu sebesar Rp. 2.445. Sedangkan lembaga pemasaran yang mendapatkan keuntungan terkecil adalah pedagang besar yaitu sebesar Rp. 571,67.

C. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Efisiensi Pemasaran

Untuk menguji hipotesis pertama, yaitu mengenai efisiensi pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal yang belum efisien, maka digunakan rumus yang secara matematik dituliskan:

$$Ep = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}}$$

Jika $Ep > 1$ maka tidak efisien

$Ep < 1$ maka efisien

Tabel 10 Analisis Efisiensi Pemasaran Masing-masing Lembaga Pemasaran Kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

Lembaga pemasaran	Biaya (Rp/kg)	Nilai Jual (Rp/kg)	Nilai Efisiensi
Petani kopi	-	10.880	-
Pedagang kecil	275	13.600	0,020
Pedagang besar	128,33	14.300	0,009
Eksportir	230	16.000	0,014

Sumber: Analisis data primer, 2007.

Tabel 10 diatas, menunjukkan nilai efisiensi dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal adalah < 1 , yang artinya efisien. Dari ketiga lembaga pemasaran tersebut, lembaga pemasaran yang paling efisien dibandingkan dengan lembaga lainnya adalah pedagang besar karena dilihat dari biaya pemasaran yang kecil dan nilai produk yang dipasarkan paling besar.

Dan dari hasil analisis, maka hasilnya tidak sama dengan hipotesis sebelumnya yang menduga bahwa sistem pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal tidak efisien, ternyata hasil penelitian menunjukkan pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal sudah efisien. Dari penelitian didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran kecil dan keuntungan yang diperoleh besar.

b. Analisis Margin Pemasaran

Secara matematik besaran margin pemasaran tiap rantai tataniaga di rumuskan seperti, $(MP = Pr - Pf)$. MP adalah margin pemasaran, Pr adalah harga di tingkat pedagang dan Pf adalah harga di tingkat produsen.

Dari tabel 5.10 dapat diketahui bahwa nilai margin tertinggi lembaga pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo sebesar Rp. 2.720 / kg kopi, didapat oleh pedagang kecil. Nilai margin untuk lembaga pemasaran eksportir sebesar Rp. 1.700 / kg kopi. Sedangkan margin terendah pada lembaga pemasaran pedagang besar sebesar Rp. 700 / kg kopi. Dan besarnya margin pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 MP &= Pr - Pf \\
 &= \text{Rp. } 16.000 - \text{Rp. } 10.880 \\
 &= \text{Rp. } 5.120
 \end{aligned}$$

Dimana MP = Margin Pemasaran

Pr = harga di tingkat petani kopi

Pf = harga di tingkat eksportir

Tabel 11. Analisis Marjin Pemasaran Kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

Lembaga Pemasaran	Harga beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)
Petani kopi	-	10.880	-
Pedagang Kecil	10.880	13.600	2.720
Pedagang Besar	13.600	14.300	700
Eksportir	14.300	16.000	1.700

Sumber : Analisis data primer, 2007.

Tabel 12. Analisis Margin Keuntungan Pemasaran Kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

Lembaga pemasaran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)
Petani kopi	-	10.880	-	-	-
Pedagang kecil	10.880	13.600	2.720	275	2445
Pedagang besar	13.600	14.300	700	128,33	571,67
Eksportir	14.300	16.000	1.700	230	1470

Sumber : analisis data primer, 2007.

Dari tabel 5.11 diatas, menunjukkan bahwa lembaga pemasaran kopi, pedagang kecil mempunyai keuntungan terbesar jika dibandingkan lembaga pemasaran lain, yaitu sebesar Rp. 2.445 per kilogram kopi. Sedangkan lembaga pemasaran yang mendapatkan keuntungan terkecil adalah pedagang besar, yaitu sebesar Rp. 571,67 per kilogram kopi.

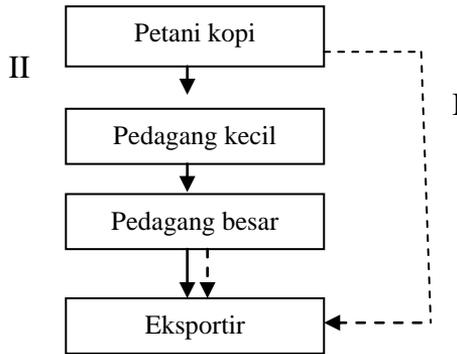
c. Saluran/Rantai Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran kopi dari petani sampai dengan eksportir di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal terdapat dua jalur pemasaran yaitu : jalur satu; produsen (petani kopi), pedagang besar, dan eksportir, jalur dua; produsen (petani kopi), pedagang kecil, pedagang besar, dan eksportir. Untuk lebih jelasnya jalur pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal melewati dua jalur pemasaran disajikan pada bagan berikut.

Saluran distribusi pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal terbentuk menjadi dua macam saluran, yaitu :

1. Produsen \longrightarrow pedagang besar \longrightarrow eksportir
2. Produsen \longrightarrow pedagang kecil \longrightarrow pedagang besar \longrightarrow eksportir

Apabila digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 . Bagan saluran pemasaran kopi di Kec. Singorojo Kab. Kendal.

Berdasarkan analisis data primer, untuk saluran distribusi yang pertama, dari 60 orang responden petani kopi yang langsung menjual kopi ke pedagang besar terdiri dari 21 orang responden atau sebesar 35 persen. Sedangkan saluran distribusi kedua, responden petani kopi yang menjual kopi ke pedagang kecil terdiri dari 39 orang responden atau sebesar 65 persen. Seperti dalam tabel 13 berikut ini:

Tabel 13. Arah penjualan kopi oleh responden petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

No	Menjual kopi ke ...	Banyaknya responden	Prosentase
1	Pedagang Besar	21	35
2	Pedagang Kecil	39	65
	Total	60	100

Sumber: analisis data primer, 2007.

Sedangkan dari tiga responden pedagang besar yang membeli kopi langsung ke petani kopi sebanyak 1 orang responden. Apabila dianalisis lebih lanjut, maka dari dua saluran pemasaran kopi yang ada didaerah Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal terdapat beberapa perbedaan, baik perbedaan biaya pemasaran, keuntungan, margin di masing-masing lembaga pemasaran kopi yang terlibat.

Dari tabel 14 berikut, menunjukkan bahwa saluran yang efisien adalah saluran pemasaran model pertama. Hal ini dikarenakan saluran model pertama mengeluarkan biaya kecil, sedangkan marginnya besar, serta dilalui 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang besar dan eksportir. Tetapi dalam penelitian ini, hanya sebagian kecil responden yang melalui saluran pemasaran model

pertama. Terdapat 21 responden petani kopi yang menjual langsung ke pedagang besar atau sebesar 35 persen. Dan pedagang besar yang langsung membeli ke petani kecil sebanyak 1 orang responden pedagang besar atau sebesar 33,33 persen. Lebih banyak responden yang melalui saluran pemasaran kopi kedua.

Tabel 14. Analisis Saluran Pemasaran Kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Nilai Efisiensi
	Model Saluran I						
1	Petani	-	10.880	-	-	-	-
2	Pedagang besar	10.880	14.300	130	3240	3420	0,0091
3	Eksportir	14.300	16.000	230	1470	1700	0,0144
	Model Saluran II						
1	Petani	-	10.880	-	-	-	-
2	Pedagang kecil	10.880	13.600	275	2445	2720	0,020
3	Pedagang besar	13.600	14.300	128,33	571,67	700	0,0089
4	Eksportir	14.300	16.000	230	1470	1700	0,0144

Sumber : Analisa data primer, 2007.

d. Tingkat Penjualan Kopi

Hipotesa kedua menunjukkan bahwa penjualan hasil kopi oleh petani di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari tabel 15 berikut:

Tabel 15. Penjualan kopi oleh Produsen/petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, 2007.

No	Keterangan	Banyaknya
1	Rata – rata jumlah luas lahan	11.887,5 m ²
2	Rata – rata jumlah pohon kopi	1227 batang
3	Rata – rata jumlah produksi	723,5 kilogram
4	Rata – rata jumlah kopi yang dijual	712,72 kilogram
5	Rata – rata jumlah kopi yang dikonsumsi	10,87 kilogram
6	Rata – rata harga jual	10.880 Rp/kg

Sumber : Analisis data primer, 2007.

Mengolah kopi merah ke dalam bentuk wose/kopi tanduk menghasilkan perbandingan yang cukup besar, 4 : 1 (100 kilogram kopi merah basah akan menghasilkan 25 kilogram wose/kopi tanduk).

Rata – rata jumlah produksi kopi dari hasil penelitian sebanyak 723,5 kilogram. Produksi kopi dalam penelitian ini adalah kopi yang sudah berupa wose. Produksi kopi terendah sebanyak 40 kilogram dan produksi kopi terbanyak sebesar 1950 kilogram. Banyak sedikitnya produksi kopi ini terkait dengan luas lahan yang dimiliki petani responden.

Tabel 16. Banyaknya responden kopi yang menjual seluruh kopi dan menyimpan kopi, 2007.

No	Perlakuan pada kopi	Responden	Prosentase (%)
1	Menjual seluruh produksi kopi	13	22
2	Mengonsumsi sebagian produksi kopi & menjual	47	78
	Total	60	100

Sumber: Analisis data primer, 2007.

Berdasarkan hitungan secara statistik, prosentase jumlah kopi yang dijual petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal cukup tinggi. Hal ini dikarenakan produksi kopi merupakan pendapatan utama keluarga selain pendapatan dari pekerjaan sampingan. Dikatakan tinggi, dari seluruh responden petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal. menjual produksi kopinya dengan prosentase diatas 90 persen. Jika dirata-rata, rata-rata tingkat penjualan mencapai 97,49 persen.

e. Langkah-langkah yang ditempuh Petani Kopi

Hipotesis ketiga yang menyatakan langkah-langkah petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal adalah memotong rantai pemasaran. Namun demikian, petani kopi untuk dapat menjual kopi langsung ke eksportir juga tidak mudah. Ada kendala-kendala yang dihadapi petani kopi, diantaranya adanya syarat-syarat harus yang harus dipenuhi, seperti:

1. Kualitas kopi harus bagus
2. Jumlah kopi harus banyak, minimal 5 ton kopi
3. Sistem pembayaran tidak langsung

Dengan adanya syarat-syarat seperti diatas, maka petani kopi tidak mampu apabila berjalan sendiri/ menjual kopi langsung ke eksportir. Sehingga muncul gagasan untuk menggabungkan petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal guna mengatasi permasalahan pemasaran kopi. Sedangkan penggabungan kelompok petani kopi tersebut diberi nama Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani).

Kesimpulan Dan Saran

Dari penelitian tentang “ Efisiensi Pemasaran Kopi (*Coffea sp*) di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal”, ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. a). Saluran/rantai pemasaran kopi yang ada di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal, ada 2 macam saluran. Saluran pertama yaitu: petani kopi, pedagang besar, eskportir. Saluran kedua terdiri dari: petani kopi, pedagang kecil, pedagang besar, eksportir. Dari penelitian banyak responden petani kopi yang melalui saluran pemasaran kedua, yaitu sebanyak 39 responden petani kopi atau 65 persennya, menjual ke pedagang kecil (sebanyak 6 responden pedagang kecil). Sedangkan responden pedagang besar yang melalui saluran pemasaran pertama sebanyak 1 orang atau 66,67 persen.
- b). Dari hasil analisis perhitungan biaya pemasaran, harga jual, harga beli serta keuntungan masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat, maka pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal sudah efisien.
- c). Besarnya margin pemasaran kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal adalah sebesar Rp. 5.120 per kilogram kopi. Hasil ini diperoleh dari perhitungan antara harga di tingkat petani kopi dan harga di tingkat eksportir. Dan keuntungan terbesar diperoleh oleh lembaga pemasaran pedagang kecil kopi, yaitu sebesar Rp. 2.445 per kilogram kopi, sedangkan keuntungan terkecil diperoleh oleh lembaga pemasaran pedagang besar kopi yaitu sebesar Rp. 571,67 per kilogram kopi.
2. Tingkat penjualan kopi oleh petani kopi di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal cukup tinggi. Rata-rata tingkat penjualan kopi mencapai 712,72 kilogram kopi atau sebesar 97,49 persen dari seluruh hasil produksi.
3. Langkah-langkah yang ditempuh petani kopi Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal yaitu memotong rantai pemasaran. Dengan cara menggabungkan kelompok tani dan membentuk suatu badan usaha pemasaran yang disebut GAPOKTAN. Terlalu panjangnya rantai/saluran pemasaran menyebabkan pendapatan dan keuntungan yang diterima petani kopi masih rendah.

Daftar Pustaka

- Anonim, 2005. *Produksi Tanaman Perkebunan Kabupaten Kendal*. Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Kendal. Kendal.
- , 2007^a. *Kecamatan Singorojo Dalam Angka*. Monografi Kecamatan Singorojo. Kendal.
- , 2007^b. *Kabupaten Kendal Dalam Angka*. BPS Semarang. Semarang

- , 2007. *Produksi Tanaman Perkebunan Kabupaten Kendal*. Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Kendal. Kendal.
- Anindita, Ratya, 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Penerbit Papyrus. Surabaya.
- Da Cruz, Guilhermino, 2005. *Analisis Margin Pemasaran Kopi Arabika di Timor Leste*. Tesis S2. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Daniel, Moehar, 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Dirin, 2005. *Analisis Permintaan Kopi (Coffea sp) di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi S1. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Downey, W. David dan Steven P. Erickson, 1987. *Manajemen Agribisnis*. (Diterjemahkan oleh Alfonsus Sirait). Erlangga. Jakarta.
- Hernanto, Fadholi, 1989. *Ilmu Usaha Tani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kotler, P, 2005. *Manajemen Pemasaran*. (Diterjemahkan oleh Benyamin Molan). Indeks. Jakarta.
- Mubyarto, 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Mosher, AT. 1978. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian- Syarat-syarat Pokok Pembangunan dan Modernisasi*. Yasaguna. Jakarta.
- Najiyati, Sri , Danarti, 2002. *Kopi Budidaya dan Penanganan Lepas Panen*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Pratiyodha, Wirawan H, 2004. *Analisis Profitabilitas Tanaman Kopi di PT Perkebunan Nusantara (IX) (Persero) Kebun Batujamus/Kerjoarum Kabupaten Karanganyar*. Skripsi S1. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Said, Gumbira, Abdul Harizt I, 2001. *Manajemen Agribisnis*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Saifuddin, Azwar, 2003. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Sastrahidayat, Ika R, 1991. *Budidaya Berbagai Jenis Tanaman Tropika*. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya dan Usaha Nasional. Surabaya.
- Soejono, 2005. *Metode Penelitian- Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Soekartawi, 1989. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi*. Rajawali Press. Jakarta.
- Sudiyono, Armand, 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.
- Widiyani, Aniya, 2004. *Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian. Universitas Wahid Hasyim. Semarang (Tidak dipublikasikan).
- Zainuddin, Muhammad, 1995. *Efisiensi Pemasaran Kentang di Kecamatan Uluere Kabupaten Bantaeng dan Lokasi Pemasarannya*. Tesis S2. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.