



ANALISIS TATA NIAGA BIJI KOPI ROBUSTA DI KABUPATEN DAIRI

Yenny Laura Butarbutar, Nurmely Violita Sitorus
Dosen Universitas Methodist Indonesia Medan
(Naskah diterima: 1 Januari 2019, disetujui: 30 Januari 2019)

Abstract

The research background is due to the robusta coffee bean price fluctuation in Dairi District is affect by the oversupply, famine, and selling prices from outside traders. Therefore, a research was conducted to achieve several objectives which are : 1. to identify marketing channel, 2. to analyze total marketing cost, marketing margin and farmer's share, and 3. to analyze efficiency of the marketing channel robusta coffee bean in Dairi District. The method of determining the area was purposive because Dairi Regency was a production center of robusta coffee bean in North Sumatera Province. The sampling method for farmers used purposive sampling as many as 45 farmers spread in three districts, namely Pegagan Hilir, Sumbul, and Sidikalang subdistricts. The sampling method for middleman used the snowball sampling as many as 22 persons. Based on the research conducted, we can conclude: 1) There are 3 marketing channels in robusta coffee bean in Dairi District; 2) As for total marketing cost, marketing margin and farmer's share in Dairi District respectively are: Channel I, Rp 2.812,79/kg; Rp 5.775/kg, and 81,07%. Channel II, Rp 2.608,02/kg; Rp 4.453,78/kg, and 90,18%. Channel III, Rp 1.174,79/kg; Rp 0, and 100%. 3) The robusta coffee bean marketing channel in Dairi District for channel I - III are efficient ($E_p < 50\%$).

Keywords: robusta coffee, channel, cost, margin, share, and efficiency.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fluktuasi harga jual biji kopi robusta pada saat musim panen dan paceklik serta pengaruh pedagang besar yang ada di Kota Medan dalam menentukan harga jual biji kopi robusta di Kabupaten Dairi. Oleh karena itu, maka perlu dilakukan penelitian untuk mencapai beberapa tujuan, antara lain: 1. mengidentifikasi saluran tata niaga; 2. menganalisis besarnya biaya dan marjin tata niaga, serta share harga jual di tingkat petani; dan 3. menganalisis efisien atau tidaknya saluran tata niaga biji kopi robusta di daerah penelitian. Adapun metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara purposive di Kabupaten Dairi dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan sentra produksi kopi robusta terbanyak di Provinsi Sumatera Utara. Selanjutnya, penentuan sampel penelitian (petani) dengan menggunakan metode purposive sebanyak 45 orang yang tersebar di 3 (tiga) kecamatan, yaitu kecamatan Pegagan Hilir, Sumbul, dan Sidikalang. Sedangkan penentuan sampel (pedagang) dengan menggunakan metode snowball sampling dikarenakan keterbatasan data sekunder,

sehingga diperoleh jumlah pedagang sampel sebanyak 22 orang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh kesimpulan, antara lain 1) Tata niaga biji kopi robusta terdiri dari 3 (tiga) saluran; 2) Adapun rincian total biaya dan marjin tata niaga, serta share petani kopi robusta di Kabupaten Dairi adalah sebagai berikut : Saluran I, total biaya sebesar Rp 2.812,79/kg, marjin tata niaga sebesar Rp 5.775/kg, dan share petani sebesar 81,07%. Saluran II, total biaya sebesar Rp 2.608,02/kg, marjin tata niaga sebesar Rp 4.453,78/kg, dan share petani sebesar 90,18%. Saluran III, total biaya sebesar Rp 1.174,79/kg, marjin tata niaga sebesar Rp 0, dan share petani sebesar 100%. 4) Tata niaga biji kopi robusta untuk saluran I s.d. III efisien (nilai $E_p < 50\%$).

Kata Kunci: kopi robusta, saluran, biaya, marjin, share, efisiensi.

I. PENDAHULUAN

Subsektor perkebunan memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia, namun tidak diimbangi dengan peningkatan luas areal untuk tanaman perkebunan, sehingga diperlukan adanya revitalisasi perkebunan. Adapun tujuan dari revitalisasi perkebunan, antara lain menyegarkan kembali perkebunan, membangun daya saing, meningkatkan kinerja, serta mensejahterakan petani pekebun (Wibowo, 2007) *dalam* Widyaningtyas *et al* (2014). Dimana salah satu komoditas perkebunan yang perlu direvitalisasi adalah kopi.

Kopi merupakan komoditas ekspor terpenting kedua dalam perdagangan global setelah minyak bumi (Gregory dan Feather-stone, 2008; ICO, 2010; Amsalu dan Ludi, 2010) *dalam* Nasution dan Syahbudin (2014). Hal ini disebabkan kopi merupakan tanaman

penyegar yang paling populer di dunia dan dikonsumsi oleh jutaan orang setiap hari. Selain itu, kopi juga telah menjadi gaya hidup yang penting bagi negara-negara konsumen utama khususnya di negara-negara maju (Esquivel dan Jimenez, 2012) *dalam* Listyati dan Hasibuan (2012).

Pada dasarnya salah satu varietas kopi yang tersebar di hampir seluruh kepulauan Indonesia adalah kopi robusta dengan urutan dan persentase areal produksi sebagai berikut Sumatera (66%), Jawa (12%), Bali dan Nusa Tenggara (8%), Sulawesi (7%), Kalimantan (4%), serta Maluku dan Papua (1%). Dimana untuk wilayah Sumatera, lima daerah sentra produksi kopi robusta, antara lain Lampung, Sumatera Selatan, Bengkulu, Sumatera Utara, dan Nangroe Aceh Darussalam (Dirjen Perkebunan, 2013). Selanjutnya, untuk wilayah Sumatera Utara pada tahun 2015 terdapat 5 (lima) daerah sentra produksi kopi

robusta, yaitu kabupaten Dairi, Simalungun, Mandailing Natal, Tapanuli Utara, dan Tapanuli Selatan (BPS Provinsi Sumatera Utara, 2016).

Kabupaten Dairi sebagai daerah sentra produksi terbesar kopi robusta di provinsi Sumatera Utara dengan luas lahan 8.284 ha dan jumlah petani sebanyak 8.045 orang mengalami masalah dalam hal tata niaga biji kopi robusta di daerah tersebut. Dimana terjadi fluktuasi harga jual biji kopi robusta pada saat musim panen dan paseklik serta adanya pengaruh dari pedagang maupun industri pengolahan kopi bubuk di luar kabupaten Dairi dalam penentuan harga jual komoditi tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka sistem tata niaga biji kopi robusta yang baik akan menyebabkan bagian yang diterima oleh produsen biji kopi robusta akan meningkat yang dapat dikaji dari besarnya biaya dan marjin pemasaran biji kopi robusta. Hal senada juga dinyatakan oleh Soekartawi (1993) dalam Lestari *et al* (2017) bahwa harga komoditi yang sering berfluktuasi secara tajam, bukan saja berpengaruh terhadap ketstabilan pendapatan produsen dan tingkat konsumsi masyarakat, tetapi juga keadaan seperti ini akan memperbesar resiko tata niaga.

Oleh karena itu, mengingat pentingnya komoditas kopi robusta bagi petani yang ada di Kabupaten Dairi, maka diperlukan suatu

penelitian yang bertujuan untuk mengetahui saluran tata niaga dan menganalisis total biaya dan marjin tata niaga serta *farmer's share* dan efisiensi tata niaga biji kopi robusta di kabupaten tersebut.

II. KAJIAN TEORI

Tataniaga (pemasaran = distribusi = *marketing*) pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga tataniaga/pemasaran. Peranan lembaga pemasaran ini sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik aliran barang yang dipasarkan. Oleh karena itu, dikenal istilah "saluran tataniaga" atau *marketing channel* (Soekartawi, 2002).

Menurut Sudiro dalam Rahim dan Retno (2008), pengertian saluran tataniaga adalah pertama, jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara dan sampai pada konsumen/pemakai. Kedua, struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri dari agen, pedagang besar, dan pengecer yang dilalui barang/jasa saat dipasarkan. Proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran tataniaga yang panjang ataupun pendek. Dimana saluran tataniaga yang pendek dikenal dengan istilah saluran tataniaga

langsung, yaitu penyaluran barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen dengan tidak melalui perantara, seperti penjualan di tempat produksi, penjualan di toko/gerai produsen, penjualan dari pintu ke pintu, penjualan melalui surat. Sedangkan saluran tata niaga yang panjang dikenal dengan istilah saluran tataniaga tidak langsung, yaitu saluran tataniaga yang menggunakan jasa perantara dan agen untuk menyalurkan barang atau jasa kepada para konsumen.

Secara teoritis dapat dikatakan bahwa semakin pendek saluran tataniaga suatu barang hasil pertanian, maka :

- a) Biaya tataniaga semakin rendah,
- b) Margin tataniaga juga semakin rendah,
- c) Harga yang harus dibayarkan oleh konsumen semakin rendah, dan
- d) Harga yang diterima produsen semakin tinggi.

(Daniel, 2002).

Akan tetapi, menurut Soekartawi (2010) bahwa dalam tataniaga komoditi pertanian, seringkali dijumpai adanya rantai tataniaga yang panjang, sehingga banyak pelaku lembaga tataniaga yang terlibat dalam rantai tataniaga tersebut. Akibatnya adalah terlalu besar keuntungan tataniaga yang diambil oleh para pelaku tataniaga tersebut, sedangkan pro-

dusen (petani) sering dirugikan. Adapun penyebab dari hal ini, antara lain :

1. Pasar yang tidak bekerja sempurna;
2. Lemahnya informasi pasar;
3. Lemahnya produsen (petani) memanfaatkan peluang pasar;
4. Lemahnya posisi produsen (petani) untuk melakukan penawaran untuk mendapatkan harga yang baik; dan
5. Produsen (petani) melakukan usahatani tidak didasarkan pada permintaan pasar, melainkan karena usahatani yang diusahakan secara turun-temurun.

Biaya atau ongkos tataniaga didefinisikan sebagai semua ongkos/korbanan yang dikeluarkan dalam rangka penyampaian barang dari produsen ke tangan konsumen akhir. Biaya tataniaga terdiri dari biaya transportasi, pengemasan, bongkar muat, penyimpanan, penyusutan, jasa (upah), keuntungan *middleman*/lembaga perantara, pajak, dsb (Sihombing, 2010). Dimana menurut Daniel (2002), besarnya biaya tataniaga berbeda satu sama lainnya, tergantung pada hal berikut :

1. Jenis komoditas yang dipasarkan Ada komoditas yang bobotnya besar, tetapi nilainya kecil sehingga biaya membutuhkan biaya tataniaga yang besar. Sebaliknya, ada komoditas yang

kecil dan ringan, tetapi mempunyai nilai yang tinggi, dalam hal ini biaya tataniaganya lebih rendah.

2. Lokasi/daerah produsen

Apabila lokasi produsen jauh dari pasar atau lokasi konsumen, maka biaya transportasi menjadi besar. Biasanya lokasi yang terpencil menjadi salah satu penyebab rendahnya harga di tingkat produsen.

3. Jenis dan peranan lembaga tataniaga

Semakin banyak lembaga tataniaga yang terlibat, semakin panjang rantai tataniaga dan semakin besar biaya tataniaga komoditas tersebut.

Margin tataniaga adalah perbedaan harga yang diterima oleh produsen (petani) dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Dimana margin tataniaga terdiri dari berbagai margin, seperti retail margin, yaitu selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang dibayarkan oleh si pengecer, profit margin, besarnya keuntungan yang diterima oleh setiap *middleman* atau lembaga tataniaga, dll.

Menurut Herman Southworth dalam (Sihombing, 2010), bagian (*share*) yang diterima oleh petani adalah rasio atau perbandingan antara harga eceran dengan harga jual

petani yang dinyatakan dalam persen. Rasio ini bervariasi menurut jenis komoditi, tetapi relatif konstan. Jadi, penyebab besar kecilnya *share* petani sebenarnya adalah disebabkan naik musim atau faktor lain. Dengan demikian, bagian yang diterima oleh petani naik turun sesuai dengan naik turunnya harga komoditi tersebut.

Tataniaga merupakan salah satu kegiatan produktif, sehingga selalu berkaitan dengan efisiensi ekonomi. Oleh karena itu, dalam rangka perbaikan tataniaga adapun tujuan yang ingin dicapai adalah keuntungan yang maksimum dan tingkat efisiensi yang tinggi. Suatu tataniaga efisien berarti terciptanya keadaan dimana diperolehnya kepuasan bagi semua pihak, yaitu pihak-pihak produsen (petani), lembaga-lembaga tataniaga, dan pihak konsumen. Ukuran efisiensi tataniaga menurut Mubyarto dalam (Sihombing, 2010) apabila tataniaga dapat memenuhi 2 (dua) syarat, antara lain :

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya.
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak

yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu.

Menurut Rahim dan Retno (2008), pasar komoditas yang tidak efisien akan terjadi jika biaya tataniaga semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. Efisiensi tataniaga dapat terjadi, yaitu *pertama*, jika biaya tataniaga dapat ditekan sehingga keuntungan tataniaga dapat lebih tinggi; *kedua*, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi; *ketiga*, tersedianya fasilitas fisik pemasaran; dan *keempat* adanya kompetisi pasar yang sehat.

III. METODE PENELITIAN

Daerah penelitian untuk analisis tata niaga biji kopi robusta ditentukan secara *purposive* di kabupaten Dairi dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan sentra produksi terbanyak kopi robusta di Provinsi Sumatera Utara. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Produksi Kopi Robusta Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2015

No.	Kabupaten/Kota	Produksi (ton)
1.	Nias	45,00
2.	Mandailing Natal	1.102,00
3.	Tapanuli Selatan	1.000,00
4.	Tapanuli Tengah	54,00
5.	Tapanuli Utara	1.000,00
6.	Simalungun	2.288,00
7.	Dairi	2.831,00
8.	Langkat	89,00
9.	Pakpak Bharat	510,00
10	Padang Lawas	512,00
	Utara	
11.	Padang Lawas	413,00
12.	Labuhanbatu	11,00
	Selatan	
13.	Nias Utara	40,00
14.	Nias Barat	40,00
15.	Padangsidempuan	41,00
16.	Gunungsitoli	46,00
	Total	10.022,00

Sumber : BPS Provinsi Sumatera Utara, 2016

Metode Penentuan Sampel

Adapun populasi dalam penelitian ini terdiri dari petani dan pedagang kopi robusta di kabupaten Dairi. Dimana metode yang digunakan dalam penentuan sampel petani kopi robusta di Kabupaten Dairi menggunakan metode *purposive sampling* yang berarti penulis secara sengaja menentukan jumlah sampel masing-masing sebanyak 15 orang petani kopi robusta di Kecamatan Pegagan Hilir, Sumbul, dan Sidikalang. Adapun pertimbangan dalam memilih ketiga kecamatan tersebut dikarenakan ketiga kecamatan

tersebut merupakan sentra produksi kopi robusta di Kabupaten Dairi, sehingga dapat menggambarkan tata niaga biji kopi robusta di kabupaten tersebut. Berdasarkan metode tersebut, maka diperoleh jumlah sampel petani kopi robusta sebanyak 45 orang. Hal ini telah sesuai dengan pendapat yang dinyatakan oleh Roscoe (1975) dalam Riadi (2015) bahwa ukuran sampel sebaiknya lebih besar dari 30 dan kurang dari 500.

Selanjutnya, penentuan sampel pedagang kopi robusta menggunakan metode *snowball sampling*, yaitu penentuan sampel yang diawali dengan jumlah sampel yang kecil, kemudian sampel tersebut menunjukkan sampel lainnya dan seterusnya sampai jumlah sampel tercapai (Hikmat, 2011). Berdasarkan metode tersebut, maka diperoleh jumlah sampel pedagang kopi robusta di Kabupaten Dairi yang dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Sampel Pedagang Kopi Robusta di Kabupaten Dairi Tahun 2018

No.	Tipe Pedagang	Sampel
1.	Pedagang Pengumpul Desa	5
2.	Pedagang Pengumpul Kecamatan	12
3.	Pedagang Besar Kabupaten	5
	Jumlah	22

Sumber : Data Primer, 2018

Metode Pengumpulan Data

Adapun jenis data yang dikumpulkan untuk menganalisis tata niaga biji kopi robusta di kabupaten Dairi adalah data primer yang dilakukan dengan menggunakan daftar kuesioner dari kriteria dan indikator yang telah ditetapkan melalui teknik wawancara, pengamatan, diskusi, dan melakukan verifikasi lapangan terhadap data yang telah dikumpulkan. Adapun data primer yang dikumpulkan untuk periode penjualan biji kopi robusta pada bulan April 2018. Selain data primer, penulis juga mengumpulkan data sekunder tentang luas tanaman dan produksi kopi robusta menurut kabupaten/kota yang ada di Provinsi Sumatera Utara serta studi literatur dari berbagai sumber bacaan baik cetak maupun elektronik.

Metode Analisis Data

Metode analisis data untuk tujuan penelitian pertama, dilakukan dengan menggunakan metode *deskriptif*, yaitu dengan menjelaskan tipe saluran tata niaga biji kopi robusta di daerah penelitian.

Metode analisis data untuk tujuan penelitian kedua dan ketiga, dilakukan dengan menganalisis terlebih dahulu mengenai biaya-biaya tata niaga yang dikeluarkan oleh petani dan pedagang kopi robusta untuk selanjutnya

dilakukan perhitungan matematis mengenai margin tata niaga, *share* petani, dan efisiensi tata niaga biji kopi robusta.

1. Marjin Tata Niaga

Marjin tata niaga adalah selisih harga tingkat produsen dan tingkat konsumen akhir yang dirumuskan sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP : Marjin Pemasaran

Pr : Harga di tingkat konsumen

Pf : Harga di tingkat produsen

(Handayani, 2011).

2. Farmer's Share

Farmer's share merupakan porsi dari harga yang dibayarkan konsumen akhir terhadap petani dalam bentuk persentase. Rumus yang digunakan dalam menghitung *farmer's share* adalah sebagai berikut :

$$F's = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

(Nasution *et al*, 2015)

3. Efisiensi Tata Niaga

Efisiensi tata niaga adalah perbandingan antara total biaya tata niaga dengan nilai produk yang dijual dengan rumus matematis sebagai berikut :

$$ET = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan :

ET : Efisiensi Tata Niaga

TB : Total Biaya Tata Niaga

TNP : Total Nilai Produk

Kriteria Penilaian :

Apabila nilai ET < 50%, maka tata niaga efisien.

Apabila nilai ET ≥ 50%, maka tata niaga tidak efisien.

(Soekartawi, 2002).

IV. HASIL PEMBAHASAN

Karakteristik Sampel

1. Karakteristik Petani

Adapun jumlah sampel petani kopi robusta dalam penelitian ini sebanyak 45 orang di kabupaten Dairi. Dimana karakteristik petani pada penelitian ini terdiri dari umur, tingkat pendidikan, pengalaman bertani, dan jumlah tanggungan keluarga yang dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Umur

Adapun umur petani kopi robusta di daerah penelitian berkisar antara 25 s.d 85 tahun dengan rata-rata umur, yaitu 52,51 atau 53 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa petani kopi robusta masih tergolong pada usia produktif (15 s.d 64 tahun), sehingga masih terus dapat

meningkatkan produksi biji kopi robusta.

b. Tingkat Pendidikan

Pendidikan formal merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha. Apabila ditinjau dari tingkat pendidikan, maka rentang tingkat pendidikan dari para petani kopi robusta di daerah penelitian antara 0 s.d 12 tahun dengan rata-rata tingkat pendidikan, yaitu 8,78 tahun (tamat SD). Berdasarkan kondisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa para petani kopi robusta di daerah penelitian masih tergolong kategori masyarakat dengan pendidikan rendah.

c. Pengalaman Bertani

Adapun rentang pengalaman bertani dari para petani kopi robusta di daerah penelitian berkisar antara 2 s.d 66 tahun dengan rata-rata pengalaman bertani, yaitu 26,27 atau 26 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kopi robusta merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang telah lama ada di kabupaten Dairi dan masih terus dibudidayakan hingga sekarang.

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Petani kopi robusta di daerah penelitian memiliki rentang jumlah tanggungan keluarga antara 0 s.d 12 orang dengan rata-rata jumlah tanggungan keluarga, yaitu 2,96 atau 3 orang. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga dari petani kopi robusta di daerah penelitian relatif membebani dalam hal pengeluaran setiap bulan.

2. Karakteristik Pedagang

Adapun jumlah sampel pedagang kopi robusta dalam penelitian ini sebanyak 22 orang di Kabupaten Dairi. Dimana karakteristik pedagang pada penelitian ini terdiri dari umur, tingkat pendidikan, lama berdagang, dan jumlah tanggungan keluarga yang dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Umur

Adapun umur pedagang kopi robusta di daerah penelitian berkisar antara 32 s.d 77 tahun dengan rata-rata umur, yaitu 49,32 atau 49 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang kopi robusta masih tergolong pada usia produktif (15 s.d 64 tahun), sehingga masih dapat menjalankan usaha penjualan kopi robusta di daerah penelitian.

b. Tingkat Pendidikan

Pendidikan formal merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha. Apabila ditinjau dari tingkat pendidikan, maka rentang tingkat pendidikan dari para pedagang kopi robusta di daerah penelitian antara 6 s.d 12 tahun dengan rata-rata tingkat pendidikan, yaitu 10,41 tahun (tamat SMP). Berdasarkan kondisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa para pedagang kopi robusta di daerah penelitian telah menyelesaikan pendidikan dasar wajib 9 tahun.

c. Lama Berdagang

Adapun rentang lama berdagang dari para pedagang kopi robusta di daerah penelitian berkisar antara 3 s.d 50 tahun dengan rata-rata pengalaman bertani, yaitu 19,23 atau 19 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa perdagangan kopi robusta menjadi salah satu sumber mata pencaharian utama di Kabupaten Dairi.

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Pedagang kopi robusta di daerah penelitian memiliki rentang jumlah tanggungan keluarga antara 0 s.d 8 orang dengan rata-rata jumlah tanggungan keluarga, yaitu 3,23 atau 3 orang. Hal ini

menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga dari pedagang kopi robusta di daerah penelitian relatif membebani dalam hal pengeluaran setiap bulan.

Saluran Tata Niaga Biji Kopi Robusta

Saluran tata niaga merupakan serangkaian lembaga tata niaga yang menyelenggarakan kegiatan penjualan atau pendistribusian suatu produk/ komoditi. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran tata niaga biji kopi robusta di Kabupaten Dairi terdiri dari 3 (tiga) tipe saluran tataniaga dengan keterlibatan beberapa pedagang perantara (*middleman*), antara lain pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, dan pedagang besar kabupaten.

Adapun tipe saluran tata niaga biji kopi robusta di Kabupaten Dairi terdiri dari :

Saluran I: Petani → Pedagang Pengumpul Desa → Pedagang Pengumpul Kecamatan → Pedagang Besar Kabupaten → Konsumen (Industri pengolahan kopi bubuk di Sidikalang).

Saluran II: Petani → Pedagang Pengumpul Kecamatan → Pedagang Besar Kabupaten → Konsumen (Industri pengolahan kopi bubuk di Medan dan Binjai).

Saluran III : Petani → Konsumen (Industri pengolahan kopi bubuk di Sidikalang).

Adapun ketiga jenis saluran tata niaga biji kopi robusta yang ada di Kabupaten Dairi tersebut didukung juga oleh hasil penelitian Desiana, *et al* (2017) bahwa saluran pemasaran kopi robusta melibatkan petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan konsumen industri. Selain itu, berdasarkan ketiga jenis saluran tata niaga tersebut dapat diketahui bahwa saluran tata niaga biji kopi robusta yang paling panjang adalah saluran I dikarenakan melibatkan 3 (tiga) orang pedagang perantara (*middleman*), yaitu pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, dan pedagang besar kabupaten. Dimana pada saluran tata niaga I rata-rata harga jual biji kopi robusta di tingkat petani sebesar Rp 24.725,-/kg, lalu rata-rata harga jual di tingkat pedagang pengumpul desa sebesar Rp 26.200,-/kg, kemudian rata-rata harga jual di tingkat pedagang pengumpul kecamatan sebesar Rp 27.500,-/kg dan rata-rata harga jual di tingkat pedagang besar kabupaten sebesar Rp 30.500,-/kg. Adapun rata-rata volume penjualan biji kopi robusta pada saluran I sebesar 3.000 kg/bulan.

Sedangkan saluran tata niaga biji kopi robusta yang paling pendek adalah saluran III

dikarenakan petani langsung menjual biji kopi robusta kepada konsumen (industri pengolahan kopi bubuk yang ada di ibu kota Kabupaten Dairi, yaitu Sidikalang) pada saat pekan (setiap hari Sabtu) dengan rata-rata harga jual sebesar Rp 28.333,33/kg. Adapun rata-rata volume penjualan biji kopi robusta pada saluran II sebesar 6.333,33 kg/bulan.

Selanjutnya, saluran tata niaga II memiliki rata-rata harga jual biji kopi robusta di tingkat petani sebesar Rp 25.117,65/kg, lalu rata-rata harga jual di tingkat pedagang kecamatan sebesar Rp 26.666,67/kg, dan rata-rata harga jual di tingkat pedagang besar kabupaten sebesar Rp 29.571,43/kg. Adapun rata-rata volume penjualan biji kopi robusta pada saluran II sebesar 833,33 kg/bulan.

Adapun jenis biji kopi robusta yang diperdagangkan di Kabupaten Dairi termasuk tipe biji kopi beras, yaitu biji kopi yang sudah dikeringkan dengan kadar airnya berkisar antara 12-13% (Tim Karya Tani Mandiri, 2010). Selain itu, rata-rata harga jual biji kopi robusta yang dikumpulkan untuk periode penjualan pada bulan April 2018 relatif mahal apabila dibandingkan dengan bulan - bulan berikutnya karena masih tergolong musim paceklik (luar musim panen).

Biaya dan Margin Tata Niaga, serta *Farmer's Share* Biji Kopi Robusta di Kabupaten Dairi

1. Komponen Biaya Tata Niaga

Adapun rincian komponen rata-rata biaya tata niaga biji kopi robusta pada setiap saluran dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Komponen Rata-Rata Biaya dari Masing-Masing Tipe Saluran Tata Niaga Biji Kopi Robusta di Kabupaten Dairi

Lembaga Tata Niaga	Biaya per Saluran Tata Niaga (Rp/kg)		
	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1. Petani			
- Penyusutan alat	310,0	315,50	336,04
- Transportasi	6		
- Penggilingan	113,6	314,11	88,75
- Upah TK	4	538,35	-
- Pengemasan	501,7	137,25	750,00
	9	58,63	63,32
	804,1		
	3		
	96,08		
2. Pedagang Pengumpul Desa			
- Penyusutan alat	15,63	-	-
- Upah TK	32,14		
- Transportasi	95,12		
- Pengemasan	57,05		
- PBB	3,11		
- Notes	7,06		
3. Pedagang Pengumpul Kecamatan			
- Penyusutan alat	2,94	24,86	
- Transportasi	100,7	148,06	
- Upah TK	5	184,89	
- Pengemasan	108,0	71,35	
- PBB	0	-	
- Retribusi	31,35	-	

- Notes	0,28	6,38	
- Sewa kios	0,11	7,09	
- 0,22	-		
-			
4. Pedagang Besar Kabupaten			
- Penyusutan alat	15,32	0,84	
- Transportasi	265,4	220,23	
- Upah TK	2	543,06	
- Pengemasan	215,0	33,08	
- Retribusi	0	-	
- PBB	33,75	4,37	
- Notes	1,00	-	
	1,46		
	1,38		
Total Biaya Tata Niaga	2.812,79	2.608,02	1.238,11

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa biaya tata niaga pada saluran I, II, dan III paling banyak dikeluarkan oleh para petani kopi robusta. Hal ini dikarenakan para petani melakukan kegiatan pasca panen, seperti penggilingan untuk melepaskan kulit tanduk dari biji kopi dan penjemuran untuk mendapatkan biji kopi beras sesuai dengan permintaan pasar (industri pengolahan kopi bubuk), sehingga mengeluarkan biaya penyusutan alat dan upah tenaga kerja yang relatif lebih banyak daripada pedagang perantara.

2. Margin Tata Niaga dan *Farmer's Share*

Adapun rincian marjin tata niaga dan *farmer's share* pada setiap tipe saluran tata niaga biji kopi robusta di Kabupaten Dairi dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Marjin Tata Niaga dan *Farmer's Share* pada Setiap Tipe Saluran Tata Niaga Biji Kopi Robusta di Kabupaten Dairi

Tipe Saluran Tata Niaga	Pf (Rp/kg)	Pr (Rp/kg)	MP (Rp/kg)	F's (%)
Saluran I	24.725	30.500	5.775	81,07
Saluran II	25.117,65	29.571,43	4.453,78	84,94
Saluran III	28.333,33	28.333,33	0	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa margin tata niaga per kg terbesar ada pada saluran I yaitu sebanyak Rp 5.775,- yang disebabkan adanya keterlibatan 3 (tiga) pedagang perantara yang mengakibatkan harga jual di tingkat konsumen (industri pengolahan kopi bubuk di Sidikalang) menjadi lebih mahal daripada saluran II dan III. Sedangkan margin tata niaga terkecil ada pada saluran III yaitu sebanyak Rp 0. Hal ini dikarenakan petani langsung menjual biji kopi robusta kepada konsumen (industri pengolahan kopi bubuk di Sidikalang), sehingga harga jual di tingkat petani sama dengan harga jual di tingkat konsumen.

Selanjutnya, dalam hal *farmer's share* diketahui bahwa petani kopi robusta pada saluran I dan II mendapatkan *share* (bagian) dari harga jual lebih sedikit (81,07% dan

84,94%) daripada *share* harga jual yang didapatkan oleh petani pada saluran III tata niaga kopi robusta di Kabupaten Dairi, yaitu sebesar 100%. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang perantara yang terlibat pada saluran I dan II mendapatkan *share* harga jual yang lebih tinggi daripada petani kopi robusta di Kabupaten Dairi.

Efisiensi Tata Niaga

Kegiatan tata niaga merupakan salah satu faktor penting dalam pertanian. Apabila kegiatan tata niaga berjalan dengan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Efisiensi tata niaga merupakan suatu indikator yang digunakan untuk mengetahui kinerja tata niaga suatu produk. Berdasarkan hal tersebut, maka untuk mengetahui apakah saluran tata niaga biji kopi robusta di Kabupaten Dairi (saluran I s.d. III) sudah efisien atau belum, maka dapat dihitung tingkat efisiensinya dengan cara membandingkan antara total biaya tata niaga dengan nilai produk (biji kopi robusta) di tingkat konsumen. Adapun nilai efisiensi tata niaga biji kopi robusta pada setiap tipe saluran dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Efisiensi Tata Niaga Biji Kopi Robusta pada Setiap Tipe Saluran di Kabupaten Dairi

Tipe Saluran	TB (Rp/kg)	TNP (Rp/kg)	EP (%)
Saluran I	2.812,79	30.500	9,22
Saluran II	2.608,02	29.571,43	8,82
Saluran III	1.238,11	28.333,33	4,37

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa ketiga tipe saluran tata niaga biji kopi robusta di Kabupaten Dairi sudah efisien. Hal ini dikarenakan nilai efisiensi tata niaga pada saluran I (9,22), saluran II (8,82), dan saluran III (4,37) $\leq 50\%$. Selanjutnya, dari ketiga tipe saluran tata niaga biji kopi robusta tersebut dapat disimpulkan bahwa saluran III paling efisien dan saluran I adalah saluran tata niaga biji kopi robusta paling tidak efisien. Hal ini telah sesuai dengan pernyataan Downey dan Erickson (1992) dalam Caesara *et al* (2017) bahwa semakin panjang rantai tata niaga yang terlibat dalam suatu saluran tata niaga, maka akan semakin tidak efisien saluran tata niaga tersebut.

V. KESIMPULAN

1. Saluran tata niaga biji kopi robusta terdiri dari 3 (tiga) tipe saluran.
2. Total biaya dan marjin tata niaga, serta *farmer's share* pada setiap saluran tata

niaga biji kopi robusta di Kabupaten Dairi adalah sebagai berikut : Saluran I, total biaya sebesar Rp 2.812,79/kg, marjin tata niaga sebesar Rp 5.775/kg, dan *farmer's share* sebesar 81,07%. Saluran II, total biaya sebesar Rp 2.608,02/kg, marjin tata niaga sebesar Rp 4.453,78/kg, dan *farmer's share* sebesar 90,18%. Saluran III, total biaya sebesar Rp 1.174,79/kg, marjin tata niaga sebesar Rp 0, dan *farmer's share* sebesar 100%.

3. Ketiga saluran tata niaga biji kopi robusta di Kabupaten Dairi efisien dengan nilai ET pada setiap saluran (9,22%, 8,82%, dan 4,37%) $\leq 50\%$.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. 2016. *Sumatera Utara dalam Angka*. Medan.

Caesara, V *et al*. 2017. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Biji Kopi (Green Bean) Kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, Vol. 2 No. 1. Hal : 250-261.

Desiana, C *et al*. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta (Studi Kasus di Desa Kalijaya Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, Vol 4 No. 2. Hal : 162-173.

YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
Volume 4 Nomor 1 Edisi Februari 2019 (176-190)

- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2013. Produksi Kopi Menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2008-2012. http://deptan.go.id/infoeksekutif/bun/BUN_asem2012/produksi_kopi. Diakses tanggal 1 Juni 2017.
- Handayani, S.M dan I. Nurlaila. 2011. Analisis Pemasaran Susu Segar di Kabupaten Klaten. *Jurnal Sains Peternakan*, Vol. 9, No. 1. Hal : 41-52.
- Hikmat, M.M. 2011. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Lestari, O et al. 2017. Analisis Usahatani dan Efisiensi Pemasaran Kopi (*Coffea sp*) di Kecamatan Pulau Panggung Kabupaten Tanggamus. *JIIA*, Vol.5 No.1. Hal :1-8.
- Listyati, D dan Hasibuan, A.M. 2012. Analisis Pemasaran dan Rantai Nilai Kopi di Indonesia. *Bunga Rampai Inovasi Teknologi Tanaman Kopi untuk Perkebunan Rakyat*. Hal : 139-150. Balitri. Jakarta.
- Riadi, E. 2015. *Metode Statistika Parametrik & Nonparametrik*. Pustaka Mandiri. Tangerang.
- Nasution, E dan Syahbudin. 2014. Analisis Pemasaran Kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara. *Agrica*, Vol.7 No. 1. Hal : 40-50.
- Nasution, A.H et al. 2015. Sistem Pemasaran Gambir di Sumatera Barat (Kasus di Kecamatan Kapur IX, Kabupaten Lima Puluh Kota. *SEPA*, Vol.12 No.1. Hal : 1-10.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian : Teori dan Aplikasi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Tim Karya Mandiri. 2010. *Pedoman Budidaya Tanaman Kopi*. CV Nuansa Aulia. Bandung.
- Widyaningtyas, D et al. 2014. Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika di Desa Karangpiring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. *Berkala Ilmiah Pertanian*, Vol. 1 No. 1. Hal : 1-10.