

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN DAN NILAI TAMBAH KOPI
ROBUSTA DI DESA CARANGWULUNG KECAMATAN WONOSALAM
KABUPATEN JOMBANG, JAWA TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Oleh :

MIERZA WIDYA SYAHRANI
NPM. 17024010109

Kepada

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2021**

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN DAN NILAI TAMBAH KOPI
ROBUSTA DI DESA CARANGWULUNG KECAMATAN WONOSALAM
KABUPATEN JOMBANG, JAWA TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Disusun Oleh :

MIERZA WIDYA SYAHRANI
NPM. 17024010109

Kepada

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2021**

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN DAN NILAI TAMBAH KOPI
ROBUSTA DI DESA CARANGWULUNG KECAMATAN WONOSALAM
KABUPATEN JOMBANG, JAWA TIMUR**

Diajukan Oleh :

MIERZA WIDYA SYAHRANI
NPM. 17024010109

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 8 Juni 2021

Menyetujui,

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1001

Dr. Ir. Mubarakah, M. Tp
NIP. 196211 14 198803 2001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi
Agribisnis



Dr. Ir. RA. Nora Augustien K, MP
NIP. 19590824 198703 2001



Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106 199003 2001

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN DAN NILAI TAMBAH KOPI ROBUSTA DI
DESA CARANGWULUNG KECAMATAN WONOSALAM KABUPATEN
JOMBANG, JAWA TIMUR**

Diajukan Oleh :

MIERZA WIDYA SYAHRANI
NPM. 17024010109

**Telah direvisi pada tanggal
18 Juni 2021**

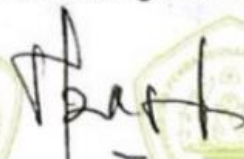
Menyetujui,

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1001



Dr. Ir. Mubarokah, M. TP
NIP. 19621114 198803 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan
Pendidiknas No. 17 Tahun 2012, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme

Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul:

Analisis Efisiensi Pemasaran dan Nilai Tambah Kopi Robusta di Desa
Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang, Jawa Timur

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya
sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan
yang berlaku

Surabaya, 18 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan



Mierza Widya Syahrani
NPM 17024010109

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN DAN NILAI TAMBAH KOPI ROBUSTA DI DESA CARANGWULUNG KECAMATAN WONOSALAM KABUPATEN JOMBANG, JAWA TIMUR

Mierza Widya Syahrani¹, Mubarakah², Sri Tjondro Winarno³
Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

ABSTRAK

Kopi robusta di Indonesia dalam lima tahun terakhir banyak ditanam di Provinsi Sumatra Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur dan Jawa Tengah. Permasalahan pemasaran komoditas kopi robusta sangat beragam, hal tersebut dipicu oleh rendahnya harga di tingkat petani, kegiatan promosi yang masih terbatas dan kurangnya lembaga yang dapat membantu menangani masalah pemasaran. Adapun penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengidentifikasi saluran pemasaran kopi biji kering (ose) robusta di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. 2) Menganalisis efisiensi pemasaran kopi robusta pada setiap pola saluran pemasaran di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. 3) Menganalisis nilai tambah kopi robusta pada petani dan usaha pengolahan kopi di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 83 petani kopi robusta dan 16 lembaga pemasaran. Metode analisis menggunakan marjin pemasaran, analisis *farmer's share*, *share* biaya *share* keuntungan, perhitungan efisiensi pemasaran dan hayami. Hasil penelitian menunjukkan terdapat enam pola saluran pemasaran. Efisiensi pemasaran dilihat dari Marjin Pemasaran dan Nilai *Farmer Share's* saluran pemasaran VI (petani-tengkulak-kedai kopi/industri rumahan) adalah saluran yang memiliki marjin terkecil (paling efisien). Nilai Distribusi Marjin yang paling mendekati dengan pemerataan adalah saluran VI. Nilai rumus Efisiensi Pemasaran diketahui bahwa keenam saluran pemasaran merupakan tipe saluran yang sudah efisien, dengan urutan nilai saluran pemasaran V (0,79%), saluran pemasaran I (0,95%), saluran pemasaran VI (1,66%), saluran pemasaran III (3,32%), saluran pemasaran II (3,70%), saluran pemasaran IV (7,57%). Marjin yang diperoleh dari hasil analisis nilai tambah kopi ose sebesar Rp. 13.500,- dan kopi bubuk murni sebesar Rp. 198.000,- dari bahan bahan baku.

Kata kunci : Robusta, Saluran Pemasaran, Nilai Tambah

ANALYSIS MARKETING EFFICIENCY AND ADDED VALUE OF ROBUSTA COFFEE IN CARANGWULUNG VILLAGE, WONOSALAM DISTRICT, JOMBANG REGENCY, EAST JAVA

Mierza Widya Syahrani¹, Mubarokah², Sri Tjondro Winarno³
Faculty of Agriculture Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur University

ABSTRACT

Robusta coffee in Indonesia in the last five years is widely grown in the provinces of South Sumatra, Lampung, Bengkulu, East Java and Central Java. Robusta coffee marketing problems are very diverse, this is triggered by the low price level, limited promotional activities and the lack of institutions that can help deal with marketing problems. The purpose of this study 1) to analyze the marketing channels or dry coffee beans (ose) robusta in Carangwulung Village, Wonosalam District, Jombang Regency. 2) to analyze the efficiency of robusta coffee in each marketing channel in Carangwulung Village, Wonosalam District, Jombang Regency. 3) to analyze the added value of robusta coffee to farmers and coffee processing businesses in Carangwulung Village, Wonosalam District, Jombang Regency. Respondents in this study requires 83 robusta coffee farmers and 16 marketing institutions. The analysis method uses marketing margin, farmer's share analysis, share profit share costs, marketing efficiency calculation and hayami. The result of this research is there are six patterns of marketing channel. Marketing efficiency seen from Marketing Margin and Farmer Share's Value the most efficient marketing channel is on channel VI (farmer- village collector traders-coffee shop/home industry), the channel that has the smallest (most efficient) margin. The Margin Distribution value closest to evenness is channel VI. The value of the Efficiency formula is known that all marketing channels are efficient channel types, with the order value of marketing channel V (0.79%), marketing channel I (0.95%), marketing channel VI (1.66%), marketing channel III (3.32%), marketing channel II (3.70%), marketing channel IV (7.57%). The margin obtained from the analysis of the added value of ose coffee is Rp. 13,500,- and pure ground coffee for Rp. 198.000,- from raw materials.

Keywords : Robusta, Marketing Channels, Value Added

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran dan Nilai Tambah Kopi Robusta di Desa Karangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang, Jawa Timur”. Skripsi ini dilakukan sebagai syarat kelulusan untuk meraih gelar sarjana Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan Skripsi, penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu memberikan arahan serta dukungannya, khususnya Dr. Ir. Mubarakah, MTP selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku dosen pembimbing pendamping, terimakasih telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Atas terselesainya skripsi ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. R. A. Nora Augustien K., MP selaku Dekan Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Sudiyarto, MM selaku Ketua Jurusan Agribisnis.
3. Ir. Sri Widayanti, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis.
4. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP dan Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si selaku dosen penguji.
5. Petani, Pelaku Lembaga Pemasaran dan Perangkat Desa di Desa Karangwulung.
5. Kedua orangtua saya Slamet Waluyo dan Listiyani beserta kakak penulis Ryan Syahrani yang senantiasa mendukung, membantu dan mendoakan dari awal hingga selesainya skripsi ini.
6. Semua teman-teman di Fakultas Pertanian khususnya teman-teman seperjuangan Agribisnis angkatan 2017.

7. Teman-teman saya di Jombang yang telah memberikan dukungan dan selalu menguatkan saya untuk terus berusaha

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sesuatu yang berguna bagi penulis serta semua pihak dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, 7 Juni 2021

PENULIS

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Karakteristik Kopi.....	18
2.2.2 Teori Pemasaran.....	20
2.2.3 Teori Saluran Pemasaran.....	21
2.2.4 Efisiensi Pemasaran.....	22
2.2.5 Fungsi-Fungsi Pemasaran.....	24
2.2.6 Nilai Tambah.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
III. METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Lokasi dan Objek penelitian.....	36
3.2 Penentuan Sampel.....	36

3.3 Pengumpulan Data	39
3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel	40
3.5 Analisis Data	41
3.5.1 Analisis Marjin Pemasaran	42
3.5.2 Analisis <i>Farmer's share</i>	43
3.5.3 <i>Share</i> biaya pemasaran dan <i>share</i> keuntungan.....	43
3.5.4 Efisiensi Pemasaran	44
3.5.5 Analisis Nilai Tambah	45
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	47
4.1.1 Kondisi Geografis dan Topografi Desa Carangwulung.....	47
4.1.2 Pertanian dan Penggunaan Lahan	48
4.1.3 Keadaan Umum Penduduk.....	48
4.2 Karakteristik Petani Kopi	50
4.2.1 Umur Responden Petani Kopi	50
4.2.2 Tingkat Pendidikan Petani Kopi	51
4.2.3 Pekerjaan Petani Kopi	52
4.2.4 Distribusi Luas Lahan Petani Kopi Robusta	53
4.2.5 Umur Lembaga Pemasaran.....	54
4.2.6 Tingkat Pendidikan Lembaga Pemasaran	55
4.2.7 Pengalaman Usaha Responden Lembaga Pemasaran Kopi	56
4.3 Saluran dan Fungsi Pemasaran Kopi Robusta di Desa Carangwulung	56
4.3.1 Saluran Pemasaran.....	56
4.3.2 Fungsi Pemasaran.....	62
4. 4 Analisis Efisiensi Pemasaran	70
4.4.1 Analisis Marjin Pemasaran	70
4.4.2 Analisis <i>Farmer's Share</i>	73

4.4.3 <i>Share</i> Biaya Pemasaran dan <i>Share</i> Keuntungan.....	75
4.4.4 Efisiensi Pemasaran	76
V. PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87
Daftar Pustaka.....	88
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1	Lima provinsi sentra produksi kopi Indonesia tahun 2019 (Ton).....	2
1.2	Luas Area dan Produksi Perkebunan Kopi Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang.....	3
1.3	Data Produksi dan Luas Lahan Kopi Robusta Kecamatan Wonosalam	4
1.4	Perkembangan rata-rata harga produsen kopi robusta tahun 2008-2019.....	6
3.1	Jumlah Anggota dan Sampel Petani Kopi	38
3.2	Data jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian.....	39
3.3	Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami.....	46
4.1	Jumlah Penduduk Desa Carangwulung Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2020	49
4.2	Jumlah Penduduk Desa Carangwulung Berdasarkan Umur Tahun 2020	49
4.3	Jumlah Penduduk Desa Carangwulung Berdasarkan Jenis Pekerjaan Tahun 2020	50
4.4	Umur Responden Petani Kopi.....	51
4.5	Tingkat Pendidikan Responden Petani Kopi	52
4.6	Pekerjaan Responden Petani Kopi	53
4.7	Distribusi Luas Lahan Petani Kopi Robusta	54
4.8	Umur Responden Lembaga Pemasaran	55
4.9	Tingkat Pendidikan Responden Lembaga Pemasaran.....	56
4.10	Pengalaman Usaha Responden Lembaga Pemasaran Kopi.....	56
4.11	Jumlah Petani pada Setiap Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Desa Carangwulung	61
4.12	Fungsi Pemasaran Petani dan Lembaga Pemasaran di Desa Carangwulung	62
4.13	Nilai Marjin Pemasaran Kopi Ose Robusta	71
4.14	Farmer's Share Kopi Robusta di Desa Carangwulung	73

4.15 Share Biaya Pemasaran dan Share Keuntungan Kopi Robusta di Desa Carangwulung	75
4.16 Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta di Desa Carangwulung.....	77
4.17 Biaya Bahan Baku dalam Satu Kali Produksi Kopi Ose (per minggu) Petani Kopi Robusta di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang.....	81
4.18 Biaya Bahan Baku dalam Satu Kali Produksi Kopi Bubuk (per minggu) Petani Kopi Robusta di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang.....	81
4.19 Bahan Penunjang yang Digunakan untuk Satu Kali Produksi Kopi Ose (per minggu)	81
4.20 Bahan Penunjang yang Digunakan untuk Satu Kali Produksi Kopi Bubuk (per minggu)	81
4.21 Tenaga Kerja dalam Pengolahan Kopi Ose dalam Satu Kali Produksi	82
4.22 Tenaga Kerja dalam Pengolahan Kopi Bubuk dalam Satu Kali Produksi ...	82
4.23 Analisis Nilai Tambah Pengolahan Kopi Ose dan Kopi Bubuk di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang	82

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
2.1	Skema Kerangka Pemikiran.....	34
4.1	Peta Desa Carangwulung	48
4.2	Saluran Pemasaran Kopi Robusta Desa CarangwulungGambar	57
4.2	Saluran Pemasaran Kopi Robusta Desa Carangwulung	57

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1	Kuisisioner untuk Petani Kopi	92
2	Kuisisioner untuk Lembaga Pemasaran Kopi	98
3	SK Bupati Penetapan Komoditas Unggulan Halaman 1	103
4	SK Bupati Penetapan Komoditas Unggulan Halaman 2.....	104
5	Perhitungan Analisis Share Biaya Pemasaran dan Share Keuntungan.....	105
6	Identitas Responden Petani Kopi Robusta Desa Carangwulung	109
7	Harga Jual Kopi Robusta di tingkat Petani	115
8	Gambaran Umum Usaha dan Saluran Pemasaran	119
9	Data Efisiensi Pemasaran.....	124
10	Fungsi dan Nilai Tambah Kopi Robusta	128
11	Dokumentasi Pengambilan Data Primer	129