

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap rantai pasok komoditi kopi robusta di Kecamatan Dampit Kabupaten Malang dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada keempat kelompok tani kopi yaitu kelompok tani Tani Harapan, Tani Maju, Suka Tani I dan Suka Tani II memiliki kesamaan dalam struktur atau pola rantai pasok yakni ada tiga pola rantai pasok, serta memiliki nilai margin pemasaran yang sama pada tiap struktur rantai pemasaran sehingga nilai efisiensi yang diperoleh dari hasil perhitungan *farmer share* juga sama pada keempat kelompok tani tersebut. Kondisi ini dapat terjadi karena beberapa faktor antara lain kedekatan lokasi kelompok tani, kesamaan kondisi geografis atau medan, informasi harga dan tingkat harga itu sendiri.
2. Terdapat 4 pelaku utama dalam rantai pasok komoditi kopi robusta di Kecamatan Dampit Kabupaten Malang. Keempat pelaku tersebut yaitu petani, pengepul, pedagang kecil dan pedagang besar. Lalu bagian hilir atau akhir diisi oleh konsumen dan ekspor. Pelaku-pelaku tersebut terbagi menjadi beberapa pola pola rantai pasok. Pada pola I terdapat 3 pelaku yaitu petani, pengepul, dan pedagang besar (eksportir) yang kemudian akan menuju ke konsumen ekspor. Pada pola II terdapat 3 pelaku yaitu petani, pengepul dan pedagang kecil yang kemudian menuju ke konsumen. Pada pola III terdapat 2 pelaku yaitu petani dan pedagang besar (eksportir) yang kemudian menuju ke konsumen ekspor.

3. Mekanisme rantai pasok dapat diketahui melalui analisis aliran produk, finansial, dan informasi. Pada aliran produk diketahui bahwa aliran terjadi dengan pola hulu ke hilir yaitu produk atau kopi dari petani menuju ke pengepul kemudian ke pedagang kecil maupun besar setelah itu ke konsumen. Pada aliran finansial aliran terjadi dengan pola hilir ke hulu yaitu pembayaran dari konsumen menuju ke pedagang besar maupun kecil kemudian ke pengepul dan yang terakhir ke petani. Sedangkan pada aliran informasi, pola yang terjadi justru 2 arah yaitu hubungan antara petani dengan pengepul, pengepul dengan pedagang, dan pedagang dengan konsumen.
4. Hasil analisis efisiensi pemasaran menunjukkan pada pola I diketahui total margin adalah sebesar Rp 25.000. Kemudian pada pola II diketahui total margin sebesar Rp. 20.000 dan pola III sebesar Rp. 24.000. Sedangkan *farmer share* pada pola I persentase *farmer share* mencapai 72.2%, pola II persentase *farmer share* mencapai 76.4%, dan pola III mencapai 73.3%. Indikator dari pola yang efisien yaitu semakin tinggi yang diterima petani maka semakin efisien. Sehingga dapat diketahui bahwa pola ke II merupakan pola paling efisien dengan *farmer share* yang tertinggi sebesar 76.4% dengan total margin pemasaran terendah sebesar Rp20.000.
5. Pada perhitungan atau analisis efisiensi pemasaran kopi robusta Dampit diketahui bahwa mekanisme pola II merupakan yang paling efisien sedangkan pola III yang lebih pendek justru kurang efisien. Hal bisa terjadi dikarenakan faktor-faktor tertentu seperti biaya-biaya dalam kompleksitas produksi, konsentrasi pasar, jenis produk, dan kebutuhan spesifik distribusi.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta Kesimpulan dalam penelitian analisis rantai pasok komoditi kopi robusta di Kecamatan Dampit Kabupaten Malang, saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Campur tangan pemerintah dalam hal ini sangat diperlukan. Seperti dukungan upaya agar produksi kopi bisa menetap atau tidak terlalu turun, dukungan ekspor agar jangkauan bisa lebih luas sehingga harga kopi bisa cenderung stabil, serta penyuluhan-penyuluhan dalam upaya peningkatan kualitas kopi sehingga tidak kalah dengan negara Brazil.
2. Kesejahteraan petani sebenarnya dapat ditingkatkan dengan mengatasi rendahnya harga kopi ditingkat petani yang bisa terjadi karena petani tidak melakukan sortasi dan *grading*. Sehingga perlu dilakukan kegiatan sortasi dan pengelompokkan kualitas kopi (*grading*) berdasarkan ukuran biji kopi sebelum melakukan pemasaran. Sehingga biji kopi yang dihasilkan petani pada saat dijual memiliki harga jual yang sesuai dengan kelas kelasnya, dan apabila biji kopi tergolong grade yang baik maka harga jualnya semakin tinggi dan siap untuk bersaing di pasar nasional maupun internasional khususnya *grade* atau kualitas petik merah (*red cherry*).