

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KOPI ROBUSTA
DI KECAMATAN KELING KABUPATEN JEPARA**

SKRIPSI

Oleh:

DIAN SAFITRI



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2024**

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KOPI ROBUSTA
DI KECAMATAN KELING KABUPATEN JEPARA**

Oleh:

**DIAN SAFITRI
NIM: 23020319130093**

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dian Safitri
NIM : 23020319130093
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut

1. Skripsi yang berjudul:
Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Keling Kabupaten Jepara, dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu **Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso M.P. dan Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka saya bersedia gelar sarjana yang telah saya dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Maret 2024

Penulis



Dian Safitri

Mengetahui

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso M.P.
NIP. 195511071983031001

Pembimbing Anggota

Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si.
NIP. 199307272018032002

Judul Skripsi : ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KOPI
ROBUSTA DI KECAMATAN KELING
KABUPATEN JEPARA

Nama Mahasiswa : DIAN SAFITRI

Nomor Induk Mahasiswa : 23020319130093

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal... 25 MAR 2024

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso M.P.

Pembimbing Anggota

Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Agribisnis

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir

Migie Handayani, S.Pt., M.Si.

Dekan



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Ketua Departemen

Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si.

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI KECAMATAN KELING KABUPATEN JEPARA

Oleh:
Dian Safitri

ABSTRAK

Kopi Robusta merupakan komoditas unggulan di Kecamatan Keling Kabupaten Jepara. Kopi robusta memiliki peran penting bagi mata pencarian masyarakat Kecamatan Keling. Posisi tawar petani dalam pemasaran kopi robusta lemah karena kurangnya modal dan akses yang rendah terhadap informasi pasar. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pola saluran pemasaran kopi robusta dan fungsi-fungsi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran, dan menganalisis efisiensi pemasaran kopi robusta di Kecamatan Keling Kabupaten Jepara. Penelitian dilaksanakan di Desa Tempur dan Desa Damarwulan karena memiliki produksi kopi robusta yang tertinggi dibandingkan desa lainnya di Kecamatan Keling. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Februari 2023 menggunakan metode survei. Metode penentuan responden petani menggunakan *simple random sampling* didapatkan sebanyak 100 responden petani, sedangkan pengambilan sampel lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling* didapatkan sebanyak tujuh responden lembaga pemasaran. Metode analisis data secara deskriptif untuk analisis pola saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran. Data dianalisis secara kuantitatif untuk analisis biaya dan margin pemasaran, *farmer's share*, dan Efisiensi Pemasaran (EP). Hasil penelitian didapatkan 6 pola saluran pemasaran kopi robusta di Kecamatan Keling. Fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Saluran pemasaran yang paling efisien berdasarkan nilai margin pemasaran (Rp 709) adalah saluran 4 (petani – pengrajin kopi). Saluran yang paling efisien berdasarkan nilai *farmer's share* (100,00%) dan Efisiensi Pemasaran (EP) (2,50%) adalah saluran 6 (petani – pabrik).

Kata kunci: *farmer's share*, fungsi pemasaran, lembaga pemasaran, margin, saluran pemasaran

MARKETING EFFICIENCY ANALYSIS OF ROBUSTA COFFEE IN KELING DISTRICT, JEPARA REGENCY

ABSTRACT

Robusta coffee is a superior commodity in Keling District, Jepara Regency. Robusta coffee has an important role in the livelihood of the people at Keling District. Farmers' bargaining position in marketing robusta coffee is weak due to lack of capital and low access to market information. The research aims to analyze the marketing channel patterns for robusta coffee and the marketing functions of each marketing institution, and analyze the marketing efficiency of robusta coffee in Keling District, Jepara Regency. The research was carried out in Tempur Village and Damarwulan Village because they have the highest Robusta Coffee production compared to other villages in Keling District. The research was carried out from January to February 2023 using a survey method. The method for determining farmer respondents using simple random sampling obtained 100 farmer respondents, while sampling marketing institutions using snowball sampling obtained seven marketing institution respondents. Descriptive data analysis method for analyzing marketing channel patterns and marketing functions. Data is analyzed quantitatively for analysis of marketing costs and margins, farmer's share, and Marketing Efficiency (EP). The research results showed that there were 6 marketing channel patterns for Robusta Coffee (green beans) in Keling District. The marketing functions carried out by marketing institutions are exchange functions, physical functions and facility functions. The most efficient channel based on marketing margin value (Rp 709) is channel 4 (farmers – coffee craftsmen). The most efficient channel based on farmer's share (100.00%) and Marketing Efficiency (EP) (2.50%) is channel 6 (farmer - factory).

Keywords: *farmer's share, marketing functions, marketing institution, margin, channels marketing*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Keling Kabupaten Jepara” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Universitas Diponegoro. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso M.P. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu membimbing dan memberikan saran serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu membimbing dan memberikan saran serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
4. Dr. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si. selaku Ketua Departemen Pertanian Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P selaku Ketua Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
6. Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S. selaku Dosen Wali penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

7. Bapak dan Ibu Dosen beserta staff Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
8. Orang tua penulis, Bapak Saidun dan Ibu Sumiyati sebagai motivasi utama, selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang yang tidak ternilai.
9. Ibu Rustini, Ibu Mudarti, Arsyah dan seluruh keluarga.
10. Pak Baedhowi, Mas Zakki, Pak Anwar yang telah membantu dalam kegiatan pengambilan data. Pak Miftahun Ni'am beserta Ibu yang telah meminjamkan tempat tinggal selama proses pengambilan data.
11. Maul, Ficky, Sari, Prisma, Hilwa, Mbak Mia, selaku sahabat yang siap sedia membantu dan menemani penulis.
12. Ima, Meira, Dewi, Erika, selaku teman-teman penulis di Agribisnis angkatan 2019 yang selalu ada dan berproses bersama sejak semester 1.
13. Ustadz Hanan Attaki, Nadin Amizah dan Baskara Putra, sebagai salah satu mental support penulis selama mengerjakan skripsi melalui kajian dan lagunya.
14. Semua pihak lain yang berperan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikannya. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis dan pembaca.

Semarang, Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan dan Manfaat	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Komoditas Kopi	5
2.2. Kopi Robusta.....	9
2.3. Teori Pemasaran	9
2.4. Saluran Pemasaran	13
2.5. Biaya dan Margin Pemasaran.....	14
2.6. Efisiensi Pemasaran.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1. Kerangka Pemikiran	18
3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	20
3.3. Metode Penelitian.....	20
3.4. Penentuan dan Pengambilan Sampel.....	20
3.5. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6. Mengolah dan Menganalisis Data	23
3.7. Batasan Penelitian dan Konsep Pengukuran	26

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	28
4.2. Karakteristik Petani	30
4.3. Karakteristik Lembaga Pemasaran.....	36
4.4. Analisis Pola Saluran Pemasaran	38
4.5. Analisis Fungsi Pemasaran.....	46
4.6. Analisis Biaya dan Margin Pemasaran.....	54
4.7. Analisis <i>Farmer's Share</i>	59
4.8. Analisis Efisiensi Pemasaran (EP) Kopi Robusta	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Simpulan.....	63
5.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Produksi Kopi Empat Besar Dunia 2020.....	8
2. Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Periode 2014-2019	8
3. Data Sampel Petani Kopi Kecamatan Keling.....	21
4. Tabel Fungsi Pemasaran.....	24
5. Kepadatan Penduduk Desa Tempur dan Desa Damarwulan	29
6. Karakteristik Petani Berdasarkan Usia	31
7. Karakteristik Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	32
8. Karakteristik Petani Berdasarkan Pekerjaan Utama	33
9. Karakteristik Petani Berdasarkan Lama Bertani	34
10. Karakteristik Petani Berdasarkan Kepemilikan lahan	35
11. Karakteristik Petani Berdasarkan Luas Lahan.....	35
12. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran	36
13. Jumlah Produksi Kopi Robusta Berdasarkan Saluran Pemasaran yang Digunakan.....	40
14. Fungsi Pemasaran Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Keling	47
15. Margin Pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Keling	54
16. <i>Farmer's Share</i> Pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Keling ..	59
17. Efisiensi Pemasaran (EP) Kopi Robusta di Kecamatan Keling	60
18. Urutan Efisiensi Saluran Pemasaran Berdasarkan Margin Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Efisiensi Pemasaran	60

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Perkembangan Luas Areal Perkebunan Kopi di Indonesia menurut Status Pengusahaan (000 ha), 2018-2020	7
2. Kerangka Pemikiran	19
3. Pola Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Keling.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuisisioner Terstruktur untuk Petani	70
2. Kuisisioner Terstruktur untuk Lembaga Pemasaran	72
3. Peta Kecamatan Keling	74
4. Identitas Responden Petani	75
5. Identitas Responden Pedagang Pengumpul Desa	85
6. Harga Beli, Harga Jual, dan Biaya Pemasaran di Tingkat Pedagang Pengumpul Desa	86
7. Identitas Responden Pengrajin Kopi Desa	87
8. Harga Beli, Harga Jual, dan Biaya Pemasaran di Tingkat Pengrajin Kopi Desa	88
9. Identitas Responden Pedagang pengumpul kecamatan	89
10. Harga Beli, Harga Jual, dan Biaya Pemasaran di Tingkat Pedagang pengumpul kecamatan	90
11. Identitas Responden Distributor Luar Kota	91
12. Harga Beli, Harga Jual, dan Biaya Pemasaran di Tingkat Distributor Luar Kota	92
13. Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Kopi Robusta pada Saluran Pemasaran 1	93
14. Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Kopi Robusta pada Saluran Pemasaran 2	94
15. Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Kopi Robusta pada Saluran Pemasaran 3	95
16. Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Kopi Robusta pada Saluran Pemasaran 4	96
17. Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Kopi Robusta pada Saluran Pemasaran 5	97

18. Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran Kopi Robusta pada Saluran Pemasaran 6.....	98
19. Dokumentasi.....	99