

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris sebagian besar penduduknya yang hidup dipedesaan dan bermata pencaharian sebagai petani. Pada umumnya, petani memiliki keinginan untuk meningkatkan hasil produksi namun lahan usahatani yang sempit menjadi penyebab semakin meningkatnya kemiskinan pada golongan petani kecil Indonesia. Pada perekonomian Indonesia saat ini, sumbangan sektor pertanian memang sudah mulai berkurang seiring makin besarnya perhatian pemerintah terhadap sektor industri (Soemarno, 2009).

Pertanian dalam pengertian yang luas yaitu kegiatan manusia untuk memperoleh hasil yang berasal dari tumbuh-tumbuhan dan atau hewan yang pada mulanya dicapai dengan jalan sengaja menyempurnakan segala kemungkinan yang telah diberikan oleh alam guna mengembangbiakkan tumbuhan dan atau hewan tersebut (Van Aarsten, 1953). Pertanian di Indonesia perlu ditingkatkan produksinya semaksimal mungkin menuju swasembada pangan akan tetapi, tantangan untuk mencapai hal tersebut sangat besar karena luas wilayah pertanian yang semakin lama semakin sempit, penyimpangan iklim, pengembangan komoditas lain, teknologi yang belum modern, dan masalah yang satu ini adalah masalah yang sering meresahkan hati para petani yaitu hama dan penyakit yang menyerang tanaman yang dibudidayakan (Agriculture Sector Review Indonesia, 2003).

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa Negara dan juga merupakan sumber pendapatan petani, penghasil bahan baku industri, penciptaan lapangan kerja dan pengembangan wilayah di Indonesia. Keberhasilan agribisnis kopi membutuhkan dukungan semua pihak yang terkait dalam proses produksi kopi pengolahan dan pemasaran komoditas kopi dan upaya meningkatkan produktivitas dan mutu kopi terus dilakukan sehingga daya saing kopi di Indonesia dapat bersaing di pasar duni (Ciptadi, 1985).

Jenis kopi yang banyak dikembangkan di Indonesia salah satunya adalah jenis Arabika. Kopi Arabika merupakan salah satu komoditas yang diprioritaskan pengembangannya oleh pemerintah Indonesia saat ini. Ekspor kopi Arabika dari Indonesia sebagian besar dipasarkan ke segmen pasar khusus (kopi spesialti) karena mutu citarasanya khas dan digemari oleh para penikmat kopi di negara konsumen utama. Di segmen spesialti harga kopi lebih mahal dan fluktuasinya tidak terlalu tajam, yang tentunya berdampak pada pendapatan petani dan devisa negara (Wahyudi, 2008).

Sistem pemasaran di Indonesia masih harus diperhatikan karena merupakan bagian yang terlemah dalam mata rantai perekonomian atau dalam aliran barangbarang khususnya produk pertanian. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempertinggi efisiensi pemasaran adalah adanya pasar yang menampung hasilhasil pertanian dengan harga yang menguntungkan pada setiap lembaga pemasaran (Lestari, 2016).

Kecamatan Silimakuta merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Simalungun dengan luas wilayah 74,16 Km². Berada pada 029388 LU dan 0986097 BT 1400 meter dari permukaan laut.

Tabel 1.1 Luas Tanaman dan Produksi Menurut Jenis Tanaman Perkebunan Rakyat di Kecamatan Silimakuta Tahun 2018

No. Jenis Tanaman	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
1. Kopi Arabika	489,79	697,78
2. Cengkeh	15,00	1,77
3. Kulit Manis	14,00	2,66
4. Kemiri	8,00	14,60
5. Lada		
6. Aren	8,00	0,01
7. Pinang	2,00	1,14

Sumber Data: Dinas Perkebunan Kab. Simalungun (2019)

abel 1.1 dapat kita ketahui bahwa kopi arabika merupakan tanaman komoditi unggulan di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun jika dilihat dari produksi kopi arabika sebesar 697,78 ton serta luas lahan yang digunakan yaitu 510,97 hektar merupakan jenis kopi arabika seluruhnya perkebunan rakyat.

Tabel 1.2 Luas Areal, Produksi Kopi Arabika di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun 2019

Tahun	Luas lahan (Ha)	Produksi (Ton)
2016	510,97	697,78
2017	548,39	797,98
2018	489,79	697,78

Sumber Data: Dinas Perkebunan Kab. Simalungun (2019)

Dari tabel 1.2 dapat kita ketahui bahwa produksi kopi arabika di Desa Sibangun Mariah, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun mengalami kenaikan produksi dari tahun 2016 ke tahun 2017 yaitu sebesar 100,02 ton, namun pada tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami penurunan produksi kopi arabika yaitu sebesar 100,02.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun beberapa permasalahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berapa pendapatan usahatani Kopi Arabika di Desa Sibangun Mariah Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun?
2. Bagaimana tingkat efisiensi usahatani Kopi Arabika di Desa Sibangun Mariah Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun?
3. Bagaimana pola saluran pemasaran usahatani Kopi Arabika di Desa Sibangun Mariah Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui berapa pendapatan usahatani kopi arabika di Desa Sibangun Mariah Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun.
2. Untuk mengetahui tingkat efisiensi usahatani kopi arabika di Desa Sibangun Mariah Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun.
3. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran usahatani kopi Arabika Di Desa Sibangun Mariah Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun.

1.4. Manfaat Penelitian

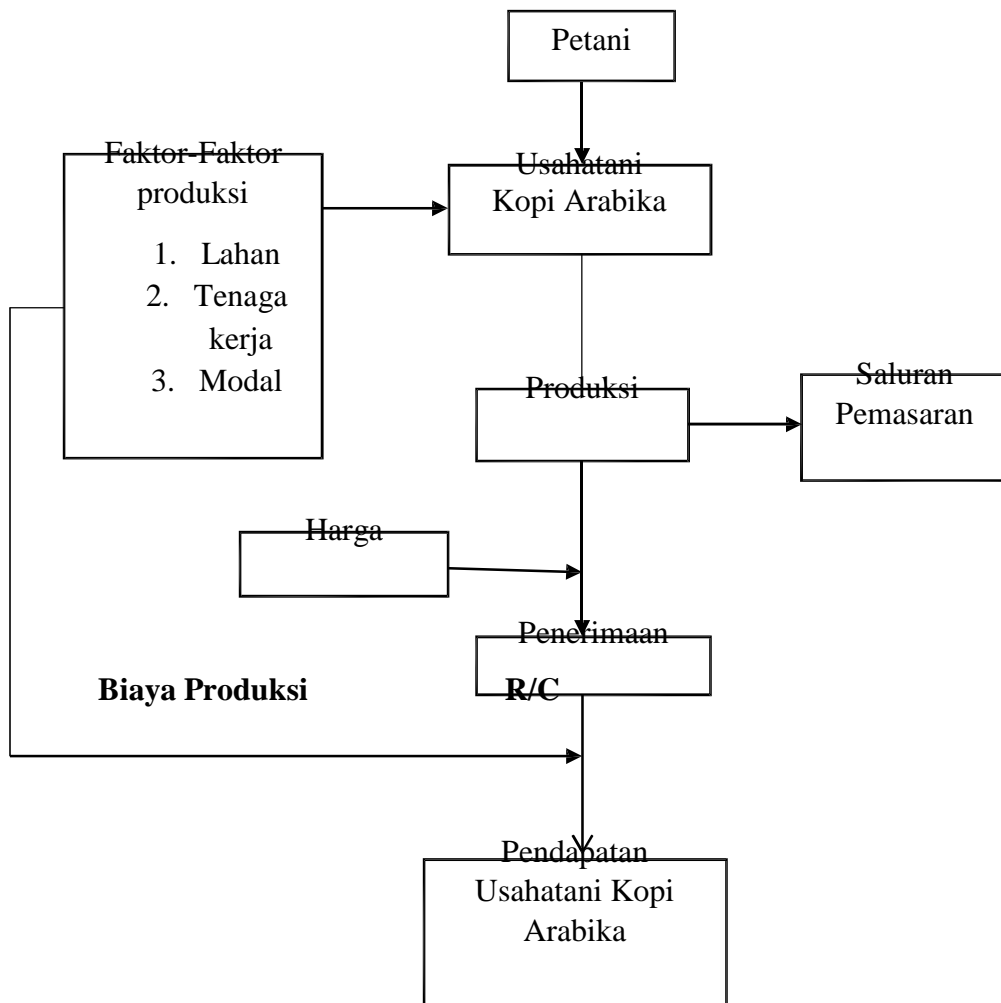
Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah di Desa Sibangun Mariah, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun.
3. Bagi pembaca, penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi, pembandingan dan tambahan informasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.5. Kerangka Pemikiran

Pengelolaan usahatani merupakan suatu sistem yang terkait, dimana petani di dalam mengusahakan tanaman kopi arabika terdapat faktor-faktor produksi yang terdiri dari lahan, modal, dan tenaga kerja yang seluruhnya ditujukan untuk proses produksi sehingga akan menghasilkan output. Semua biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan output yang disebut produksi. Dalam kegiatan produksi terdapat harga yang dihasilkan maka produksi dikali dengan harga sehingga diperoleh penerimaan dan ada biaya produksi dalam penerimaan tersebut yang dikeluarkan petani sehingga memperoleh pendapatan dari usahatani kopi arabika.

Untuk lebih mempermudah dalam mengenai analisis pendapatan dan tingkat efisiensi serta saluran pemasaran usahatani kopi arabika, maka dapat dilihat pada skema kerangka pemikiran tersebut pada Gambar 1.1



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Analisis Pendapatan dan Tingkat Efisiensi serta Saluran Pemasaran Usahatani Kopi Arabika (coffea arabica) di Desa Sibangun Mariah Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pendapatan Usahatani

Pendapatan usahatani menurut Gustiyana (2004), dapat dibagi menjadi dua pengertian, yaitu (1) pendapatan kotor, yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh petani dalam usahatani selama satu tahun yang dapat diperhitungkan dari hasil penjualan atau pertukaran hasil produksi yang dinilai dalam rupiah berdasarkan harga per satuan berat pada saat pemungutan-pemungutan hasil, (2) pendapatan bersih, yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh petani dalam satu tahun dikurangi dengan biaya produksi selama proses produksi. Biaya produksi meliputi biaya rill tenaga kerja dan biaya rill sarana produksi.

Dalam pendapatan usahatani ada dua unsur yang digunakan, yaitu unsur penerimaan dan pengeluaran dari usahatani tersebut. Menurut Soekartawi (2007) penerimaan usahatani adalah perkalian antara produksi dengan harga jual, biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam suatu usahatani, sedangkan pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran. Produksi berkaitan dengan penerimaan dan biaya produksi, penerimaan tersebut diterima petani karena masih harus dikurangi dengan biaya produksi yaitu keseluruhan biaya yang dipakai dalam proses produksi tersebut (Mubyarto, 2006).

Secara matematis untuk menghitung pendapatan usahatani dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$= \mathbf{TR-TC}$$

Setiap produksi yang dihasilkan dalam setiap proses produksi pertanian, bertujuan untuk meningkatkan pendapatan petani. Pendapatan petani dari usahataniya dapat diperhitungkan dari total penerimaan yang berasal dari penjualan produksi ditambah nilai yang dikonsumsi sendiri dikurangi dengan total pengeluaran yang meliputi pembelian benih, pupuk, upah tenaga kerja dan lain-lain.

2.2. Biaya Produksi Usahatani

2.2.1 Biaya Produksi, Penerimaan Usahatani

Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang diperlukan untuk menghasilkan sejumlah produk tertentu dalam satu kali proses produksi. Biaya produksi dapat digolongkan atas dasar hubungan perubahan volume produksi biaya, biaya tetap dan biaya variabel (Mubyarto, 2006).

Biaya adalah nilai dari seluruh sumberdaya yang digunakan untuk memproduksi suatu barang. Menurut Soekartawi (2007), biaya dalam usahatani dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu biaya tetap (fixed cost) dan biaya tidak tetap (variable cost). Biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya relatif tetap, dan terus dikeluarkan meskipun tingkat produksi usahatani tinggi ataupun rendah, dengan kata lain jumlah biaya tetap tidak tergantung pada besarnya tingkat produksi. Sedangkan biaya variabel adalah jenis biaya yang besar kecilnya berhubungan dengan besar kecilnya jumlah produksi. Dalam usahatani kopi arabika yang termasuk dalam biaya tetap adalah biaya penyusutan alat, dan pembayaran bunga modal. Sedangkan biaya variabel meliputi biaya untuk pembelian benih, pupuk, obat-obatan dan upah tenaga kerja.

Menurut Soekartawi (2007), total biaya adalah penjumlahan biaya variabel dengan biaya tetap secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\mathbf{TC = TFC + TVC}$$

Dimana :

TC = Biaya total

TFC = Biaya tetap total

TVC = Biaya variabel total

2.2.2 Penerimaan Usahatani

Penerimaan usahatani adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual, pernyataan ini dapat ditulis sebagai berikut :

$$\mathbf{TR = Y.PY}$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan (Rp)

Y = Produksi yang diperoleh dalam suatu usaha tani (Kg)

PY = Harga Y (Rp)

2.3. Usahatani

Usahatani adalah segala bentuk pengorganisasian dan pengelolaan asset serta tata cara yang dilakukan dalam bidang pertanian dengan tujuan untuk menambah kesejahteraan dan memperbaiki taraf kehidupan petani. Dari defenisi tersebut dapat diartikan bahwa yang dimaksud dengan usahatani adalah usaha yang dilakukan petani dalam memperoleh pendapatan dengan jalan memanfaatkan sumber daya alam, tenaga kerja dan modal yang dimana sebagian dari pendapatan yang diterima

digunakan untuk membiayai pengeluaran yang berhubungan dengan usahatani. Ilmu usahatani adalah ilmu yang mempelajari cara-cara menentukan mengorganisasikan dan mengkoordinasikan penggunaan faktor-faktor produksi seefektif dan seefisien mungkin sehingga produksi pertanian menghasilkan pendapatan petani yang lebih besar. Ilmu usahatani juga didefinisikan sebagai ilmu mengenai cara petani mendapatkan kesejahteraan (keuntungan), menurut pengertian yang dimilikinya tentang kesejahteraan. Jadi ilmu usahatani adalah ilmu yang mempelajari mengalokasikan sumber daya yang dimiliki oleh petani agar berjalan secara efektif dan efisien serta memanfaatkan sumber daya tersebut agar memperoleh keuntungan setinggi-tingginya (Soekartawi, 2011).

2.3.1 Faktor Produksi

Faktor produksi adalah semua korbanan yang diberikan pada tanaman agar tanaman tersebut mampu tumbuh dan menghasilkan dengan baik. Faktor produksi ini dikenal pula dengan istilah input dan korbanan produksi dan memang sangat menentukan besar-kecilnya produksi yang diperoleh. Faktor produksi dibagi menjadi empat yaitu:

1. Tanah (land)

Tanah sebagai salah satu faktor produksi merupakan pabrik hasil-hasil pertanian yaitu tempat dimana produksi berjalan dan darimana hasil produksi ke luar. Faktor produksi tanah mempunyai kedudukan paling penting. Hal ini terbukti dari besarnya balas jasa yang diterima oleh tanah dibandingkan faktor-faktor produksi lainnya (Mubyarto,2008). Potensi ekonomi lahan pertanian dipengaruhi oleh

sejumlah faktor yang berperan dalam perubahan biaya dan pendapatan ekonomi lahan. Setiap lahan memiliki potensi ekonomi bervariasi (kondisi produksi dan pemasaran), karena lahan pertanian memiliki karakteristik berbeda yang disesuaikan dengan kondisi lahan tersebut. Secara umum, semakin banyak perubahan dan adopsi yang diperlukan dalam lahan pertanian, semakin tinggi pula resiko ekonomi yang ditanggung untuk perubahan-perubahan tersebut. Kemampuan ekonomi suatu lahan dapat diukur dari keuntungan yang didapat oleh petani dalam bentuk pendapatannya. Keuntungan ini bergantung pada kondisi-kondisi produksi dan pemasaran. Keuntungan merupakan selisih antara hasil (returns) dan biaya (cost).

2. Tenaga Kerja (labour)

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi dalam jumlah yang cukup bukan saja dilihat dari tersedianya tenaga kerja tetapi juga kualitas dan macam tenaga kerja perlu pula diperhatikan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada faktor produksi tenaga kerja adalah :yang berperan dalam perubahan biaya dan pendapatan ekonomi lahan. Setiap lahan memiliki potensi ekonomi bervariasi (kondisi produksi dan pemasaran), karena lahan pertanian memiliki karakteristik berbeda yang disesuaikan dengan kondisi lahan tersebut. Secara umum, semakin banyak perubahan dan adopsi yang diperlukan dalam lahan pertanian, semakin tinggi pula resiko ekonomi yang ditanggung untuk perubahan-perubahan tersebut. Kemampuan ekonomi suatu lahan dapat diukur dari keuntungan yang didapat oleh petani dalam bentuk pendapatannya. Keuntungan ini

bergantung pada kondisi-kondisi produksi dan pemasaran. Keuntungan merupakan selisih antara hasil (returns) dan biaya (cost).

- a. Tersedianya tenaga kerja setiap proses produksi diperlukan jumlah kerja yang cukup memadai. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan perlu disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga jumlahnya optimal.
- b. Kualitas tenaga kerja dalam proses produksi, apakah itu proses produksi barang-barang pertanian atau bukan, selalu diperlukan spesialisasi. Tenaga kerja pria mempunyai spesialisasi dalam bidang pekerjaan tertentu seperti mengolah tanah, dan tenaga kerja wanita mengerjakan penanaman, pemupukan dan pemanenan.
- c. Tenaga kerja musiman pertanian ditentukan oleh musim, maka terjadilah penyediaan tenaga kerja musiman dan pengangguran tenaga kerja musiman.

3. Modal (capital)

Dalam kegiatan proses produksi pertanian, maka modal dibedakan menjadi dua bagian yaitu modal tetap dan modal tidak tetap. Perbedaan tersebut disebabkan karena ciri yang dimiliki oleh modal tersebut. Dengan demikian modal tetap didefinisikan sebagai biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis sekali proses produk seperti tanah, bangunan dan mesin-mesin. Peristiwa ini terjadi dalam waktu yang relatif pendek dan tidak berlaku untuk jangka panjang. (Soekatawi,2003). Sebaliknya dengan modal tidak tetap atau modal variabel adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali dalam proses produksi tersebut, misalnya biaya produksi yang dikeluarkan untuk membeli benih,

pupuk, obat-obatan, atau yang dibayarkan untuk pembayaran tenaga kerja. Besar kecilnya modal dalam usaha pertanian tergantung dari :

- a. Skala usaha, besar kecilnya skala usaha sangat menentukan besar kecilnya modal yang dipakai, dimana makin besar skala usaha makin besar pula modal yang dipakai.
 - b. Macam komoditas, komoditas tertentu dalam proses produksi pertanian juga menentukan besar kecilnya modal yang dipakai.
 - c. Tersedia kredit sangat menentukan keberhasilan suatu usahatani (Soekatawi,2003)
4. Manajemen (science dan skill)

Manajemen terdiri dari merencanakan, mengorganisasikan, dan melaksanakan serta mengevaluasi suatu proses produksi. Karena proses produksi ini melibatkan sejumlah orang (tenaga kerja) dari berbagai tingkatan, maka manajemen berarti pula bagaimana mengelola orang-orang tersebut dalam tingkatan atau dalam tahapan proses produksi (Soekartawi,2008). Faktor manajemen dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pengalaman berusaha tani, skala usaha, besar kecilnya kredit, dan macam komoditas. Menurut Sinaga (2008) menyatakan bahwa ketersediaan air tanah merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi produktivitas tumbuhan dibandingkan faktor lainnya seperti kesuburan tanah maupun intensitas sinar matahari dimana ketersediaan air yang cukup akan digunakan oleh tumbuhan yang pada fase pertumbuhan vegetative akan melangsungkan proses pembelahan dan

pembesaran sel yang dapat dilihat pada penambahan tinggi tumbuhan, diameter, perbanyak daun dan pertumbuhan akar.

2.4 Efisiensi Usahatani

Untuk mengetahui apakah usahatani menguntungkan atau tidak secara ekonomi dapat dianalisis dengan menggunakan nisbah atau perbandingan Antara penerimaan dengan biaya (Revenue Cost Ratio). Secara sistematis dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$R/C = TR/TC$$

Keterangan:

R/C = Nisbah pendapatan dan biaya

TR = Penerimaan (Rp)

TC = Biaya total (Rp)

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Jika $R/C > 1$, maka usahatani memperoleh keuntungan karena penerimaan lebih besar dari biaya.

Jika $R/C < 1$, maka usahatani mengalami kerugian karena penerimaan lebih kecil dari biaya.

Jika $R/C = 1$, maka usahatani mengalami impas karena penerimaan sama dengan biaya.

2.5. Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2007), pemasaran adalah proses sosial individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan

menciptakan dan menawarkan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Tugas pemasaran adalah merencanakan kegiatan pemasaran dan merakit program pemasaran yang sepenuhnya terpadu untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai bagi konsumen. Program pemasaran terdiri dari sejumlah keputusan tentang kegiatan pemasaran yang meningkatkan nilai untuk digunakan.

Menurut Stanton (2001), definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting setelah selesainya produksi pertanian. Kondisi pemasaran menimbulkan suatu siklus atau lingkungan pasar suatu komoditas. Bila pemasarannya tidak lancar dan tidak memberikan harga yang layak bagi petani maka kondisi ini akan mempengaruhi motivasi petani akan bangkit lagi. Hasilnya penawaran meningkat dan kemudian menyebabkan harga jatuh kembali (*ceteris paribus*) (Daniel,2002).

Sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang secara langsung dan tidak langsung terlibat dalam kegiatan pemasaran barang dan jasa, yang saling mempengaruhi dengan tujuan mengalokasikan sumber daya langka secara efisien guna memenuhi kebutuhan manusia sebanyak-banyaknya. Komponen-komponen sistem pemasaran tersebut adalah para produsen, penyalur dan lembaga-lembaga

lainnya yang secara langsung ataupun tidak langsung terlibat dalam proses pertukaran barang dan jasa (Radiosunu, 1995).

2.6. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah organisasi – organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk dan jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Perangkat inilah yang menjadi alur lintas produk dari produsen ke konsumen setelah diproduksi.

Menurut para ahli pengertian saluran pemasaran sebagai berikut:

1. Menurut Warren J Keegen (2003) saluran pemasaran atau saluran distribusi (marketing channels) adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang sampai ke tangan konsumen atau pemakai industri.
2. Menurut Kottler , saluran pemasaran adalah sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak pemilik atas produk atau membantu memindahkan hak pemilikan produk ketika akan dipindahkan dari produsen ke konsumen.
3. Menurut Nitisemitro (1993) saluran pemasaran adalah lembaga – lembaga pemasaran yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang – barang atau jasa dari produsen kepada konsumen.

Saluran pemasaran antara satu dengan bagian lainnya merupakan merupakan satu kesatuan yang saling bergantung sehingga membentuk sistem saluran pemasaran

(*marketing channel system*). Saluran pemasaran mempunyai andil dalam menyampaikan barang ke konsumen yaitu sebagai agen, bagaimana perantara pemasaran bernegosiasi atas barang milik produsen dengan konsumen.

2.7. Tanaman Kopi

Tanaman Kopi (*Coffea sp*) merupakan salah satu komoditi penting di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan adanya kebijakan yang menetapkan tentang perkopian dengan cara meningkatkan mutu dan produktivitas serta memperluas area kopi khususnya kopi arabika.

Kopi arabika merupakan jenis kopi tertua yang dikenal dan dibudidayakan di dunia dengan varietas-varietasnya. Kopi arabika menghendaki iklim subtropik dengan bulan-bulan kering untuk pembungaannya. Di Indonesia tanaman kopi arabika cocok dikembangkan di daerah dengan ketinggian Antara 800-1500 m diatas permukaan laut dengan suhu rata-rata 15-24°C. Pada suhu 25°C kegiatan fotosintesis tumbuhannya akan menurun dan akan berpengaruh langsung pada hasil kebun. Mengingat belum banyak jenis kopi arabika yang tahan akan penyakit karart daun, dianjurkan penanaman kopi arabika tidak didaerah-daerah dibawah ketinggian 800 m dpl (Sihombing,2011).

Konsumsi kopi dunia mencapai 70% berasal dari spesies kopi arabika dan 26% berasal dari spesies kopi robusta. Kopi berasal dari Afrika, yaitu daerah pegunungan di Etopia. Namun, kopi sendiri baru dikenal oleh masyarakat dunia

setelah tanaman tersebut dikembangkan di luar daerah asalnya, yaitu Yaman dibagian selatan Arab, melalui para saudagar Arab (Rahardja. *dkk.*, 2012).

Di Indonesia kopi mulai di kenal pada tahunm 1696, yang dibawa oleh VOC. Tanaman kopi di Indonesia mulai di produksi di pulau Jawa dan hanya bersifat coba-coba, tetapi karena hasilnya memuaskan dan dipandang oleh VOC cukup menguntungkan sebagai komoditi perdagangan maka VOC menyebarkannya ke berbagai daerah agar para penduduk menanamnya (Najiyanti dan Danarti,2004).

2.8. Penelitian Terdahulu

Tarigan (2014), Analisis Pendapatan Usahatani Kopi Arabika (*Coffea arabica*) di Desa Dolokmargu, Kecamatan Lintongnihuta, Kabupaten Humbang Hasundutan, hasil penelitian ini bahwa faktor produksi bibit, pupuk, pestisida, tenaga kerja dan lahan, secara serempak berpengaruh nyata terhadap produksi kopi, namun secara parsial hanya variabel bibit dan tenaga kerja saja yang berpengaruh nyata terhadap produksi kopi.

Magfirah (2018), Analisis Usahatani Kopi dan Efisiensi Pemasaran Kopi (*Coffea sp*) di Kecamatan Bener Kelipah Kabupaten Bener Meriah menunjukkan bahwa pendapatan rata-rata usahatani kopi Arabika dan usahatani kopi Arabika eksportir per petani per hektar per bulan diatas upah minimum provinsi Aceh. Ada dua pola saluran pemasaran kopi di daerah penelitian yaitu petani – pedagang pengumpul – pedagang eksportir dan petani – pedagang eksportir. Saluran pemasaran kopi di Kecamatan Bener Kelipah Kabupaten Bener Meriah sudah efisien. Dari kedua

saluran pemasaran tersebut, saluran pemasaran yang paling efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya adalah saluran pemasaran kedua yaitu petani – eksportir.

Mubyarto (2002), Analisis Pendapatan dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo, menyatakan efesiensi pemasaran untuk komoditas kopi arabika dalam suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Desiana, dkk (2017), Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi Arabika Di Kabupaten Enrekang. Dalam penelitian menggunakan metode deskriptif yang menganalisis lembaga pemasaran sebagai lembaga perantara diperlukan untuk memperlancar distribusi pemasaran dan meningkatkan kegunaan hasil yaitu kegunaan tempat, waktu, bentuk dan kegunaan kepemilikan.

Sujiwo (2009), Efisiensi Pemasaran Kopi (*Coffea Sp*) Di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal Semarang. Dalam melakukan penelitian penulis analisis deskriptif yang menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis yaitu 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.

Karo (2009), Analisis Usahatani Kopi Di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, analisis deskriptif. 1. Tingkat produksi kopi di daerah penelitian relatif tinggi, karena tingkat produktifitas kopi sedikit lebih besar dari pada tingkat produktifitas di Kecamatan Simpang Empat dan 9 kali lebih kecil bila dibandingkan dengan Kabupaten Dairi yang merupakan sentra produksi kopi di Sumatera Utara.

Maimun (2009), Analisis Pendapatan Usahatani dan Nilai Tambah Saluran Pemasaran Kopi Arabika Organik dan Non Organik (Studi Kasus Pengolahan Bubuk Kopi Ulee Kareng di Banda Aceh), Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. 1. Pendapatan usahatani kopi arabika lebih besar dibanding arabika non organik. 2. Saluran pemasaran kopi arabika organik dan non organik adalah petani – pengumpul desa – pengumpul kota (besar) - industri bubuk kopi Ulee Kareng.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penentuan Daerah Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara sengaja yaitu di Desa Sibangun Mariah, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun. Dengan pertimbangan bahwa Desa Sibangun Mariah ini merupakan daerah yang mengusahakan tanaman kopi arabika. Kecamatan Silimakuta dipilih karena merupakan salah satu penghasil kopi arabika yang cukup potensial di Kabupaten Simalungun.

Tabel 3.1 Jumlah Petani Kopi Arabika di Kecamatan Silimakuta Tahun 2018

No	Desa	Jumlah Petani
1	Sibangun Mariah	123
2.	Saribu Dolok	434
3.	Purba Sinombah	42
4.	Purba Tua	40
5.	Purba Tua Baru	41
6.	Sinar Baru	49
7.	Purba Tua Etek	62

(Sumber Data: Kantor Camat (2019))

3.2 Metode Penentuan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah petani yang mengusahakan kopi arabika di Desa Sibangun Mariah, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun. (Tabel 3.1)

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mempunyai kualitas yang dapat mewakili keseluruhan populasi. Jumlah sampel/responden yang diambil menggunakan secara sengaja dan jumlah sampelnya sebanyak 30 responden yang terdiri dari 30 petani yang melakukan kegiatan usaha tani kopi arabika di Desa Sibangun Mariah, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun.

Tabel 3.2 Jumlah Sampel Petani di Desa Sibangun Mariah

Desa	Jumlah Populasi Petani Kopi Arabika (KK)	Jumlah Sampel Petani Kopi Arabika (KK)
Sibangun Mariah	123	30

Sumber: Data Primer diolah 2020

3.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer berupa jumlah produksi kopi arabika, luas lahan, data lainnya yang diperoleh langsung dari wawancara langsung dengan petani kopi arabika. Data sekunder diperoleh dari berbagai instansi terkait, kantor kabupaten, kantor camat, kantor lurah/desa.

3.4. Metode Analisis Data

a). Untuk menyelesaikan masalah 1 digunakan analisis deskriptif yaitu menganalisis tingkat pendapatan berdasarkan data yang dihasilkan petani di daerah penelitian yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = \text{TR} - \text{TC}$$

$$\text{TR} = \text{Y} \cdot \text{PY}$$

Keterangan :

π = Pendapatan (Rp)

TR = Total penerimaan (Rp)

Y = Produksi yang diperoleh dalam suatu usaha tani (Kg)

PY = Harga Y (Rp)

TC = Biaya total (Rp)

b). Untuk menyelesaikan masalah 2 digunakan analisis deskriptif yaitu menganalisis tingkat efisiensi berdasarkan data yang dihasilkan petani di daerah penelitian yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{R/C} = \text{TR} / \text{TC}$$

c). Untuk menyelesaikan masalah 3 digunakan analisis deskriptif yaitu dengan mewawancarai langsung petani kopi arabika untuk mengetahui tentang saluran pemasarannya.

3.5 Definisi dan Batasan Operasional

3.5.1 Defenisi Operasional.

1. Kopi Arabika adalah spesies kopi pertama yang ditemukan dan dibudidayakan manusia hingga sekarang.
2. Luas lahan adalah luas yang digunakan dalam usahatani (Ha)
3. Jumlah produksi yaitu hasil produksi pertanian (kg/ha)
4. Harga adalah harga jual komoditi yang berlaku di tingkat petani pada saat pengambilan data (Rp)
5. Faktor produksi adalah semua korbanan yang diberikan pada tanaman agar tanaman tersebut mampu tumbuh dan menghasilkan dengan baik.
6. Penerimaan adalah hasil kali antara jumlah produksi (kg) dengan harga jual (Rp) dinyatakan dalam Rp.
7. Pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran yang dinyatakan dalam rupiah.
8. R/C ratio adalah perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya yang di keluarkan dalam jangka waktu satu tahun, diluar biaya investasi.
9. Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk dan jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

3.5.2 Batasan Operasional

1. Waktu Penelitian dimulai pada bulan Januari 2020
2. Penelitian dilakukan di Desa Sibangun Mariah, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun.
3. Penelitian yang dilakukan “Analisis Pendapatan dan Tingkat Efisiensi serta Saluran Pemasaran Usahatani Kopi Arabika (*Coffea arabica*) (Studi Kasus: Desa Sibangun Mariah Kecamatan Silimakuta Kabupaten).
4. Data yang digunakan adalah data dari Kantor Kepala Desa Sibangun Mariah dan Kantor Camat serta responden petani kopi arabika di Desa Sibangun Mariah Kecamatan Silimakuta Kabupaten Simalungun.