



ANALISIS RANTAI PASOK KOPI ARABIKA FLORES BAJAWA (AFB) DI USAHA KECIL MENENGAH (UKM) KAGHOMASA DESA RADABATA 1 KECAMATAN GOLEWA KABUPATEN NGADA

Martha Isabela N.Reo¹, Victoria Ayu Puspita², Viktoria Coo Lea³

Program Studi Agroteknologi^{1,2,3}

Sekolah Tinggi Pertanian Flores Bajawa^{1,2,3}

bellamartha049@gmail.com¹

Info Artikel

Histori Artikel:

Masuk:

01 Maret 2025

Diterima:

03 Maret 2025

Diterbitkan:

31 Maret 2025

Kata Kunci:

Kopi, Rantai Pasok,
Efisiensi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai pasok kopi Arabika Flores Bajawa di Desa Radabata 1, Kecamatan Golewa, Kabupaten Ngada. Responden dalam penelitian ini adalah anggota UKM, petani kopi, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Teknik pengambilan responden secara *purposive sampling*. Total seluruhnya berjumlah 40 responden. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuisioner kepada responden. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui gambaran setiap pelaku rantai pasok, seperti umur, pendidikan, jenis kelamin, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga, serta mendapatkan informasi tentang kondisi saluran pemasaran kopi di daerah penelitian. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengetahui harga jual kopi dan menganalisis biaya distribusi rantai pasok, margin distribusi rantai pasok, farmer's share, dan efisiensi distribusi rantai pasok kopi berdasarkan perhitungan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia seluruh responden berada dalam kelompok usia produktif. Pengalaman berusahatani terbanyak pada kisaran umur 10-15 tahun dengan persentase 30%. Luas lahan yang dimiliki petani terbanyak pada ukuran 20-50 are dengan persentase 37,5%. Struktur analisis efisiensi pemasaran menunjukkan farmer's share tertinggi ada pada struktur rantai 2 sebesar 30,7% dan efisiensi pemasaran tertinggi ada pada struktur rantai 1 yaitu sebesar 1,1%.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Sejak abad ke-19, kopi telah menjadi komoditi penting dalam perdagangan internasional. Kebutuhan kopi di seluruh dunia terus meningkat setiap tahunnya. Konsumsi kopi global meningkat sebesar 6,9% dari tahun 2008 hingga 2012 dengan rata-rata pertumbuhan 1,7% per tahun, menurut data *International Coffee Organization (ICO)* tahun 2014. Konsumsi kopi di Indonesia juga meningkat, menurut data Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) tahun 2014. Tercatat pertumbuhan 9,1% dari tahun 2008 hingga 2012, atau pertumbuhan rata-rata 2,3% per tahun (Santosa *et al.*, 2016).

Peningkatan produksi kopi harus diimbangi dengan peningkatan konsumsi kopi, tetapi produksi kopi Indonesia saat ini cenderung menurun. Satu di antaranya dipengaruhi oleh pengurangan luas perkebunan kopi. Ini berdasarkan data bahwa, pada tahun 2008, luas area perkebunan kopi adalah 1.295.110 ha, tetapi turun sebesar 4,62% menjadi 1.235.289 ha pada tahun 2012. Penurunan ini dapat menyebabkan pasokan bahan baku kopi yang dapat diolah berkurang. Untuk mengatasi masalah ini, Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian melakukan berbagai inisiatif untuk meningkatkan produksi kopi nasional. Salah satu inisiatif tersebut adalah dengan mempercepat ekspansi areal tanam perkebunan kopi (Ditjenbun, 2014).

Salah satu Kabupaten di Provinsi NTT yang memiliki potensi yang baik pada komoditi kopi adalah Kabupaten Ngada. Wilayah Kabupaten Ngada memiliki luas tanam sebesar 6.147 ha. Dari luasan tersebut, 5.351 ha diantaranya merupakan area pertanaman kopi Arabika dan sisanya 796 ha kopi Robusta dengan tingkat produktivitas 500-750 kg/ha (BPS, 2021). Pengembangan agribisnis komoditas kopi Arabika di Kabupaten Ngada masih cukup terbuka, baik melalui program perluasan, intensifikasi untuk meningkatkan produktivitas, maupun perbaikan mutu dan pengembangan industri hilir (Dinas Pertanian Kabupaten Ngada, 2015).

Dalam meningkatkan produksi kopi di Kabupaten Ngada terdapat beberapa masalah yang sering di hadapi oleh petani dimana, antara lain kurangnya akses terhadap modal atau keterbatasan modal. Hal ini membuat harga bahan baku menjadi lebih fluktuatif dan dapat berdampak langsung terhadap kontinuitas produksi industri kopi. Permasalah lainnya adalah keseragaman kualitas bahan baku yang sulit didapat sepanjang tahun. Selain itu masalah kemitraan juga merupakan salah satu masalah penting yang berakibat pada pengembangan industri kopi di Desa Radabata 1. Hal ini dikarenakan oleh adanya kepentingan dan kemauan yang berbeda, antara petani dan lembaga pemasaran lainnya. Petani seringkali mengalami kesulitan dalam mendistribusikan kopi hasil panen ke lembaga pemasaran tersebut. Hal ini disebabkan oleh akses transportasi terbatas, harga beli rendah, kuantitas hasil panen tidak mampu mencukupi permintaan bahan baku dari lembaga pemasaran. Berdasarkan uraian di atas peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai Analisis Rantai Pasok Kopi Arabika Flores Bajawa (AFB) di Usaha Kecil Menengah (UKM) Kaghomas Desa Radabata 1 Kecamatan Golewa Kabupaten Ngada.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UKM Kaghomas Desa Radabata 1 Kecamatan Golewa Kabupaten Ngada. Pemilihan lokasi penelitian ini secara *purposive sampling* didasarkan pada pertimbangan bahwa di daerah tersebut merupakan daerah penghasil kopi di Kabupaten Ngada, yang kajian tentang rantai pasok belum pernah dilakukan. Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Radabata 1 Kecamatan Golewa, Kabupaten Ngada dengan waktu penelitian dari bulan Januari 2024 sampai dengan bulan Agustus 2024.

Teknik Penentuan Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini diambil menggunakan *Snowball Sampling* dengan jumlah 40 orang terdiri dari 5 anggota UKM, 25 petani kopi, 2 pedagang pengumpul, 4 pedagang pengecer dan 4 konsumen.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik survei/observasi, wawancara dan dokumentasi.

Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer yang dikumpulkan meliputi karakteristik pelaku rantai pasok kopi arabika meliputi (umur, jenis kelamin, pengalaman berusaha dan lain sebagainya), luas areal komoditi kopi, jumlah produksi, harga pokok petani, harga yang diterima petani, saluran distribusi yang digunakan, alasan-alasan memilih saluran tersebut, jumlah pembelian pedagang pengumpul dan pengecer, harga beli/jual pedagang pengumpul dan pengecer, harga ditingkat konsumen, perilaku pelaku rantai pasok

dalam pendistribusian kopi seperti perjanjian harga, kualitas, dan sebagainya. Hubungan para petani dengan pemasok input produksi dan pedagang serta informasi lain yang diperlukan dalam penelitian ini.

Data primer diperoleh dengan cara pemberian kuisioner dan wawancara kepada para responden antara lain: 5 anggota UKM, 25 orang petani kopi, 2 pedagang pengumpul, 4 pedagang pengecer dan 4 konsumen dengan berpedoman kepada daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002). Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini antara lain: monografi desa, luas usaha pertanian hortikultura, jumlah penduduk, pendidikan dan mata pencaharian penduduk, keadaan iklim dan lain sebagainya. Data ini diperoleh dari laporan penelitian atau instansi terkait yang sudah resmi dipublikasikan.

Analisis Data

Dalam penelitian ini, kedua analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif digunakan. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui tentang karakteristik setiap pelaku rantai pasok seperti umur, pendidikan, jenis kelamin, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengetahui harga jual kopi dan biaya distribusi, *margin distribusi* rantai pasok, *farmer's share* dan efisiensi distribusi rantai pasok kopi berdasarkan perhitungan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran.

a. Analisis Karakteristik Pelaku Rantai Pasok Kopi

Untuk mengetahui karakteristik petani, pedagang pengumpul, pengecer, dan konsumen kopi, analisis deskriptif dilakukan pada tiap pelaku rantai pasok dengan menggunakan data kualitatif (umur, pendidikan, jenis kelamin, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga). Analisis jumlah, rata-rata, dan persentase digunakan.

b. Analisis Mekanisme Distribusi Rantai Pasok

Rantai pasokan kopi di Kecamatan Golewa Kabupaten Ngada menghadapi masalah kedua terkait mekanisme rantai pasokan, yaitu aliran produk, aliran informasi, dan aliran keuangan. Untuk menyelesaikan masalah ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Survei lapangan, yang melibatkan wawancara dan observasi sampel, digunakan untuk melakukan analisis ini. Ini akan memberikan gambaran tentang bagaimana aliran produk, informasi, dan uang bekerja. Hasil analisis penelitian menunjukkan bentuk struktur rantai pasok kopi di Desa Radabata 1, Kecamatan Golewa, Kabupaten Ngada.

c. Analisis Efisiensi Rantai Pasok

Pendekatan perhitungan biaya distribusi rantai pasokan, margin distribusi rantai pasokan, persentase petani, dan efisiensi distribusi rantai pasokan adalah indikator yang dapat digunakan untuk mengukur efisiensi rantai pasokan. Dalam penelitian ini, efisiensi diukur menggunakan biaya distribusi rantai pasokan, margin distribusi rantai pasokan, persentase petani, dan efisiensi distribusi rantai pasokan.

1. Biaya Distribusi Rantai Pasok

Biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan atau mengirimkan suatu produk yang meliputi biaya angkutan, biaya pengiriman, dan lain-lain. Menghitung besarnya biaya distribusi dapat menggunakan rumus menurut Soekartawi (1993) sebagai berikut:

$$BP = B1 + B$$

Keterangan:

BP = Biaya Distribusi (Rp/Kg)

B1 = Biaya Bongkar Muat (Rp/Kg)

B2 = Biaya Transportasi (Rp/Kg)

2. Margin Distribusi Rantai Pasok

Margin distribusi adalah perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir untuk suatu produk dan harga yang diterima petani produsen untuk produk yang sama. Untuk menghitung margin distribusi rantai pasok digunakan rumus (Prayitno *et al.*, 2013), yaitu:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M = Margin Distribusi (Rp/Kg)
 Pr = Harga Ditingkat Pengecer (Rp/Kg)
 Pf = Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)

3. *Farmer's Share*

Analisis ini digunakan untuk membandingkan harga yang diterima produsen atau petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir yang biasa disebut dengan *farmer's share*. Dapat digunakan rumus menurut (Hanafiah dan Saefuddin, 2011), sebagai berikut:

$$FS = \frac{P_{fi}}{P_{ri}}$$

Keterangan:

FS = *Farmer's Share* (%)

P_{fi} = Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)

P_{ri} = Harga Ditingkat Pedagang (Rp/Kg)

Kaidah Keputusan menurut Downey dan Erickson (1992) adalah:

- > 40% : Efisien
- < 40% : Tidak Efisien

4. Efisiensi Distribusi Rantai Pasok

Menurut Soekartawi (2002), rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung efisiensi pemasaran secara umum sebagai berikut:

$$EP = \frac{TBP}{TNP} \times 100 \%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Distribusi Rantai Pasok (%)

TBP = Total Biaya Produk (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produksi (Rp/Kg)

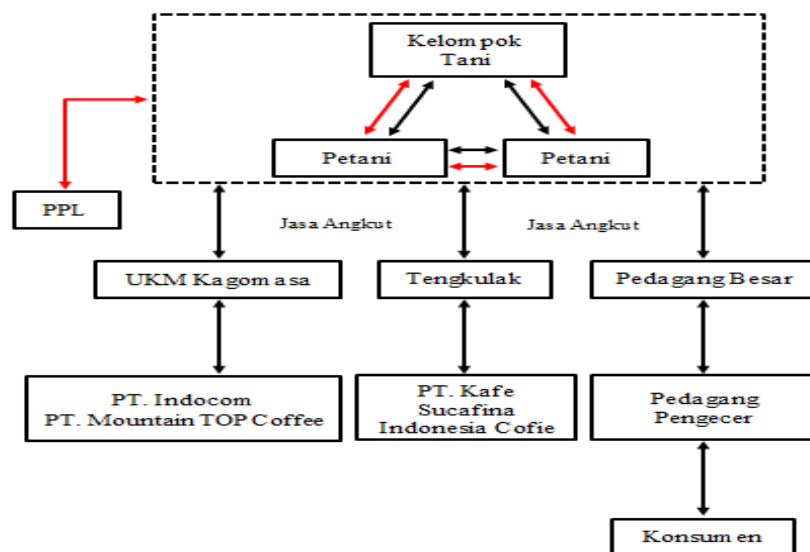
Kaidah keputusan menurut Roesmawaty (2011) adalah:

- 0 – 33% : Efisien
- 34 – 67% : Kurang Efisien
- 68 – 100% : Tidak Efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aliran Informasi Kopi Arabika Flores Bajawa di Desa Radabata 1

Aliran informasi dalam rantai pasok kopi Arabika Flores Bajawa di Desa Radabata 1 berjalan dua arah baik dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu. Berikut adalah skema aliran informasi:



Gambar. Aliran Informasi Kopi Arabika Flores Bajawa di Desa Radabata 1

Keterangan :

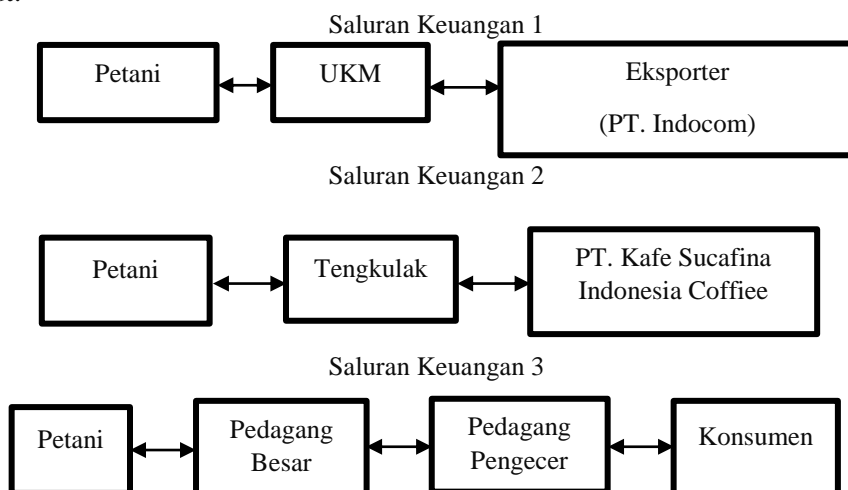
Hitam \longleftrightarrow Informasi Pemasaran

Merah \longleftrightarrow Informasi Budidaya Kopi

Hal ini dikarenakan terdapat pertukaran informasi antara pelaku rantai pasok di hulu dengan pelaku rantai pasok di sisi hilir. Di sisi hulu, petani, jasa pengangkutan, dan penyuluh pertanian adalah pelaku rantai pasok, dan di sisi hilir adalah UKM Kaghomasa, Tengkulak, Pedagang Besar, Pedagang Pengecer, dan konsumen. diantaranya: informasi harga kopi, informasi jumlah permintaan kopi, informasi persediaan produk kopi, informasi jadwal pengiliman kopi dan informasi budidaya kopi.

Aliran Keuangan

Menurut Pujawan dalam Aufar (2018), aliran keuangan mengalir dari konsumen ke pemasok atau dari hilir ke hulu. Dalam rantai pasok ini, aliran keuangan mengalir dari konsumen ke petani kopi (produsen), yang menerima uang untuk membeli produk yang dijualnya. Ada tiga saluran yang mengalir uang ini. Aliran keuangan tersebut terdiri dari komponen biaya serta keuntungan yang diterima oleh setiap mata rantai yang terlibat dan mengalir dari hilir ke hulu dan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 10. Aliran keuangan

Analisis Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Rantai Pasok Kopi Arabika Flores Bajawa

Analisis Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Rantai 1

Tabel. Analisis Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Rantai 1

No.	Lembaga Pemasaran	Biaya (Rp/Kg)	Share %
1.	Petani		
	Harga jual	23.000	
	<i>Farmer's Share</i>		25,6
2.	UKM Kaghomasa		
	Harga beli	23.000	
	Biaya transport	600	
	Biaya bongkar muat	400	
	Biaya pengolahan	10.000	
	Total biaya	11.000	
	Margin pemasaran	67.000	

	Keuntungan	56.000	
	Harga jual	90.000	
3.	PT Indocom		
	Harga beli	90.000	
	Total Biaya Pemasaran	1.000	
	Total Margin Pemasaran	67.000	
	Total keuntungan	56.000	
	Efisiensi Pemasaran		1,1

Sumber : data diolah, 2024

1. Biaya Distribusi Rantai Pasok

Biaya distribusi merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung, mulai produk lepas dari tangan petani hingga diterima konsumen. Berdasarkan tabel diatas, dalam pemasaran kopi AFB petani tidak mengeluarkan biaya dikarenakan petani menjual langsung ke UKM Kaghomasa. Petani menjual kopi ke UKM Kaghomasa dengan harga Rp. 23.000/kg. UKM Kaghomasa mengeluarkan biaya transportasi yaitu Rp. 600, biaya bongkar muat Rp. 400 dan biaya pengolahan sebesar Rp. 10.000. Total biaya yang dikeluarkan oleh UKM Kaghomasa adalah sebesar Rp. 11.000. Biaya-biaya tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan dalam pendistribusian kopi AFB untuk satu kali pemasaran kopi AFB.

2. Margin Distribusi Pada Rantai Pasok

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai total margin pemasaran untuk setiap satu kilogram kopi AFB adalah RP. 67.000/kg yang merupakan margin pemasaran pada tingkat UKM Kaghomasa. Total biaya pemasaran sebesar Rp.1.000 biaya pemasaran ini merupakan pemasaran ditingkat UKM Kaghomasa.

3. *Farmer's share* pada Rantai Pasok

Farmer's share merupakan indikator yang mengukur seberapa bagian yang diterima petani kopi AFB sebagai balas jasa atau kontribusi yang dilakukan terhadap harga jual akhir kopi pada sebuah saluran pemasaran. Dengan menggunakan pendekatan yang dipakai Downey dan Erickson (1992) bila bagian yang diterima produsen 40% maka farmers's share dikatakan efisien dan bila bagian yang diterima produsen 40% berarti farmer's share belum efisien. Pada saluran rantai pemasaran 1 ini, rata-rata harga jual yang diterima petani adalah Rp. 23.000/kg dan harga jual yang ditingkat saluran pemasaran akhir di PT. Indocom adalah Rp. 90.000 sehingga margin *farmer's share* adalah 25,6%, hal ini menyebabkan dalam saluran pemasaran 1 belum efisien karena petani menerima harga yang sangat murah.

4. Efisiensi Distribusi pada Rantai Pasok

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi distribusi rantai pasok kopi AFB pada saluran pemasaran 1 termasuk efisien yaitu sebesar 1,1 %, artinya apabila biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, maka semakin efisien saluran pemasaran dari produk tersebut hal ini didukung dengan penelitian menurut Roesmawaty (2011), yang mengatakan kaidah keputusan pada efisiensi distribusi rantai pasok adalah 0-33% termasuk efisien.

Analisis Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Rantai 2

Tabel. Analisis efisiensi pemasaran pada saluran rantai 2

No.	Lembaga Pemasaran	Biaya (Rp/Kg)	Share %
1.	Petani		
	Harga jual	23.000	
	<i>Farmer's Share</i>		30,667
2.	Tengkulak		
	Harga beli	23.000	
	Biaya transport	1.500	
	Biaya bongkar muat	500	
	Total biaya	2.000	
	Margin pemasaran	52.000	
	Keuntungan	50.000	
	Harga jual	75.000	
3.	PT. Kafe Sucafina Indonesia Cofie		
	Harga beli	75.000	
	Total Biaya Pemasaran	2.000	
	Total Margin Pemasaran	52.000	
	Total keuntungan	50.000	
	Efisiensi Pemasaran		2,7

Sumber : data diolah, 2024

1) Biaya Distribusi Rantai Pasok

Biaya distribusi merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung, mulai produk lepas dari tangan petani hingga diterima konsumen. Berdasarkan tabel diatas, dalam pemasaran kopi AFB petani tidak mengeluarkan biaya dikarenakan petani menjual langsung ke tengkulak. Petani menjual kopi ke tengkulak dengan harga Rp. 23.000/kg. Tengkulak mengeluarkan biaya transportasi yaitu Rp. 1.500 dan biaya bongkar muat Rp. 500. Total biaya yang dikeluarkan oleh tengkulak adalah sebesar Rp. 2.000. Biaya-biaya tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan dalam pendistribusian kopi AFB untuk satu kali pemasaran kopi AFB.

2) Margin Distribusi Pada Rantai Pasok

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai total margin pemasaran untuk setiap satu kilogram kopi AFB adalah RP. 52.000/kg yang merupakan margin pemasaran pada tingkat Tengkulak. Total biaya pemasaran sebesar Rp. 2.000 biaya pemasaran ini merupakan pemasaran ditingkat tengkulak.

3) *Farmer's share* pada Rantai Pasok

Farmer's share merupakan indikator yang mengukur seberapa bagian yang diterima petani kopi AFB sebagai balas jasa atau kontribusi yang dilakukan terhadap harga jual akhir kopi pada sebuah saluran pemasaran. Dengan menggunakan pendekatan yang dipakai Downey dan Erickson (1992) bila bagian yang diterima produsen 40% maka *farmers's share* dikatakan efisien dan bila bagian yang diterima produsen 40% berarti *farmer's share* belum efisien. Pada saluran rantai pemasaran 2 ini, rata-rata harga jual yang diterima petani adalah Rp. 23.000/kg dan harga jual yang ditingkat saluran pemasaran akhir di PT. Kafe Sucafina Indonesia Cofie adalah Rp. 75.000/kg sehingga margin *farmer's share* adalah 30,7%, hal ini

menyebabkan dalam saluran pemasaran 2 belum efisien karena petani menerima harga yang sangat murah.

4) Efisiensi Distribusi pada Rantai Pasok

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi distribusi rantai pasok kopi AFB pada saluran pemasaran 2 termasuk efisien yaitu sebesar 2,7 %, artinya apabila biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, maka semakin efisien saluran pemasaran dari produk tersebut hal ini didukung dengan penelitian menurut Roesmawaty (2011), yang mengatakan kaidah keputusan pada efisiensi distribusi rantai pasok adalah 0-33% termasuk efisien.

Analisis Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Rantai 3

Tabel. Analisis Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Rantai 3

No.	Lembaga Pemasaran	Biaya(Rp/Kg)	Share %
1.	Petani		
	Harga jual	23.000	
	<i>Farmer's Share</i>		27,05882
2.	Pedagang Besar		
	Harga Beli	23.000	
	Biaya Transport	600	
	Biaya Bongkar Muat	400	
	Biaya Sortasi	10.000	
	Total Biaya	11.000	
	Margin Pemasaran	52.000	
	Keuntungan	41.000	
	Harga Jual	75.000	
3.	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli	75.000	
	Biaya Transport	100	
	Total Biaya	100	
	Margin Pemasaran	10.000	
	Keuntungan	9.900	
	Harga Jual	85.000	
4.	Konsumen		
	Harga Beli	85.000	
	Total Biaya Pemasaran	1.100	
	Total Margin Pemasaran	62.000	
	Total Keuntungan	50.900	
	Efisiensi Pemasaran		1,3

Sumber : data diolah, 2024

1. Biaya Distribusi Rantai Pasok

Biaya distribusi merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung, mulai produk lepas dari tangan petani hingga diterima konsumen. Berdasarkan tabel diatas, dalam pemasaran kopi AFB petani tidak mengeluarkan biaya dikarenakan petani menjual langsung ke pedagang besar dan pedagang besar menjualnya kembali ke pedagang kecil. Petani menjual kopi ke pedagang besar dengan harga Rp. 23.000/kg. Pedagang besar mengeluarkan biaya transportasi yaitu Rp. 600, biaya bongkar muat Rp. 400 dan biaya sortasi

Rp. 10.000/kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar adalah sebesar Rp. 11.000. Pedagang besar menjual kembali ke pedagang pengecer dengan harga Rp. 75.000/kg. Pedagang pengecer hanya mengeluarkan biaya distribusi berupa biaya transportasi sebesar Rp. 100/kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 100/kg.

2. Margin Distribusi Pada Rantai Pasok

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram adalah Rp. 62.000/kg, untuk pedagang besar sebesar Rp. 52.000/kg Sedangkan pedagang kecil sebesar Rp. 10.000/kg. Biaya distribusi Kopi AFB dalam bentuk biaya operasional sebesar Rp. 1.100/kg. Biaya operasional tersebut biaya yang sering dikeluarkan oleh pedagang dalam setiap melakukan proses pemasaran.

3. *Farmer's share* pada Rantai Pasok

Farmer's share merupakan indikator yang mengukur seberapa bagian yang diterima petani kopi AFB sebagai balas jasa atau kontribusi yang dilakukan terhadap harga jual akhir kopi pada sebuah saluran pemasaran. Dengan menggunakan pendekatan yang dipakai Downey dan Erickson (1992) bila bagian yang diterima produsen >40% maka farmers's share dikatakan efisien dan bila bagian yang diterima produsen <40% berarti farmer's share belum efisien. Pada saluran rantai pemasaran 3 ini, harga jual yang diterima petani adalah Rp. 23.000/kg dengan Nilai persentase keuntungan petani atau bagian yang diterima petani adalah sebesar 27,1% dari harga tingkat konsumen yaitu Rp 85.000/kg. Hal ini menyebabkan dalam saluran pemasaran 2 belum efisien karena petani menerima harga yang sangat murah.

4. Efisiensi Distribusi pada Rantai Pasok

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi distribusi rantai pasok kopi AFB pada saluran pemasaran 3 termasuk efisien yaitu sebesar 1,3 %, artinya apabila biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, maka semakin efisien saluran pemasaran dari produk tersebut hal ini didukung dengan penelitian menurut Roesmawaty (2011), yang mengatakan kaidah keputusan pada efisiensi distribusi rantai pasok adalah 0-33% termasuk efisien.

Rekapitulasi Efisiensi Pemasaran Pada Tiga Struktur Rantai

Tabel. Rekapitulasi Efisiensi Pemasaran Pada Tiga Struktur Rantai

Struktur Rantai	Harga Di Tingkat Petani (Rp/Kg)	Harga Di Tingkat Lembaga Pemasaran (Rp/Kg)	Total Margin (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> %	Efisiensi Pemasaran %
Struktur rantai 1	23.000	90.000	67.000	25,6	1,1
Struktur rantai 2	23.000	75.000	52.000	30,7	2,7
Struktur rantai 3	23.000	75.000	62.000	27,1	1,3

Berdasarkan tabel ini rekapitulasi efisiensi pemasaran pada tiga rantai, bisa dilihat bahwa untuk farmer's share di struktur rantai satu adalah sebesar 25,6%, struktur rantai 2 adalah sebesar 30,7% dan struktur rantai 3 adalah sebesar 27,1% dengan demikian farmer's share tertinggi ada di struktur rantai 2. Namun bisa dikatakan dari ketiga struktur rantai ini belum bisa dikatakan efisien dikarenakan belum mencapai 40%. Hal ini didukung dengan penelitian menurut Downey dan Erickson (1992) bila bagian yang diterima produsen >40% maka farmers's share dikatakan efisien dan bila bagian yang diterima produsen <40% berarti farmer's share belum efisien.

Selanjutnya pada efisiensi pemasaran, bisa dilihat bahwa untuk struktur rantai 1 memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 1,1%, struktur rantai 2 sebesar 2,7%, dan struktur rantai 3 sebesar 1,3%. Dalam hal ini, nilai yang lebih rendah justru menunjukkan tingkat efisiensi yang lebih tinggi. Berdasarkan data tersebut, struktur rantai 1 muncul sebagai yang paling efisien dalam hal pemasaran, dengan nilai terendah yaitu 1,1%. Hal ini sejalan dengan prinsip bahwa semakin rendah nilai efisiensi pemasaran, semakin tinggi tingkat efisiensinya. Hal ini didukung oleh penelitian Roesmawaty (2011), yang menyatakan bahwa dalam kaidah keputusan efisiensi distribusi rantai pasok, nilai antara 0-33% termasuk dalam kategori efisien.

PENUTUP

Hasil kesimpulan dari penelitian Analisis Rantai Pasok Kopi Arabika Flores Bajawa (AFB) di Desa Radabata 1 Kecamatan Golewa Kabupaten Ngada adalah sebagai berikut: Penelitian ini mengidentifikasi tiga alur pemasaran utama untuk produk kopi AFB: a) Alur pertama melibatkan petani, Usaha Kecil Menengah (UKM), dan eksportir. b) Alur kedua terdiri dari petani, tengkulak, dan pedagang besar dan c) Alur ketiga melibatkan petani, pedagang besar, pedagang kecil, dan konsumen akhir.

Terdapat tiga karakteristik utama dari pelaku rantai pasok kopi AFB yang usia seluruh responden berada dalam kelompok usia produktif. Kedua pengalaman berusahatani terbanyak pada kisaran umur 10-15 tahun dengan persentase 30% dan ketiga luas lahan yang dimiliki petani terbanyak pada ukuran 20-50 are dengan persentase 37,5%.

Dari ketiga struktur analisis efisiensi pemasaran menunjukkan dimana *Farmer's share* tertinggi dari ketiga struktur rantai ada pada struktur rantai dua sebesar 30,7%, namun belum bisa dikatakan efisien karena kurang dari 40%. Sedangkan pada efisien pemasaran dari ketiga struktur rantai yang tinggi terdapat pada struktur rantai satu yaitu sebesar 1,1% dimana semakin kecil persentasenya maka semakin efisiensi.

DAFTAR PUSTAKA

- International Coffee Organization (ICO). 2014. *Statistics world coffee compstion*. Available online at <http://www.ico.org>
- Santosa, Heru Rizka, dkk. 2016 *Respons Pertumbuhan Kopi Robusta (Coffea Robusta L.) Tercekam Aluminium di Lahan Reklamasi Bekas Tambang Batubara Bervegetasi Sengon (Periodes El Nino) PT. Kutai Energy, Kalimantan Timur*.
- Ditjenbun. 2014. *Percepatan perluasan dan peremajaan tanaman kopi*. Hasan, Iqbal. 2002. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta. Ghalia Indonesia
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Ngada. (2022). *NTT dalam angka*.
- BPS Kabupaten Ngada (2021). *Kabupaten Ngada dalam angka*.
- Dinas Petanian Kabupaten Ngada, 2015. *Sebaran Perkebunan Produksi dan Produktivitas Perkebunan Kopi.Kabupaten Ngada*