

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1 Tanaman Kopi

Kopi adalah spesies tanaman berbentuk pohon yang termasuk dalam famili Rubiaceae dan genus *Coffea*. Tanaman ini tumbuh tegak, bercabang, dan tingginya mencapai 12 m. Daunnya bulat telur dengan telur agak meruncing. Daun tumbuh berhadapan pada batang, cabang, dan ranting. Kopi mempunyai sistem percabangan agak berbeda dengan tanaman lain. Tanaman ini mempunyai beberapa jenis cabang yang sifat dan fungsinya berbeda.

Adapun jenis-jenis kopi :

1. Kopi liberika

Kopi liberika berasal dari angola, kemudian masuk ke Indonesia pada tahun 1965. Meskipun sudah cukup lama masuk ke Indonesia, tetapi hingga kini jumlahnya masih terbatas karena kualitas buah dan rendemennya rendah.

2. Kopi golongan ekselsa

Kopi golongan ekselsa mempunyai adaptasi iklim lebih luas seperti kopi liberika dan tidak terlalu peka terhadap penyakit HV. Jenis ini banyak dibudidayakan di dataran rendah yang basah, yaitu daerah yang tidak sesuai untuk kopi robusta.

3. Kopi arabika (*coffea arabica*)

Kopi arabika berasal dari Etiopia dan Abesenia. Kopi ini merupakan jenis pertama yang dikenal dan dibudidayakan.

4. Kopi robusta

Kopi robusta berasal dari Kongo, kopi ini masuk keindonesia pada tahun 1900. Oleh karena mempunyai sifat lebih unggul, kopi ini sangat cepat berkembang. Bahkan , kopi robusta termasuk jenis yang mendominasi perkebunan kopi diindonesia hingga saat ini.

(Siska, 2019)

Kopi merupakan salah satu komoditas yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu kopi Robusta (*coffea canephora*) dan kopi arabika (*coffea arabica*).

1. Kopi Robusta (*coffea canephora*)

kopi robusta berasal dari kata “robust” yang artinya kuat, sesuai dengan gambaran postur (body) atau tingkat kekentalannya yang kuat, Robusta dapat tumbuh didataran rendah , namun lokasi paling baik untuk membudidayakan tanaman ini pada ketinggian 400-800 meter dpl. Kopi robusta sangat cocok ditanam didaerah tropis yang basah.

2. Kopi Arabika (*Coffea Arabica*)

kopi arabika diduga pertama kali diklasifikasikan oleh seorang ilmuwan swedia bernama carl linnaeus (Carl von linne) pada tahun 1753. Kopi arabika tumbuh didaerah ketinggian 700-1700 meter dpl dengan suhu 16-20 c, beriklim kering tiga bulan berturut-turut.

2.1.2. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan salah satu dari saluran pemasaran yaitu yang memiliki peran yang sangat penting dalam menyalurkan suatu produk atau

barang dari petani ke pedagang sampai ke pabrik. Saluran pemasaran adalah melakukan kerja dengan pemindahan barang dari petani ke pedagang ke mudian ke pabrik. Hal ini mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikannya yang memisakan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkan (Abdullah & Francic, 2013)

2.1.3 Pendapatan Usahatani

Dalam pemasaran pada umumnya berkaitan langsung dengan masalah harga suatu produk. Apakah harga sudah sesuai dengan kualitas produk? Berapakah harga yang sesuai? Jika penentuan dan penetapan harga tidak sesuai dengan kondisi produk, tentu saja akan menjadi masalah bagi pemasar. Misalnya harga yang ditetapkan terlalu mahal atau terlalu murah untuk produk dengan kualitas tertentu. Jika penetapan harga produk terlalu mahal, tidak sesuai dengan kualitasnya, konsumen akan cenderung meninggalkannya dan mencari produk sejenis lainnya. Sebaliknya jika penetapan harga produk terlalu murah, konsumen ada kemungkinan akan membeli dalam jumlah relatif banyak. Pada akhirnya kedua kesalahan penetapan harga produk diatas, sama-sama menimbulkan kerugian pada produsen (Sunyoto, 2013).

Menurut Rahim (2009) Produksi pertanian(on-farm) merupakan fokus pertama yang akan mempengaruhi proses selanjutnya hingga menghasilkan output. Produksi dapat dinyatakan sebagai perangkat prosedur dan kegiatan yang terjadi dalam penciptaan komoditas berupa kegiatan usahatani maupun usaha lainnya. Proses produksi atau lebih dikenal dengan budidaya tanaman atau komoditas pertanian merupakan proses cara bercocok tanam atau budidaya dilahan untuk menghasilkan bahan segar (raw material). Bahan segar tersebut dijadikan bahan baku untuk menghasilkan bahan setengah jadi (work in proses) atau barang jadi (finished product) di industri-industri pertanian atau dikenal dengan nama agroindustri (agrifood industry).

Biaya usaha biasanya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

1. Biaya tetap (fixed cost)

Biaya merupakan biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan usaha mengumpulkan biji kopi kering yang besar kecilnya tidak tergantung dari besar kecilnya output yang diperoleh, misalnya pajak, sewah tempat, timbangan, timbangan kadar air, jarum penjahit karung.

2. Biaya tidak tetap (variable cost)

Biaya merupakan biaya yang dikeluarkan untuk usaha untuk mengumpulkan biji kopi kering yang besar kecilnya dipengaruhi oleh perolehan output, misalnya tenaga kerja, tali plastik, retribusi dan karung.

Analisa pendapatan tujuannya untuk menggambarkan keadaan usaha untuk memberikan bantuan dalam mengukur keberhasilan usaha pedagang pengumpul kopi. Menurut Rasyaf (2011) menggunakan rumus sebagai berikut :

Rumus penerimaan pemasaran:

$$M = (H_j \cdot Q) - (H_p \cdot Q)$$

Dimana :

M = Penerimaan pemasaran (Rp/minggu)

H_p = Harga pembelian Biji kopi kering (Rp/kg)

H_j = Harga jual Biji kopi kering (Rp/kg)

Q = Jumlah biji kopi kering (Rp/kg)

Untuk Mencari Pendapatan usaha pedagang pengumpul kopi :

$$\Pi = M - B_i$$

Dimana:

B_i = Biaya pemasaran i ($i=1,2,3...$ banyak jenis pembiayaan) (Rp/minggu)

M = Penerimaan pemasaran (Rp/minggu)

Π = Besarnya pendapatan yang diterima (Rp/minggu)

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Menurut Penelitian Fithri Mufriantie (2016) Berdasarkan hasil penelitian di Desa Bayung, Kecamatan Seberang Musi, Kabupaten Kepahiang, maka dapat disimpulkan bahwa total biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul biji kopi kering dengan rata-rata sebesar Rp.106.940.463 dan pendapatan pedagang pengumpul biji kopi kering yaitu dengan rata-rata sebesar Rp.1.059.537 per minggu Pendapatan tersebut sudah bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari, karena lebih tinggi dari Upah Minimum Regional saat ini.

Menurut Sri Sugiarti (2010) Sistem pemasaran kopi di kecamatan Bermani Ulu Raya telah bekerja kurang efektif, artinya dapat menyalurkan kopi yang dihasilkan dari Tingkat petani ke tingkat konsumen dengan lancar tetapi pasar dimana Lembaga pemasaran kopi bekerja adalah oligopsoni pada tingkat pedagang besar di daerah konsumsi. Sistem pemasaran kopi di kecamatan Bermani Ulu Raya telah berjalan kurang efisien. Hal ini ditunjukkan rendahnya bagian harga yang diterima petani dan penyebaran margin, biaya dan keuntungan yang belum merata pada tingkat lembaga pemasaran.

Hasil peneliti Candra Desiana (2017) Rata-rata biaya, keuntungan dan margin pemasaran kopi robusta di Desa Kalijaya pada saluran pemasaran I dan II. Pada saluran pemasaran I petani menjual ke pengepul sebesar Rp16.400,00 per kilogram. Pedagang pengumpul menjual kopi robusta pada konsumen industri

dengan harga Rp 16.710,00 per kilogram. Dalam penjualan kopi robusta ke konsumen industri, pedagang pengumpul mengeluarkan biaya sebesar Rp 75,00 per kilogram dan pengumpul memiliki keuntungan sebesar Rp 235,00 per kilogram. Jadi biaya total pemasaran saluran I sebesar Rp 75,00 per kilogram, margin total pemasaran sebesar Rp 310,00 per kilogram, keuntungan total pemasaran sebesar Rp 235,00 per kilogram, dan Farmer's share 98,14 persen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani menjual kopi Robusta dalam bentuk kopi beras (green bean) lebih menguntungkan dibandingkan dengan menjual dalam bentuk kopi gelondong (buah kopi merah). Hal ini dikarenakan margin pemasaran yang lebih rendah yakni sebesar Rp. 29.448,11/Kg dibandingkan dengan margin pemasaran petani yang menjual dalam bentuk kopi gelondong yakni sebesar Rp.42.133,33/Kg, (Siska Tri Wulandari, 2023)

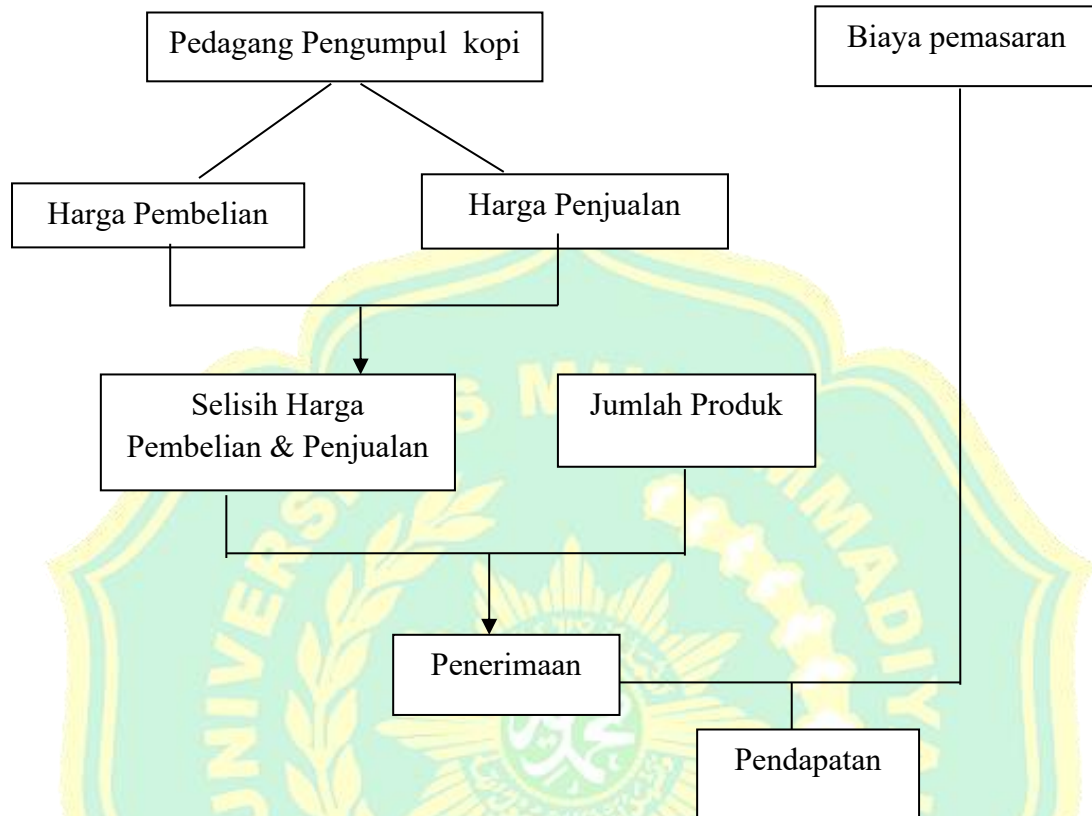
2.3 Kerangka Pemikiran

Kopi merupakan salah satu jenis komoditas unggulan dari sub sektor perkebunan karena sebagian besar produksinya ditujukan untuk memenuhi permintaan pasar luar negeri ataupun dalam negeri, bila dikaitkan dengan usahatani kopi dipedesaan banyak hal yang perlu dipertimbangkan dalam mencapai tujuan usahatani yaitu tujuan yang optimal dan pendapatan yang maksimal.

Usaha pedagang pengumpul kopi yang merupakan sumber pendapatan bagi pedagang pengumpul kopi, sehingga pedagang pengumpul harus memerlukan strategi dalam pembelian maupun penjualan untuk memperoleh keuntungan.

Pengumpul mendapatkan kopi langsung dari para produsen atau petani dan dijual lagi ke pedagang besar dengan berbagai biaya seperti : karung, tenaga kerja,

tali plastik, dan biaya transportasi. Untuk lebih jelas dilihat dari kerangka pemikiran yang digambarkan pada skema.



Gambar 1. Kerangka pemikiran pendapatan pedagang pengumpul kopi

2.4 Hipotesis

Pedagang Pengumpul kopi di desa Lubuk Resam Kecamatan Seluma Utara Kabupaten Seluma memberikan pendapatan rata-rata sebesar Rp. 2.000.000,-/minggu