

EFISIENSI SALURAN DISTRIBUSI PEMASARAN KOPI RAKYAT DI DESA GENDING WALUH KECAMATANSEMPOL (IJEN) BONDOWOSO

Yayuk Indrasari

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember
Jl. Karimata No. 49, Jember 68121
Email: Yayukindrasari390@gmail.com

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan saluran distribusi manakah yang lebih efisien dalam pemasaran kopi rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Kabupaten Bondowoso. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research*. Sampel sebanyak 6 dari petani kopi. Jenis data yang di gunakan yaitu data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari lapangan. Untuk memperoleh data primer maka penulis langsung datang ke sumbernya atau diperoleh dengan menggunakan metode wawancara. Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, dan data sekunder biasanya terwujud data dokumentasi yang berupa data yang diperoleh dari sumber tidak langsung seperti dari majalah, keterangan keterangan atau publikasi lainnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif, kualitatif. Hasil menunjukkan pada efisiensi saluran distribusi pemasaran kopi rakyat yaitu, saluran distribusi II lebih efisien dibanding saluran distribusi I.

Kata kunci: Efisiensi; saluran distribusi.

Abstract: *The purpose of this study is to know and explain us which distribution channels are more efficient in marketing people's coffee in GendingWaluh Village, Sempol District (Ijen), Bondowoso Regency. This type of research used in this research is explanatory research. A 6 sample from coffee's farmers. The types of data that used are primary and secondary data. Primary data is data collected by researchers directly from the field to obtain primary data, the writer directly comes to the source or it is obtained using the interview method. Then, thesecondary data is data is not collected by researcher, and secondary data is usually manifested in the form of data documentation that comes form data obtained and it is not comes from indirect sources such as magazines, information or other publications. The technique of data analysis that used is descriptif analysis of qualitative technique. The results show that the efficiency of the distribution channel of the people's coffee marketing is the distribution channel II because it is more efficient than the distribution channel I.*

Keywords: *Efeciency; distribution channel.*

PENDAHULUAN

Perkebunan memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia namun tidak diimbangi dengan peningkatan luas areal untuk tanaman perkebunan sehingga diperlukan adanya revitalisasi perkebunan. Komoditas perkebunan yang pernah berjaya dimasa lalu dengan komoditas-komoditas unggulan secara internasional, seperti tebu, kopi, rempah-rempah dan lain sebagainya. Revitalisasi juga harusdipandang proses untuk menyegarkan kembali perkebunan, membangun daya saing, meningkatkan kinerja, serta mensejahterahkan pelakunya, terutama petani pekebun sebagai bagian dari usaha untuk mensejahterakan seluruh rakyat (Wibowo, 2007).

Salah satu komoditas tanaman perkebunan yang dikembangkan ialah kopi. Kopi merupakan komoditi ekspor yang mempunyai nilai ekonomis yang relatif tinggi di pasaran dunia. Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu sentra perkebunan kopi rakyat, perkebunan tersebut banyak ditanami kopi arabika dan robusta terutama di kawasan pegunungan Ijen-

Raung. Khususnya yaitu di Kecamatan Sempol (Ijen) Kabupaten Bondowoso, yang mana di daerah tersebut masuk dalam 10 perkebunan terluas dan selain itu petani mengusahakan menanam kopi di tanah hutan lindung milik Perhutani. Pihak Perhutani mempercayakan lahan hutan kepada LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) untuk menggunakan lahan disekitar hutan dengan syarat menjaga pohon sekitar hutan agar selalu lestari dan petani diberikan kebebasan untuk menanam kopi di sekitarnya.

Namun ada kendala dalam pemasaran kopi di Kecamatan Sempol (Ijen) yaitu adalah saluran pemasaran yang panjang melibatkan banyak lembaga pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran, harga ditingkat konsumen akan semakin tinggi, sehingga keuntungan dari tingginya harga tidak dinikmati petani, melainkan di nikmati pedagang perantara. Oleh sebab itu, dikhawatirkan perbedaan margin pemasaran yang tinggi akan merugikan petani sebagai produsen. Padahal salah satu cara memasarkan kopi secara efisien adalah dengan mengurangi margin pemasarannya. Kurangnya informasi pasar menyebabkan

kurangnya pengetahuan petani mengenai kondisi pasar. Hal ini mengakibatkan posisi tawar petani dalam menentukan harga jual kopi menjadi lemah, sehingga petani lebih sering sebagai penerima harga. Harga kopi sangat ditentukan oleh para pedagang dan pabrik milik PTPN.

Setiap lembaga pemasaran kopi yang terlibat melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran tersebut mengakibatkan bertambahnya biaya pemasaran. Sehingga semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tinggi biaya yang dikeluarkan sehingga semakin tinggi pula harga kopi yang dibayarkan perusahaan eksportir. Oleh sebab itu diindikasikan pemasaran kopi tersebut tidak efisien. Atas dasar itulah peneliti mengambil judul “Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Bondowoso”

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran menurut Suyanto (2007) adalah proses sosial dan manajerial yang seseorang atau kelompok lakukan untuk memperoleh yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.

Manajemen Pemasaran

Catur Rismiati dan Bondan Sutrisno (2001:33) menyatakan manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian atas program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan organisasional.

Konsep Manajemen Pemasaran

Stanton (1978) Menyatakan Konsep Pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Bauran Pemasaran

Hurriyati (2008) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir, dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Saluran Distribusi

Kotler (2003) menyatakan, Marketing channels are sets of interdependent organizations involved in the process of making a product or service available for use or consumption. Pendapat lain juga menyatakan, place (distribusi) termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran (Kotler dan Armstrong, 1997).

Efisiensi Saluran Distribusi

The Liang Gie (1984; 193) mengemukakan efisiensi dapat diartikan sebagai perbandingan terbaik antara input usaha dengan output antara biaya dan usaha atau antara ongkos dan kenikmatan yang dicapai.

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Data Primer
Data primer yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari lapangan. Untuk memperoleh data primer maka penulis langsung datang kesumbernya atau diperoleh dengan menggunakan metode wawancara.
- b. Data Sekunder
Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, dan data sekunder biasanya terwujud data dokumentasi yang berupa data yang diperoleh dari sumber tidak langsung seperti dari majalah, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara
Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2012).
2. Dokumentasi
Dokumentasi merupakan bukti pencatatan yang menggunakan alat bantu seperti buku catatan yang digunakan untuk mencatat informasi yang relevan selama melakukan penelitian di lapangan.

Teknik Analisis Data

Menurut Rasuli (2007), teknik untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat digunakan rumus:

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Dimana:

EP = Efisiensi Saluran Distribusi (Rp)

BP = Biaya Pemasaran

NP = Nilai Produk (Rp)

Keterangan:

Jika $EP > 1$ = Tidak Efisien

Jika $EP < 1$ = Efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Tempat Penelitian

Desa Kalianyar/Gending Waluh, Dusun Curah Macan, adalah lokasi tapak wisata Kawah Wurung yang belum lama dikelola oleh pemerintah Kabupaten Bondowoso bersama masyarakat lokal, namun sangat pesat perkembangannya karena memiliki keunikan dan kekhasan. Dan saat ini Desa Kalianyar merupakan pemasok kopi rakyat jenis Arabica berkualitas ekspor di Kecamatan Ijen (dahulu Sempol) khususnya, dan di Kabupaten Bondowoso pada umumnya. Beberapa tahun lalu Kabupaten Bondowoso mendeklarasikan daerahnya sebagai Republik Kopi. Dan sektor pertanian merupakan sektor paling utama sebagai mata pencaharian penduduk. Sektor pertanian juga merupakan sebagai sumber penghasilan masyarakat. Dan perkebunan di Desa Gending Waluh Kecamatan Ijen Kabupaten Bondowoso terdiri dari perkebunan kopi, yaitu perkebunan kopi rakyat dan perkebunan kopi milik swasta.

Karakteristik Kopi Rakyat

Sebagian besar penduduk Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Kabupaten Bondowoso bekerja di PTPN dan sebagiannya lagi sebagai petani sayur atau kopi rakyat. Petani kopi rakyat mengusahakan tanaman kopi di tanah hutan lindung milik Perhutani. Pihak Perhutani mempercayakan lahan hutan kepada LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) untuk menggunakan lahan disekitar hutan dengan syarat menjaga pohon sekitar hutan agar selalu lestari dan petani diberikan kebebasan untuk menanam kopi di sekitarnya.

Sejak tahun 2012 sebagian penduduk Desa Gending Waluh berinisiatif untuk membuat kebun kopi milik pribadi yang saat ini di sebut kopi rakyat dengan tujuan untuk menambah penghasilan selain

penghasilan yang di dapat dari bekerja di PTPN bagi para pekerja dan menambah penghasilan untuk para petani selain dari hasil panen. Desa Gending Waluh memiliki curah hujan yang memang sangat sesuai dengan syarat tumbuh kopi, selain karena kesesuaian tempat, alasan lain petani membudidayakan kopi rakyat yaitu karena kopi memiliki penawaran harga yang tinggi, panen yang cepat, dan tidak diganggu oleh kera.

Tanah yang di tanami kopi rakyat merupakan tanah hutan atau ladang yang masih subur. Bibit kopi yang di gunakan adalah bibit kopi yang berasal dari biji kering yang jatuh di perkebunan. Kopi rakyat yang di tanam memiliki luas bermacam-macam tergantung kesanggupan dari petani kopi. Dan untuk pemupukan dilakukan oleh petani biasanya menggunakan pupuk urea, ZA dan Poska. Biasanya komposisi pupuk yang di gunakan oleh petani yaitu 1kw urea untuk 1ha, 1kw ZA untuk 1ha, dan 0,5 kw poska untuk 1ha. Komposisi pupuk yang sesuai anjuran tersebut dikarenakan tanah hutan atau ladang yang di gunakan masih sangat subur. Namun tidak semua petani melakukan pemupukan dikarenakan keterbatasan modal yang dimiliki petani untuk membeli pupuk sehingga hal tersebut yang mempengaruhi hasil produksi kopi.

Perawatan tanaman kopi meliputi pemangkasan cabang primer, peremajaan, serta pencegahan dan pengendalian hama, penyakit, dan gulma. Pemangkasan dilakukan oleh para petani yaitu seperti pemangkasan cabang primer dan peremajaan. Hal tersebut dilakukan agar produksi bunga untuk musim selanjutnya menjadi lebih bagus. Pencegahan dan pengendalian hama, penyakit dan gulma dilakukan secara sederhana dan tradisional. Para petani di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) tidak pernah menggunakan pestisida dalam mengendalikan hama, penyakit dan gulma. Apabila terserang hama dan penyakit hanya dilakukan pemangkasan atau pemotongan. Gulma di kendalikan dengan cara mencabut atau menyangi gulma yang mengganggu pertumbuhan kopi.

Panen kopi dilakukan pada bulan 5 hingga bulan 8 (Mei-Agustus). Proses pemanenan dilakukan secara manual yaitu memetik kopi yang telah berwarna merah atau disebut dengan teknik petik merah. Biasanya pada saat pemanenan dilakukan oleh tenaga kerja dengan upah Rp. 40.000 dari jam 07.00-12.00/hari. Hasil panen kopi di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) rata-rata 1 ton hingga 3 ton tergantung kelebatan pohon kopi dan luas lahan kebun. Hal ini masih jauh dari standart jumlah panen pada umumnya yang dapat menghasilkan 4 ton kopi gelondong.

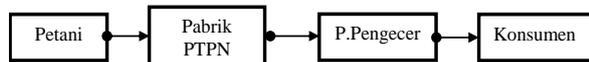
Budidaya kopi yang dilakukan oleh petani kopi di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Kabupaten Bondowoso biasanya lebih banyak menggunakan tenaga kerja dalam keluarga. Tenaga kerja luar keluarga hanya dibutuhkan pada saat pemupukan dan pemanenan saja bagi petani yang memiliki lahan yang luas. Namun bagi para petani yang memiliki lahan sempit, seluruh proses budidaya dilakukan oleh tenaga kerja dalam keluarga.

Harga kopi gelondog di tangan petani kopi di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) per kilo sekitar Rp. 8.500 hingga Rp.9.000 tergantung kualitas kopi yang dihasilkan dan saluran distribusinya. Pemasaran hasil kopi gelondong pada umumnya dijual sendiri oleh petani kepada pabrik PTPN/Gudang dan pedagang pengumpul. Beda halnya jika petani memproduksi sendiri kopi tersebut misal dari kopi gelondong sampai menjadi kopi kering, harga kopi akan lebih mahal jika di jual, perkilo bisa Rp. 35.000 sampai Rp. 55.000 dengan sasaran pemasaran yaitu wisatawan. Karena keterbatasan peralatan dan menghemat pengeluaran dalam memproduksi sendiri petani kopi di Desa Gending Waluh maka petani lebih memilih menjual kopi secara gelondong.

Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat

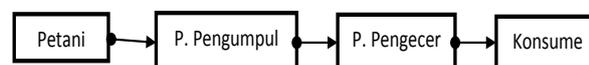
Saluran pemasaran yang digunakan oleh petani kopi rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol Kabupaten Bondowoso ada 2 saluran yaitu:

Saluran Pemasaran 1



Berdasarkan Gambar diatas, dapat diketahui pola saluran pemasaran 1 diatas termasuk saluran pemasaran 2 tingkat. Saluran 2 tingkat (*Two Level Channel*) merupakan saluran pemasaran yang melibatkan 2 lembaga pemasaran dalam memasarkan kopi rakyat dari produsen ke tangan konsumen potensial maupun konsumen akhir. Saluran pemasaran ini terdiri dari petani, gudang/pabrik PTPN XII, pedagang pengecer, dan konsumen. Kebanyakan petani kopi rakyat di Desa Gending Waluh menggunakan saluran ini, karena menurut petani kopi tersebut harga lebih pasti dan tidak mengeluarkan biaya angkut, karena perwakilan atau mandor dari PTPN XII mendatangi langsung ke lokasi perkebunan, jika mandor sibuk dalam penimbangan kopi milik swasta atau PTPN maka petani kopi rakyat hanya perlu mengantarkan ke lokasi penimbangan kopi milik swasta.

Saluran Pemasaran 2



Berdasarkan Gambar di atas, dapat diketahui pola saluran pemasaran 2 termasuk saluran pemasaran 2 tingkat. Saluran 2 tingkat (*Two Level Channel*) merupakan saluran pemasaran terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Pada pola saluran distribusi ini petani kurang berminat atau tertarik karena harga yang kurang pasti, dianggap harga dari pedagang pengumpul kurang pasti yaitu karena pengumpul mengikuti harga dari pasaran yang menurut para petani kopi rakyat harga pasaran juga kurang pasti, sebagian dari petani kopi rakyat mengguguk pola saluran ini jika petani kopi rakyat sudah mendapatkan informasi tentang harga pasaran.

Hasil Wawancara Dengan Petani

Wawancara atau *interview* adalah tanya jawab atau pertemuan dengan seseorang untuk suatu pembicaraan. Metode wawancara dalam konteks ini berarti proses memperoleh suatu fakta atau data dengan melakukan komunikasi langsung (tanya jawab secara lisan) dengan responden penelitian, baik secara temui wicara atau menggunakan teknologi komunikasi (jarak jauh). Wawancara ini dapat dipakai untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi. Berikut ini adalah rangkuman hasil wawancara dengan petani kopi rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Bondowoso.

Tabel 1. Hasil Wawancara Dengan Petani Kopi Rakyat di Desa Gending Waluh 2019

No	PertanyaanPenelitian	JawabanResponden
1	Sejakkapananda menanam kopi ?	Saya menanam kopi sejak tahun 2014, karena melihat saudara saya menanam kopi sukses maka saya juga mencoba menanam kopi.
2	Berapa luas kopi yang anda tanam ?	Luas kebun kopi milik bapak samin adalah 1 ½ H.a
3	Berapa ton/kwintal yang bapak panen pertahun ?	Kopi yang saya panen pertahun sekitar 2 ½ atau sekitar 3 ton.
4	Berapa harga jual kopi (Rp/Kg) ?	Harga jual kopi setiap tahunnya berbeda”, kisarannya sekitar Rp. 8.000 – Rp. 9.000 per Kg, untuk tahun ini harga kopi per Kg Rp. 8.900.
5	Kepada siapa bapak menjual kopi tersebut ?	Saya menjual kopi hasil panen kepada pedagang pengumpul atau pada pihak pabrik perkebunan PTPN
6	Dalam setiap kali panen	Pendapatan yang di dapat

berapakah hasil yang anda dapat ?

tidak tentu karna jika melalui proses perhitungan maka bisa di katakan lumayan, karena bisa membantu biaya anak yang masih kuliah

7 Apakah ada kesepakatan dengan perusahaan lain dalam penentuan harga ?

Tidak, karena harga mengikuti harga pasaran, harga pasaran naik maka harga jual dari petani juga naik dan begitu sebaliknya

8 Berapa pekerja yang di butuhkan ?

Untuk panen dan perawatan kopi membutuhkan sekitar 11 pekerja dalam jangka waktu 10 hari untuk perawatan dan pasca panen pertama membutuhkan 11 pekerja dalam jangka waktu 9 hari dan pasca panen kedua membutuhkan 11 pekerja dalam jangka waktu kerja 6 hari. 1 hari jam kerja dari 07.00-12.00.

Sumber: Bapak Samin Pemilik Kopi Rakyat di Desa Gending Waluh 2019

Biaya yang Dikeluarkan Petani

Kebutuhan untuk perawatan kopi salah satunya yaitu pupuk, yaitu sebanyak 9 kwintal dan membutuhkan pekerja sebanyak 11 orang dalam jangka waktu 10 hari dengan upah sebesar Rp 40.000 per hari dari jam 07:00-12.00. dan untuk biaya transport pembelian pupuk tersebut sebesar Rp 300.000 plus biaya bahan bakar. Selain biaya perawatan yaitu biaya pasca panen, biaya pasca panen adalah biaya yang di keluarkan oleh petani untuk memanen kopi, biaya yang di keluarkan meliputi biaya gaji pekerja, biaya sewa atau biasa di sebut dengan sharing. Petani memanen kopi 2 kali dalam 1 Tahun, biasanya panen kopi pertama akan lebih banyak hasil panennya di banding panen kopi yang kedua. Panen di lakukan dalam jangka waktu 9 hari dengan 11 orang pekerja dan upah sebesar Rp. 40.000 perhari dari jam 07.00-12.00 serta pembayaran sewa/sharing tanah di lakukan pasca panen pertama. Panen ke-dua di lakukan dalam jangka waktu 6 hari dengan 11 orang pekerja dan upah sebesar Rp.40.000 perhari dari jam 07.00-12.00, dan biaya perawatan pick up, tidak ada pembayaran sewa karena pembayaran sewa di lakukan di awal panen kopi.

Pendapatan Setelah Panen

Penjualan kopi secara gelondong dengan berat bersih 1 kg seharga Rp. 8.900. bapak Samin memanen kopi dalam 1 tahun yaitu 2 kali panen dengan luas kebun 1 ½ hektar. Panen pertama yaitu di bulan Mei

dengan berat hasil panen 3 ton, dan panen kedua di bulan Agustus dengan hasil panen seberat 2 ton pada tahun 2019.

Tabel 2. Pendapatan Petani Setelah Panen 2019

No	Bulan	Berat hasil panen	Harga per Kg	Pendapatan
1.	Mei	3 ton	Rp. 8.900	Rp. 26.700.000
2.	Agustus	2 ton	Rp. 8.900	Rp. 17.800.000
	Total	5 ton	Rp. 8.900	Rp. 44.500.000

Sumber: Bapak Samin

Berdasarkan Tabel 2 pendapatan hasil panen pada bulan Mei sebesar Rp. 26.700.000, dan di bulan Agustus sebesar Rp. 17.800.000 dengan total pendapatan 1 tahun 2 kali panen yaitu Rp. 44.500.000.

Data dari Tabel 2 merupakan pendapatan kotor dari hasil panen kebun kopi bapak Samin, karena belum dikurangi dengan biaya pengeluaran yang meliputi biaya perawatan, biaya pasca panen pertama dan kedua. Pendapatan bersih dari hasil panen kebun bapak Samin pada tahun 2019 dapat dilihat pada table 3.

Tabel 3. Pendapatan Bersih Setelah Panen Kopi Pada Bulan Mei dan Agustus 2019

No	Bulan	Pendapatan Kotor	Total Biaya	Pendapatan Bersih
1.	Mei	Rp. 26.700.000	Rp. 14.450.000	Rp. 12.250.000
2.	Agustus	Rp. 17.800.000	Rp. 14.450.000	Rp. 3.350.000
	Total	Rp. 44.500.000	Rp. 28.900.000	Rp. 15.600.000

Sumber: Bapak samin 2019

Berdasarkan Tabel di atas pendapatan bersih Bapak Samin setelah panen pada bulan Mei sebesar Rp. 12.250.000 dan pada bulan Agustus Rp. 3.350.000 jaditotal pendapatan bersih bulan Mei dan Agustus 2019 sebesar Rp. 15.600.000.

Efisiensi Saluran Distribusi

Efisiensi Saluran Distribusi I (Petani – Pedagang Pegumpul – Pedagang Pengecer - Konsumen)

Total biaya :	
Biaya Transport	Rp. 500.000
Biaya kuli angkut	Rp. 200.000
Total	Rp. 700.000
Total Nilai Produk	Rp. 8.900

$$Ep = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

$$Ep = \frac{700.000}{8.900} \times 100\%$$

$$Ep = 78,6\%$$

(Efisien sisa luran distribusi I Sebesar 78,6%).

**Efisiensi Saluran Distribusi II
(Petani – Pabrik PTPN – Pedagang Pengecer -
Konsumen)**

Total biaya :	
Biaya Transport	Rp. 150.000
Biaya kuli angkut	Rp. 200.000
Total	Rp. 350.000
<hr/>	
Total Nilai Produk	Rp. 8.900

$$Ep = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

$$Ep = \frac{350.000}{8.900} \times 100\%$$

$$Ep = 39,3\%$$

(Efisien sisa luran distribusi II Sebesar 39,3%).

Dari perhitungan efisiensi saluran distribusi di atas diperoleh hasil bahwa efisien sisa luran distribusi I sebesar 78,6%, sedangkan efisiensi saluran distribusi II sebesar 39,3%. Artinya bahwa saluran distribusi I lebih besar dari saluran distribusi II, maka dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi II lebih efisien daripada saluran distribusi I.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pemasaran kopi rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Kabupaten Bondowoso dipasarkan secara gelondong merah, karena keterbatasan peralatan dan lainnya untuk memproduksi sendiri. Pemasaran kopi rakyat tersebut terdiri dari dua saluran pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat terdiri dari petani sebagai produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, pabrik PTPN dan konsumen.

Fungsi-fungsi pemasaran tidak sepenuhnya dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kopi rakyat. Petani hanya melakukan fungsi penjualan, pengangkutan, informasi harga, dan pembiayaan. Pedagang pengumpul melakukan fungsi pengangkutan, pertukaran, informasi harga dan pengumpulan.

Pabrik PTPN melakukan fungsi pengumpulan, informasi harga, dan memproduksi. Pedagang pengecer melakukan fungsi informasi harga, dan menyalurkan produk sehingga sampai pada konsumen.

Dari perhitungan efisiensi saluran distribusi pemasaran kopi rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Kabupaten Bondowoso diperoleh hasil dalam dua saluran distribusi yaitu bahwa efisiensi saluran distribusi yang paling efisien dan lebih menguntungkan petani kopi rakyat adalah saluran distribusi II dibandingkan saluran distribusi I.

Saran

Bagi petani sebaiknya tetap menggunakan saluran pemasaran yang kedua dalam pemasaran kopi, sehingga petani bias mendapatkan keuntungan lebih tinggi.

Bagi para lembaga pemasaran kopi rakyat untuk dapat melakukan dan memaksimalkan fungsi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiratma, E. R. (2004). *Stop Tanam Padi? Memikirkan Kondisi Petani Padi Indonesia dan Upaya Meningkatkan Kesejahteraannya*. Jakarta: Penerbit Swadaya.
- Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Bondowoso. (2015). *Selayang Pandang Kopi Jawa Ijen-Raung Bondowoso*. Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Bondowoso.
- J. Supranto, (2008). *STATISTIK (Teoridan Aplikasi)*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. (13th ed). United States Of America: Pearson.
- Philip Kotler, (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, Rudi. (2007). *Revitalisasi Komoditas Unggulan Perkebunan Jawa Timur*. Jakarta PERHEPI (Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia).