

**ANALISIS TATA NIAGA BIJI KOPI ARABIKA DI KECAMATAN  
LINTONGNIHUTA KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN  
PROVINSI SUMATERA UTARA**

**TESIS**

**OLEH**

**JETRO LUMBANBATU  
NPM. 161802003**



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2018**

**ANALISIS TATA NIAGA BIJI KOPI ARABIKA DI KECAMATAN  
LINTONGNIHUTA KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN  
PROVINSI SUMATERA UTARA**

**TESIS**

OLEH

**JETRO LUMBANBATU  
NPM. 161802003**



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2018**

**ANALISIS TATA NIAGA BIJI KOPI ARABIKA DI KECAMATAN  
LINTONGNIHUTA KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN  
PROVINSI SUMATERA UTARA**

**TESIS**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) pada  
Program Studi Magister Agribisnis Program Pascasarjana  
Universitas Medan Area



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2018**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Judul** : Analisis Tata Niaga Biji Kopi Arabika di Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara  
**Nama** : Jetro Lumbanbatu  
**NPM** : 161802003

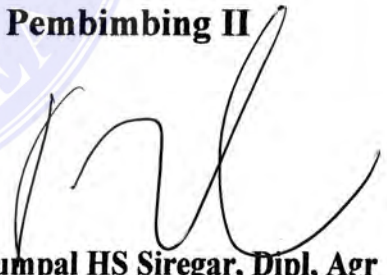
**Menyetujui**

**Pembimbing I**



**Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS**

**Pembimbing II**



**Dr. Ir. Tumpal HS Siregar, Dipl, Agr**

**Ketua Program Studi  
Magister Agribisnis**



**Prof. Dr. Ir. Yusniar Lubis, M.MA**

**Direktur**



**Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS**

**Telah diuji pada Tanggal 19 September 2018**

---

---

**N a m a : Jetro Lumbanbatu**

**N P M : 161802003**



**Panitia Penguji Tesis :**

**Ketua : Dr. Ir. Siti Mardiana, M.Si**  
**Sekretaris : Ir. Azwana, MP**  
**Pembimbing I : Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS**  
**Pembimbing II : Dr. Ir. Tumpal HS Siregar, Dipl, Agr**  
**Penguji Tamu : Dr. Ir. Syahbuddin Hasibuan, M.Si**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Medan, 19 September 2018

Yang menyatakan,



**Jetro Lumbanbatu**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

Nama : JETRO LUMBANBATU  
NIM : 161802003  
Program studi : Magister Agribisnis  
Tempat/tgl lahir : Pansurbatu, 02 Mei 1973  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Kristen  
Warga Negara : Indonesia  
Alamat : Jl.Siantar / Bah Kuliati Tebing Tinggi  
Nama Orang Tua : 1. Ayah : Taralam Lumbanbatu (+)  
2. Ibu : Frida Br Lumban Gaol

### B. Pendidikan

Tahun 1980 s/d 1986 : SD Negeri No.173434 Pancurbatu  
Tahun 1986 s/d 1989 : SMP Negeri 1 Pollung  
Tahun 1989 s/d 1992 : SMA Negeri 1 Dolok sanggul  
Tahun 1992 s/d 1997 : S1 Fakultas Pertanian  
Universitas Sumatera Utara Medan.  
Tahun 2008 s/d 2009 : Akta IV Universitas Dharma Agung Medan

### C. Pengalaman Kerja

Tahun 1997 s/d 1998 : PT. Perkebunan Hasil Musi Lestari (PHML)  
Barito Pasific Group (BPG) Lubuk Linggau  
Kab.Musi Rawas, Sumatera Selatan.  
Tahun 1998 s/d 1999 : PT. Gandaerah Hendana (GH) Barito Pasific  
Group (BPG) Ukui Kabupaten Indra Giri Hulu  
Riau.  
Tahun 2000 s/d 2004 : Politeknik Mandiri Bina Prestasi (MBP), Medan  
Tahun 2003 s/d 2010 : Yayasan Perguruan Gereja Methodist Indonesia-6  
(YPGMI-6), Medan  
Tahun 2010 s/d sekarang : Pegawai Negeri Sipil Pemerintah Propinsi  
Sumatera Utara. Dinas Pendidikan Unit Kerja  
SMK Negeri 4 Tebing Tinggi.

**MOTTO:**

***GOD Is LOVE***

*&*

***Life is loving***





## PERSEMBAHAN

Dengan segala ketulusan ku persembahkan karya ilmiah ini kepada:

1. *Ayahanda dan Ibunda Tercinta*
2. *Istri dan Anak-Anak Tercinta*
3. *Orang-Orang Terbaik Dalam Hidupku*



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas berkat rahmat Tuhan Yang Maha Esa yang telah membolehkan segalanya terjadi sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **“Analisis Tata Niaga Biji Kopi Arabika di Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara”**. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister Agribisnis pada Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana Universitas Medan Area Sumatera Utara.

Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu sejak awal penelitian hingga akhir penelitian hingga mendapatkan suatu kesimpulan.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih terdapat kekurangan, namun penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat, baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun pada bidang pertanian dan pemerintah.

Medan, 07 Agustus 2018

Penulis

Jetro Lumbanbatu

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur Peneliti panjatkan kepada Tuhan atas berkat dan karuniaNya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **“Analisis Tata Niaga Biji Kopi Arabika di Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara”**.

Dalam penyusunan Tesis ini Peneliti telah banyak mendapatkan bantuan materil maupun dukungan moril dari berbagai pihak. Untuk itu penghargaan dan ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Medan Area, Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Engg, M.Sc
2. Direktur Pascasarjana Universitas Medan Area, Prof. Dr. Ir. Retno Astuti K, MS
3. Ketua Program Studi Magister Agribisnis, Prof. Dr. Ir. Yusniar Lubis, M.MA
4. Komisi Pembimbing Prof. Dr. Ir. Retno Astuti K, MS, Dr. Ir.Tumpal HS Siregar, Dipl, Agr.
5. Ayahanda, Ibunda, Istri dan Anak-anak serta semua keluarga.
6. Rekan-rekan mahasiswa Pascasarjana Universitas Medan Area angkatan 2016.
7. Seluruh staff/pegawai Pascasarjana Universitas Medan Area.
8. Bapak Jara Trisepto Lumbantoruan,S.Pd,MM selaku Camat Kecamatan Lintong Nihuta, seluruh Kepala Desa Kecamatan Lintong Nihuta beserta petani dan pedagang kopi Kecamatan Lintong Nihuta.
9. Sahabat saya Sigmal Lingga S.P dan anak didik saya Asrul Ramadan, Iman Pratama, Niko Yesaya, Untung Ebinson, Wahyu Hidayat Santoso dan Zulfikar Arfan yang telah membantu dalam pengumpulan data di lapangan.

10. Seluruh rekan kerja khususnya Laeku sekaligus rekan kerjaku Leonardo Simbolon S.Pd yang turut membantu dan memberikan dukungan untuk terlaksananya penelitian dan penyusunan tesis ini.

Medan, 7 Agustus 2018

Penulis



## ABSTRAK

Jetro Lumbanbatu, “Analisis Tata Niaga Biji Kopi Arabika di Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara”. Dibawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Retno Astuti K,MS dan Dr. Ir.Tumpal HS Siregar, Dipl, Agr.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis saluran tata niaga kopi arabika, *share margin* setiap saluran dan efisiensi tata niaga kopi di daerah penelitian, untuk mengetahui pelaku tata niaga kopi dan upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah tata niaga di lokasi penelitian. Penelitian ini dilaksanakan padabulan April s/d Mei tahun 2018.

Penentuan lokasi penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* yaitu secara sengaja, pengambilan sample desa dilakukan dengan cluster sampling yaitu membagi desa menurut jarak ke ibu kota kecamatan dan dipilih secara random, sedangkan untuk sampel lembaga pemasaran yaitu dengan cara menelusuri penjualan dan pembelian kopi mulai dari petani sampai kepada pedagang bubuk. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan bantuan tabulasi sederhana, rumus margin tata niaga, rumus *share biaya*, *share profit* dan rumus efisiensi tata niaga.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa terdapat tiga saluran tata niaga di lokasi penelitian yaitu:

- Saluran 1 : Petani - pedagang pengumpul desa - pedagang besar  
- pedagang bubuk,
- Saluran 2 : Petani - pedagang besar - pedagang bubuk
- Saluran 3 : Petani - pedagang bubuk.

Kopi yang dijual oleh petani ke pedagang pengumpul didesa adalah kopi biji dan kopi yang dipasarkan oleh pedagang besar adalah kopi beras/asalan yaitu kopi biji yang kulit tanduk dan kulit arinya sudah dipisahkan melalui proses. Profit tata niaga saluran 1 sebesar Rp. 121.840,-/kg dengan *share margin* sebesar 69,62 %, saluran 2 sebesar Rp. 121.500,-/kg, dengan *share margin* sebesar 69,43 % dan pada saluran 3 sebesar Rp. 113.900,-/kg dengan sebesar 65,09 %. Nilai efisiensi tata niaga kopi di lokasi penelitian berturut-turut adalah sebagai baerikut: saluran 1 sebesar 10,38 %, saluran 2 sebesar 10,57 % dan saluran 3 sebesar 9,20 %. Saluran tataniaga terbaik ditinjau dari tingkat efisiensi tataniaga terendah (9,20 %) adalah saluran 3 dengan keuntungan petani sebesar Rp 6.300,-/kg dan pedagang bubuk sebesar Rp 107.600,-/kg.

Kata Kunci : *Tataniaga, Efisiensi, Saluran.*

## ABSTRACT

Jetro Lumbanbatu, "Analysis on Marketing of Arabica Coffee in Lintongnihuta Sub District Humbang Hasundutan Regency North Sumatera Province". Guided by Prof. Dr. Ir. Retno Astuti K, MS and Dr. Ir. Tumpal HS Siregar, Dipl, Agr.

The purpose of the research was to analyze the distribution of Arabica coffee, level the efficiency and its share margin in the research area, in order to know the problem encountered and the efforts done in handling the marketing problem in the research area. This research was conducted in 2018

The determination of research area/location taken by using the method of purposive sampling, that is intentionally taken. Sample determination in the rural area is taken by using the method of cluster sampling, that is dividing each village based on the distance range to the capital of district and chosen randomly, where as for the sample of distribution taken by using the method of observation on buying and selling the coffee started from the farmer until powder trader. The method of analysis used in this research was descriptive method by presenting simple tabulation, the formula of marketing margin, the formula of financial share, the formula of profit share and efficiency of marketing formula.

From the results of the study concluded that there are three trading channels in the research location, namely:

- Channel 1 : farmers - village collectors - wholesalers - powder traders,
- Channel 2 : farmers - wholesalers - powder traders
- Channel 3 : farmers - powder traders.

The coffee sold by the farmer and the collector in the village are seed while the coffee distributed by the trader and are unskinned seeds, in which the skin of the coffee (seed) had already been taken apart by special process. The profits of the first distribution is Rp. 121.840,-/kg with share margin 69,62 % the second distribution is Rp 121.500,-/kg with share margin 69,43 % and the third distribution is Rp. 113.900,-/kg with share margin 65,09 %. The efficiency value of the coffee trading system in the study locations was as follows: channel 1 was 10,38%, channel 2 was 10,57% and channel 3 was 9,20%. The best trading channel in terms of the lowest trading efficiency level (9,20%) is channel 3 with the profit of farmers of Rp. 6.300, - / kg and powder traders of Rp 107.600, - / kg.

Keywords : Marketing, Efficiency , Chanel.

## DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN .....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	ix
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Tinjauan Pustaka .....	7
2.2. Landasan Teori .....	10
2.3. Penelitian Terdahulu .....	14
2.4. Kerangka Konsep Penelitian .....	15
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	18
3.2. Metode Penentuan Sampel .....	18
3.2.1. Sampel Desa .....	18
3.2.2. Sampel Responden .....	19
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	20
3.4. Metode Analisis Data .....	21
3.5. Definisi dan Batasan Operasional .....	22
3.5.1. Defenisi .....	23
3.5.2. Batasan Operasional .....	23
<b>BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	25
4.1.1. Letak dan Geografis .....	25

4.1.2.	Kependudukan.....	26
4.2.	Karakteristik Responden .....	27
4.2.1.	Karakteristik Responden Petani Kopi .....	27
4.2.1.1.	Luas Lahan .....	27
4.2.1.2.	Umur .....	28
4.2.1.3.	Tingkat Pendidikan .....	28
4.2.1.4.	Jumlah Anggota Keluarga .....	29
4.2.2.	Karakteristik Pedagang Pengumpul .....	30
4.2.2.1.	Umur .....	20
4.2.2.2.	Tingkat Pendidikan .....	31
4.2.2.3.	Pengalaman .....	32
4.2.3.	Karakteristik Pedagang Besar .....	33
4.2.3.1.	Umur .....	33
4.2.3.2.	Tingkat Pendidikan .....	33
4.2.3.3.	Pengalaman .....	33
4.2.4.	Karakteristik Pedagang Bubuk .....	34
4.2.4.1.	Umur .....	34
4.2.4.2.	Tingkat Pendidikan .....	34
4.2.4.3.	Pengalaman .....	35
4.3.	Prasarana dan Sarana .....	35
4.3.1.	Jalan dan Transportasi .....	35
4.3.2.	Pasar .....	37
4.4.	Tataniaga Kopi .....	37
4.4.1.	Saluran Tataniaga Kopi .....	37
4.4.2.	Fungsi-Fungsi Tataniaga .....	39
4.4.3.	Analisis Biaya, Price Spread, Share Margin Tataniaga Kopi .....	44
4.4.3.1.	Analisis Biaya, Price Spread, Share Margin Tataniaga Kopi saluran 1 .....	45
4.4.3.2.	Analisis Biaya, Price Spread, Share Margin Tataniaga Kopi saluran 2 .....	51
4.4.3.3.	Analisis Biaya, Price Spread, Share Margin Tataniaga Kopi saluran 3 .....	55
4.4.4.	Efisiensi Tataniaga .....	59
4.4.5.	Masalah – Masalah yang dihadapi dalam Tataniaga Kopi .....	61
4.4.6.	Upaya – Upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah Tataniaga Kopi .....	62

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1.	Kesimpulan .....	64
5.2.	Saran .....	63

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	65
-----------------------------	----

<b>LAMPIRAN</b> .....	66
-----------------------	----



## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1	Komponen Tanaman Pertanian Menurut Luas panen dan Produksi Kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2017 ...	2
2	Luas Panen dan Produksi Tanaman Perkebunan Kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2017 .....	3
3	Jarak Ibu Kota Kecamatan Lintongnihuta ke Desa .....	19
4	Jumlah Sampel Petani Kopi menurut Jarak Desa dan Luas Lahan Karakteristik Petani Menurut Umur .....	20
5	Data Penelitian dan Sumber Data di Lokasi Penelitian .....	21
6	Luas Panen, Produksi Kopi Menurut Kecamatan di Kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2017 .....	26
7	Karakteristik Petani Menurut Jumlah Anggota Keluarga ...	27
8	Karakteristik Pedagang Pengumpul Menurut Umur .....	28
9	Karakteristik Responden Petani Kopi Menurut Tingkat Pendidikan .....	29
10	Karakteristik Petani Berdasarkan Jumlah Keluarga .....	30
11	Karakteristik Pedagang Pengumpul Menurut Umur .....	31
12	Karakteristik Pedagang Pengumpul Kopi Menurut Tingkat Pendidikan .....	31
13	Karakteristik Pedagang Pengumpul Menurut Pengalaman .	32
14	Panjang Jalan di Kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2017	36
15	Kondisi Jalan di Kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2017	36
16	Fungsi-Fungsi Tataniaga Kopi di Lokasi Penelitian .....	44

<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
17	Komponen dan Besar Biaya Tataniaga Kopi Pada Saluran 1 Di Lokasi Penelitian .....	46
18	Price Spread dan Share Margin Saluran 1 Tataniaga Kopi ..	48
19	Komponen Price Spread, Share Margin, Share Biaya dan Share Keuntungan Saluran 1 .....	49
20	Komponen dan Besar Biaya Tataniaga Kopi Pada Saluran 2 Di Lokasi Penelitian .....	51
21	Price Spread dan Share Margin Saluran 2 Tataniaga Kopi .	53
22	Komponen Price Spread, Share Margin, Share Biaya dan Share Keuntungan Saluran 2 .....	54
23	Komponen dan Besar Biaya Tataniaga Kopi Pada Saluran 3 Di Lokasi Penelitian .....	55
24	Price Spread dan Share Margin Saluran 3 Tataniaga Kopi .	57
25	Komponen Price Spread, Share Margin, Share Biaya dan Share Keuntungan Saluran 3 .....	58
26	Nilai Efisiensi pada Setiap Saluran Tataniaga Kopi .....	59

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1	Struktur Produk Domestik Regional Bruto menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Humbang Hasundutan .....	1
2	Skema Kerangka Pemikiran .....	17
3	Peta Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan .....	18
4	Skema Saluran Tataniaga Kopi Arabika di Lokasi Penelitian	37
5	Pengelompokan kopi beras dengan menggunakan Mesin Sutton	43



## DAFTAR LAMPIRAN

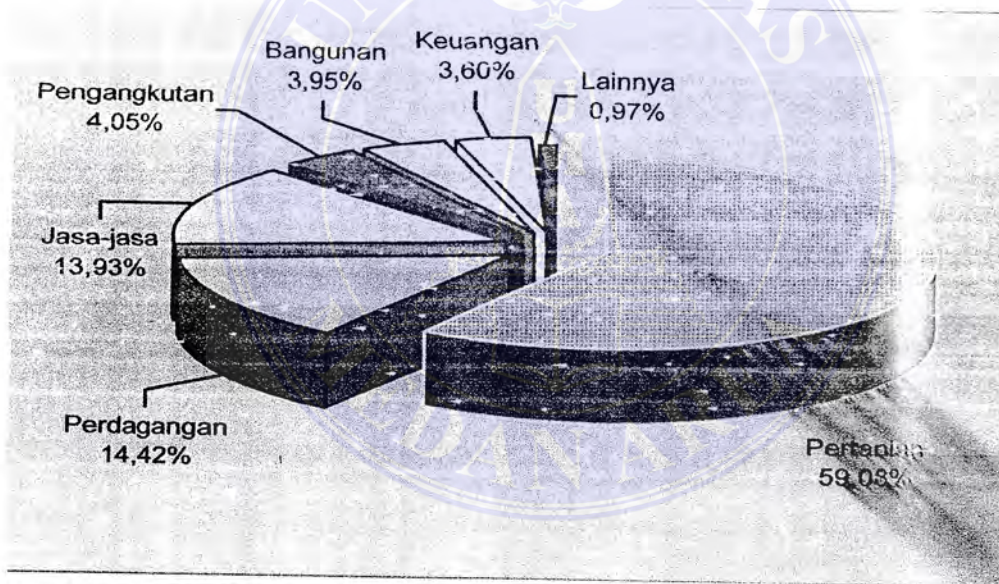
No	Judul	Halaman
1	Data Sampel Petani Kopi di Kecamatan Lintongnihuta Tahun 2018 .....	69
2	Data Sampel Pedagang Pengumpul Tahun 2018 .....	70
3	Biaya Tataniaga Sampel Pedagang Pengumpul Tahun 2018	70
4	Data Sampel Pedagang Besar Tahun 2018 .....	70
5	Biaya Tataniaga Sampel Pedagang Besar Tahun 2018 .....	70
6	Data Sampel Pedagang Bubuk .....	71
7	Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Humbang Hasundutan .....	71
8	Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Desa di Kabupaten Humbang Hasundutan .....	72
9	Pasar di Kabupaten Humbang Hasundutan .....	73
10	Peta Kabupaten Humbang Hasundutan .....	74
11	Karakteristik Sampel Petani Berdasarkan Luas Lahan .....	75

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian bagi penduduk Kabupaten Humbang Hasundutan masih merupakan andalan dan penggerak perekonomian daerah. Sektor pertanian ini sebagai penghasil nilai tambah maupun sumber penghasilan masyarakat. Hal ini dapat ditunjukkan dari besarnya Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dari sektor pertanian tahun 2017 yaitu mencapai 59,08 % terhadap total PDRB. Struktur PDRB dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Produk Domestik Regional Bruto menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Humbang Hasundutan.

Sumber : Badan Pusat Statistik Humbang Hasundutan, 2017

Secara umum pertanian subsektor perkebunan yang ada di Humbang Hasundutan adalah perkebunan rakyat. Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa dari 39.886,45 ha total luas panen pertanian, terdapat 37,01 % perkebunan rakyat

yang terdistribusi. Komponen tanaman pertanian menurut luas panen dan produksi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Komponen Tanaman Pertanian Menurut Luas Panen dan Produksi Kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2017.

No	Komoditi	Luas Panen (ha)	%	Produksi (Ton)	%
1	Padi dan palawija	22.799,00	57,16	117.755,22	80,82
2	Sayur-sayuran	1.496,00	3,75	12.096,80	8,30
3	Buah-buahan	827,85	2,08	6.311,30	4,33
4	Perkebunan rakyat	14.763,60	37,01	9.533,65	6,54
Jumlah		39.886,45	100,00	145.696,97	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Humbahas ( 2017)

Perdagangan penting dalam perekonomian suatu negara. Kegiatan perdagangan sangat berarti dalam upaya pemeliharaan dan kestabilan harga bahan pokok, penyediaan kesempatan kerja bagi masyarakat, penggerak kegiatan ekonomi, peningkatan penerimaan negara dan pendapatan negara. Kebijakan perdagangan Indonesia diarahkan pada penciptaan dan pementapan kerangka landasan perdagangan. Kebijakan tersebut meliputi usaha meningkatkan efisiensi perdagangan dalam negeri dan perdagangan luar negeri dengan tujuan lebih memperlancar arus barang dan jasa, mendorong pembentukan harga yang layak dalam iklim persaingan yang sehat, menunjang usaha peningkatan efisiensi produksi, mengembangkan ekspor, memperluas kesempatan berusaha dan lapangan kerja, meningkatkan dan pemeratakan pendapatan rakyat serta memantapkan stabilitas ekonomi (Halwani, 2002).

Jenis komoditas usaha perkebunan rakyat yang banyak dibudidayakan masyarakat Humbang Hasundutan adalah tanaman kopi dan kemenyan. Luas perkebunan rakyat yang ada di Humbang Hasundutan dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Luas Panen dan Produksi Tanaman Perkebunan Kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2017

No	Komoditi	Luas Panen (ha)	%	Produksi (Ton)	%
1	Karet	2.726,10	18,47	1,926,20	20,20
2	Kemenyan	4.081,00	27,64	909,55	9,54
3	Kopi	7.006,50	47,46	5.846,30	61,32
4	Kelapa	127,50	0,86	144,20	1,51
5	Kelapa Sawit	172,00	1,17	254,50	2,67
6	Tembakau	53,00	0,36	36,00	0,38
7	Kakao	411,00	2,78	287,35	3,01
8	Aren	186,50	1,26	129,55	1,36
Jumlah		14.763,60	100,00	9.533,65	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Humbang Hasundutan (2017)

Luas tanaman perkebunan adalah 14.763,60 ha dengan produksi sebesar 9.533,65 ton dimana lahan yang paling luas digunakan untuk komoditi kopi dengan luas panen 7.006,50 ha dan produksi sebesar 5.846,30 ton dan mencakup 47,46 % dari luas perkebunan rakyat yang ada di Humbang Hasundutan. Kopi yang dibudidayakan didaerah penelitian adalah kopi Arabika (*Coffea Arabica*). Varietas local yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan adalah Lasuna, Arab dan Jember. Sekarang ini kopi yang dibudidayakan petani adalah kopi arabika yang diperkirakan dari hasil perkawinan varietas Lasuna dan Jember, yang dikenal petani sebagai kopi pendek, kopi *Sigarar Utang*, kopi *Ateng*, kopi *Lintong*. Pertama kali kopi ini dirintis pembudidayaannya (awal 1980-an) di Lintongnihuta, sebuah desa di Humbang Hasundutan yang berbatasan dengan Siborongborong Tapanuli Utara. Pada umur 1,5 tahun kopi sudah berbunga dan pada umur 2,5 tahun kopi sudah bisa dipanen, tiap bulan dan terus menerus sepanjang tahun (Sihaloho, 2009)

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa walaupun produksi kopi yang terbesar dari hasil tanaman perkebunan rakyat, permasalahannya adalah harga kopi yang

diterima petani murah sehingga petani sulit untuk mengembangkan usaha taninya. Harga kopi per kilogram pada September 2016 dari petani ke tengkulak pada kisaran Rp 25.000,- – 30.000,- dari tengkulak ke pedagang besar Rp 33.000,- 40.000,- dari pedagang besar ke eksportir Rp 40.000,- – 45.000,- dan dari eksportir ke para *buyers* di Eropa dan Amerika Rp 90.000,- 115.000,-

Kopi diproduksi di lebih dari 50 negara berkembang di Amerika Latin, Afrika, dan Asia dan merupakan sumber penghasilan penting bagi 20-25 juta keluarga di seluruh dunia. Produksi awal biji kopi termasuk pertanian, pengumpulan, dan pengolahan adalah padat karya dan sebagai hasilnya dilakukan di banyak negara berkembang yang berlimpah tenaga kerja ( Petit, 2007 ).

Masyarakat Kabupaten Humbang Hasundutan sejak masa kolonial Belanda yakni sejak tahun 1800 an, sudah mengenal dan bertanam kopi arabika dengan sebutan kopi Arab sebagai bagian dari kegiatan tanaman paksa (*Cultur Stelsel*). Tanaman kopi Arabika yang ditanam pada ketinggian  $\geq 1.000$  m dpl, tumbuh dan menghasilkan kopi dengan kualitas yang sangat baik di wilayah yang saat ini termasuk dalam 6 Kecamatan di Kabupaten Humbang Hasundutan, yaitu di Kecamatan Paranginan, Lintongnihuta, Doloksanggul, Pollung, Onanganjang dan Sijamapolang. Diyakini kualitas kopi arabika yang sangat baik tersebut dipengaruhi oleh kondisi tanah yang berkaitan dengan letusan Gunung Toba sekitar 73.000 tahun lalu, ketinggian wilayah tanam yang berkisar antara 1.000 – 1.500 m diatas permukaan laut (dpl) dan budaya masyarakat setempat yang sudah sangat kental terkait dengan tanaman dan produk kopi (Manalu, 2017).

Di daerah penelitian belum diketahui bagaimana saluran tataniaga kopi dari petani sampai ke konsumen akhir, tingkat efisiensi tataniaga kopi, *share margin* di setiap saluran tataniaga kopi, sehingga perlu dilakukan penelitian ini.



## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran tataniaga kopi dari petani sampai ke konsumen akhir ?
2. Berapa besar tingkat efisiensi tataniaga kopi ?
3. Berapa besar *share margin* di setiap saluran?
4. Masalah-masalah apa yang dihadapi oleh setiap pelaku tataniaga kopi ?
5. Apa upaya-upaya yang dilakukan oleh setiap pelaku tataniaga untuk mengatasi masalah tataniaga di daerah penelitian ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis saluran tataniaga kopi dari petani sampai ke konsumen akhir
2. Menganalisis tingkat efisiensi tataniaga kopi di daerah penelitian.
3. Menganalisis *share margin* setiap saluran tataniaga kopi di daerah penelitian.
4. Mengetahui masalah yang dihadapi oleh setiap pelaku tataniaga kopi.
5. Mengetahui upaya yang dilakukan oleh setiap pelaku tataniaga untuk mengatasi masalah tataniaga di daerah penelitian

## 1.4. Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang memerlukan dalam usaha pengembangan agribisnis kopi.

2. Sebagai bahan referensi bagi pemerintah Kabupaten Humbang Hasundutan dalam mengambil kebijakan yang berhubungan dengan tataniaga kopi.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Tinjauan Pustaka

Kopi (*Coffea Arabica L*) merupakan tanaman sub sector perkebunan yang mempunyai nilai ekonomis cukup tinggi, karena dapat diolah menjadi minuman yang rasanya lezat. Kopi mengandung bahan-bahan kimia, vitamin dan mineral yang berfungsi sebagai penyegar tubuh dan pikiran sehingga banyak digemari oleh masyarakat. Biasanya kopi diperdagangkan di dalam dan luar negeri dalam bentuk kopi beras dengan kadar air 13 % (Najiyati dan Danarti, 2004).

Kopi-kopi Arabika Indonesia di pasar dunia dikenal sebagai kopi spesial karena mempunyai citarasa yang spesifik. Diantaranya adalah *Gayo Coffee*, *Mandheling Coffee*, dan *Toraja Coffee*. Untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar yang semakin ketat maka produktivitas kopi harus semakin ditingkatkan untuk menekan biaya produksi, kualitas mutu dan biji kopi olahan juga ditingkatkan sehingga harga kopi Indonesia relative murah dan akhirnya daya saing ekspor kopi Indonesia dapat meningkat (Kustiari, 2007).

Dalam bukunya Kadir, A. (2009), mengatakan bahwa satu sumber daya alam yang memiliki nilai ekonomis adalah komoditas kopi. Jika hasil dari komoditas kopi dapat dimanfaatkan oleh industri dengan baik, maka akan menghasilkan industry berbasis sumber daya berpotensi yang dapat meningkatkan cadangan devisa serta penyediaan lapangan kerja. Kopi sebagai salah satu komoditas ekonomis dikenal sebagai bahan minuman yang sudah tidak asing lagi. Indonesia adalah produsen keempat terbesar kopi dunia setelah Brazil, Vietnam dan Columbia, dengan sumbangan devisa cukup besar. Harga kopi robusta dan

arabika ditingkat global mengalami kenaikan sangat signifikan dalam tiga tahun terakhir (Arifin, 2011).

Pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk merupakan proses pengolahan kopi yang paling sederhana, dimana biji kopi arabika dan robusta yang digoreng tanpa minyak *sangrai* kemudian dihancurkan dan dikemas. Pembuatan kopi bubuk banyak dilakukan oleh petani, pedagang, industri kecil dan pabrik. Pembuatan kopi bubuk dapat dibagi ke dalam dua tahap yaitu tahap penggorengan tanpa minyak dan tahap penggilingan. Industri pengolahan kopi pada umumnya menggunakan bahan baku biji kopi arabika dan robusta dengan komposisi perbandingan tertentu (Departemen Pertanian, 2009).

Penggerak pembangunan pertanian, agroindustri dapat diharapkan untuk memainkan peranan penting kegiatan pembangunan daerah dalam sasaran pemerataan pembangunan ekonomi. Keberadaan agroindustri di perdesaan diharapkan dapat meningkatkan permintaan terhadap komoditas pertanian, karena sektor agroindustri berperan dalam mengubah produk pertanian menjadi barang yang lebih berguna untuk kebutuhan masyarakat. Selain itu, subsektor perkebunan memiliki peranan penting dalam pembangunan nasional, terutama dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, penerimaan devisa negara, penyedia lapangan kerja, perolehan nilai tambah dan daya saing, pemenuhan konsumsi dalam negeri, bahan baku industri serta optimalisasi pengelolaan sumberdaya alam secara berkelanjutan (Widianti dkk, 2008).

Kopi Arabika Sumatera Lintong merupakan kopi spesial dengan citarasa *excellent* yang memiliki aroma *floral, spicy, caramelly, lemony, herba* dan *earthy* yang sangat menarik. Diproses dari 100% buah kopi arabika yang masak merah

sempurna yang dihasilkan di wilayah Kabupaten Humbang Hasundutan yang memiliki ketinggian  $\geq 1.000$  m dpl. Varitas tanaman kopi yang banyak digunakan adalah varietas *Sigararutang*, Lini S 795, USDA 762 serta beberapa varietas unggul lokal seperti *Sigararutang*, *Lasuna* dan *Garunggang*. Pengolahan buah kopi merah tersebut dilakukan dengan menggunakan teknik Olah Basah Gerbus Basah (OBGB), dan menghasilkan produk berupa Kopi Kulit Tanduk, Kopi Beras, Kopi Sangrai dan Kopi Bubuk. Uji mutu cita rasa Kopi Arabika Sumatera Lintong dilakukan oleh Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia di Jember (Manalu, 2017).

Menurut Hastuti dan Rahim (2007), panjang rantai tataniaga kopi dari petani produsen melalui tengkulak desa dan pedagang local lalu ke pabrik-pabrik pengolahan atau ke eksportir menyebabkan *share margin* yang diterima petani rendah.

Masalah lain yang dihadapi adalah rendahnya mutu biji kopi yang dihasilkan petani sehingga pedagang dan eksportir hanya memberikan harga rata-rata tanpa membedakan mutu kopi sehingga petani malas melakukan *grade kelas*. Selain itu sebagian besar kopi yang diperdagangkan di pasar dunia adalah kopi Arabika yang dihasilkan oleh negara-negara Amerika Latin dimana kopi Arabika Indonesia masih kalah bersaing (Ditjenkpi, 2004).

Penghasilan para petani di daerah yang maju selalu lebih tinggi dari pada di daerah terpencil walaupun dengan komoditas yang sama. Penghasilan itu sangat dipengaruhi pola pikir dan budaya serta kemauan untuk menerima perubahan sistem dan kehadiran teknologi. Cara pandang terhadap komoditas juga sangat mempengaruhi petani dalam memberikan perlakuan terhadap usahanya dalam hal ini komoditas yang ditanam sampai kepada pasar dan industri.

(Moreddu, 2011)

Karakteristik petani dan kompetensi usahatani merupakan gambaran kemampuan petani dalam mengelola usaha tani berdasarkan perencanaan yang efektif dan efisien sesuai dengan teknis dan budidaya tanaman. Hal ini juga menunjukkan kinerja dan tanggungjawab petani dalam menjalankan usahatani secara lebih baik dan berkesinambungan ( Bahua, 2017)

Peningkatan karakteristik petani dapat dilakukan dengan melakukan penyuluhan pertanian secara berkelanjutan melalui perencanaan program penyuluhan pertanian yang melibatkan petani sesuai dengan kemampuannya dan potensi sumber daya alam yang spesifik lokasi. Rosilawati dkk (2013) mengatakan bahwa karakteristik petani berpengaruh terhadap kompetensi petani.

Dalam bukunya Rasyid (2013) menyatakan bahwa pada umumnya kompetensi usaha tani yang harus dikuasai oleh petani adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan terhadap perlakuan benih, perencanaan biaya produksi, identifikasi kendala dan peluang usaha tani serta pupuk dan pemupukan.
2. Keterampilan dalam melakukan pengendalian hama dan penyakit, pemanenan dan pasca panen.
3. Sikap yang meliputi penggunaan teknologi secara efisien, pemilihan komoditas dan kewirausahaan.

## 2.2. Landasan Teori

Biaya tataniaga suatu produk biasanya diukur dengan *share margin* dan *price spread*. *Share margin* adalah persentase *price spread* terhadap harga beli konsumen. *Price spread* merupakan perbedaan dua tingkat harga dan

menunjukkan jumlah yang diperlukan untuk menutupi biaya barang-barang di dua tingkat pasar, misalnya antara grosir dan eceran. Margin tataniaga yaitu perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir (Hastuti dan Rahim, 2007).

Margin pemasaran adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan di tingkat pengecer (konsumen) dengan harga yang diterima oleh produsen (Hastuti dan Rahim, 2007). Dengan kata lain, margin pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen (Hastuti dan Rahim, 2007).

Tataniaga berfungsi membawa barang-barang dari produsen ke konsumen. Konsep tataniaga didefinisikan untuk memenuhi semua kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran. Pasar merupakan tempat semua pelanggan yang potensial dan memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, tersedia dan mampu melaksanakan pertukaran demi memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tataniaga bersandar pada beberapa konsep yaitu kebutuhan, keinginan, permintaan, produk dari barang, jasa dan gagasan; nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran; dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar; pemasar dan prospeknya (Kotler, 1997).

Saluran tataniaga menggambarkan arus proses berpindahnya barang dari produsen sampai ke konsumen melalui lembaga tataniaga yang terlibat. Setiap bagian yang terlibat dalam pemasaran akan melakukan fungsi-fungsi tataniaga yang berbeda satu sama lain. Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh lembaga pemasaran meliputi pembelian, sortasi, *grading*, penyimpanan, pengangkutan.

Tiap-tiap lembaga tataniaga yang terlibat akan mengambil profit atas jasa yang mereka korbakan (Soekartawi, 2001).

Biaya tataniaga menentukan efisiensi tataniaga dan harga yang dibayar konsumen. Biaya ini diukur dengan margin tataniaga yang menentukan bagian dari harga yang dibayar konsumen yang digunakan untuk biaya yang dikeluarkan dalam proses tataniaga, besarnya biaya tataniaga tergantung pada macam komoditas yang dipasarkan dimana ada komoditas yang bobotnya besar tetapi nilainya kecil sehingga membutuhkan biaya tataniaga yang besar, lokasi/daerah produsen, macam dan peran lembaga tataniaga dimana semakin banyak lembaga tataniaga maka semakin besar biaya tataniaga (Daniel, 2002).

Efisiensi pemasaran merupakan tolak ukur atas produktivitas proses pemasaran dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran (Downey dan Steven, 1994 *dalam* Hastuti dan Rahim, 2007).

Dari sudut pandang *marketing mix*, efisiensi pemasaran menurut Downey dan Erickson (1992) *dalam* Hastuti dan Rahim (2007) dapat dilihat dari masing-masing elemen, yaitu :

1. Efisiensi produk merupakan usaha untuk menghasilkan suatu produk melalui penghematan harga serta penyederhanaan prosedur teknis produksi guna keuntungan maksimum.
2. Efisiensi distribusi dinyatakan sebagai produk dari produsen menuju ke pasar sasaran melalui saluran distribusi yang pendek atau berusaha menghilangkan satu atau lebih mata rantai pemasaran yang panjang di



mana distribusi produk berlangsung dengan tindakan penghematan biaya dan waktu.

3. Efisiensi harga yang menguntungkan pihak produsen dan konsumen diikuti dengan keuntungan yang layak diambil oleh setiap mata rantai pemasaran sehingga harga yang terjadi di tingkat petani tidak berbeda jauh dengan harga yang terjadi di tingkat konsumen.

Efisiensi promosi mencerminkan penghematan biaya dalam melaksanakan pemberitahuan di pasar sasaran mengenai produk yang tepat, meliputi penjualan perorangan atau missal dan promosi penjualan

Menurut Mubyarto (1994), tataniaga dikatakan efisien bila :

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya semurah-murahnya.
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan tataniaga.

Menurut Sukartawi (1993) factor-faktor yang dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut :

- a. Keuntungan pemasaran
- b. Harga yang diterima konsumen
- c. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk melancarkan transaksi jual beli barang,penyimpanan.
- d. Kompetensi pasar, persaingan diantara pelaku pasar.

### 2.3. Penelitian Terdahulu

Menurut Hutapea (2008) dalam penelitiannya perihal analisis efisiensi pemasaran kopi di Kabupaten Dairi menyimpulkan bahwa hanya terdapat 1 saluran pemasaran kopi yaitu petani – pedagang pengumpul kecil – pedagang pengumpul besar – eksportir. Pedagang pengumpul kecil melakukan fungsi tataniaga pembelian, penjualan, sortasi dan pengepakan. Pedagang pengumpul besar melakukan seluruh fungsi pembelian, penjualan, pengoalahan, sortasi, pengepakan, transportasi, bongkar muat, penyimpanan dan penyusutan. Eksportir melakukan fungsi pembelian, penjualan, sortasi, pengepakan, transportasi, bongkar muat, penyimpanan dan penyusutan. Untuk saluran pemasaran kopi diperoleh share profit pedagang pengumpul kecil 1,68 % dan share profit pedagang pengumpul besar 1,96 % dengan nilai efisiensi adalah 58,36 %.

Menurut Marlina (2005) pendapatan petani kopi tidak hanya didasarkan kepada jumlah produksi kopi yang dihasilkan tetapi tergantung pada harga kopi yang terjadi pada tingkat petani serta perubahan harga pada tingkat ekspor. Kegiatan usaha penanaman kopi yang dilakukan petani mempunyai kontribusi pada tingkat wilayah melalui upah tenaga kerja (45 %) dari pendapatan kotor dan pengeluaran konsumsi sebesar 77 % dari pendapatan bersih.

Pada sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2010) tataniaga kopi di desa Beranun Teleden Kecamatan Bandar Kabupaten Bener Meriah ada dua saluran tataniaga di lokasi penelitian, yaitu : (1) petani-pedagang pengumpul I-pedagang pengumpul II-eksportir, (2) petani-pedagang pengumpul I-eksportir. Marjin tataniaga relatif besar dan didominasi oleh *share* keuntungan yang besar dan tidak merata. Sehingga tataniaga kopi arabika tidak efisien.

Secara empirik, kemampuan bersaing suatu sistem suatu agribisnis pada dasarnya ditunjukkan oleh kemampuan dalam memproduksi dan memasarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen ( Saragih,1994 dalam Irawan 2006). Dengan kata lain sistem agribisnis yang berdaya saing tinggi, adalah sistem agribisnis yang fleksibel atau mampu merespon setiap perubahan pasar secara efektif dan efisien.

#### **2.4. Kerangka Konsep Penelitian**

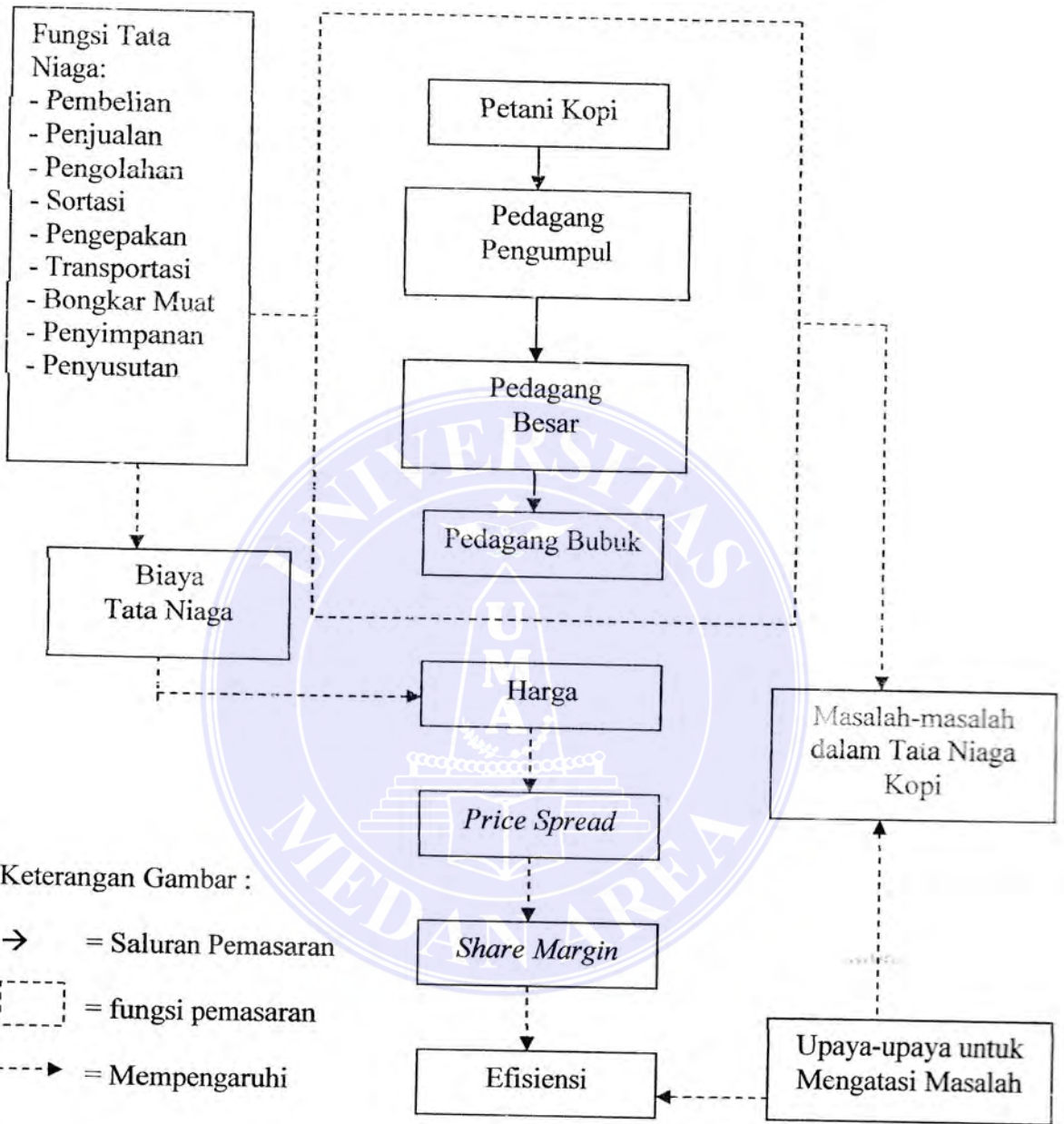
Tataniaga merupakan kegiatan produktif yang dapat mempertinggi nilai dari suatu barang yang diinginkan oleh konsumen. Untuk melihat dan menciptakan efisiensi tataniaga secara menyeluruh haruslah diadakan pengkajian terhadap semua pihak yang terlibat dalam proses tataniaga. Petani sebagai pengelola usahatani berharap memperoleh pendapatan bersih sebesar-besarnya agar tujuan hidupnya tercapai. Dalam menjual hasil produksinya, petani akan berhadapan dengan pelaku tataniaga yang bekerja diluar lingkungan usahatani yang dimilikinya. Petani melakukan beberapa kegiatan fungsi tataniaga seperti penjualan, pengolahan, dan sortasi. Pedagang pengumpul di desa melakukan fungsi tataniaga pembelian, penjualan, sortasi, pengepakan, dan transportasi. Pedagang besar melakukan fungsi tataniaga pembelian, penjualan, pengolahan, sortasi, pengepakan, transportasi, bongkar muat, penyimpanan dan penyusutan. Eksportir melakukan beberapa fungsi tataniaga seperti pembelian, penjualan, sortasi, pengepakan, transportasi, bongkar muat, penyimpanan dan penyusutan (Saragih, 2006).

Dengan melakukan kegiatan fungsi tataniaga, maka terdapat biaya tataniaga. Besarnya biaya tataniaga akan menentukan harga yang diterima oleh petani dan lembaga tataniaga lainnya serta mendapatkan margin keuntungan yang merupakan pengukuran untuk efisiensi tataniaga. Biaya tataniaga suatu produk biasanya diukur dengan *share margin* dan *price spread*. Dengan kata lain *Share Margin* merupakan persentase *price spread* terhadap harga beli konsumen. *Price spread* merupakan keiompok harga beli dan harga jual serta biaya-biaya tataniaga menurut fungsi tataniaga dan margin keuntungan dari tiap lembaga tataniaga.

Selama melakukan kegiatan tataniaga, petani dan lembaga tataniaga menghadapi berbagai masalah antara lain fluktuasi harga, jumlah produksi dan mutu biji kopi yang tidak seragam. Hal berpengaruh terhadap fungsi tataniaga yang dilakukan dan biaya tataniaga serta efisiensi tataniaga. Fluktuasi harga berdampak kepada timbulnya niat petani untuk melakukan penyimpanan sehingga membutuhkan tambahan waktu dan upah tenaga kerja. Rendahnya mutu biji kopi yang dihasilkan petani sehingga pedagang dan eksportir hanya memberikan harga rata-rata tanpa membedakan mutu kopi sehingga petani malas melakukan *grade kelas*.

Secara skematis kerangka pemikiran dapat digambarkan seperti dibawah

ini :

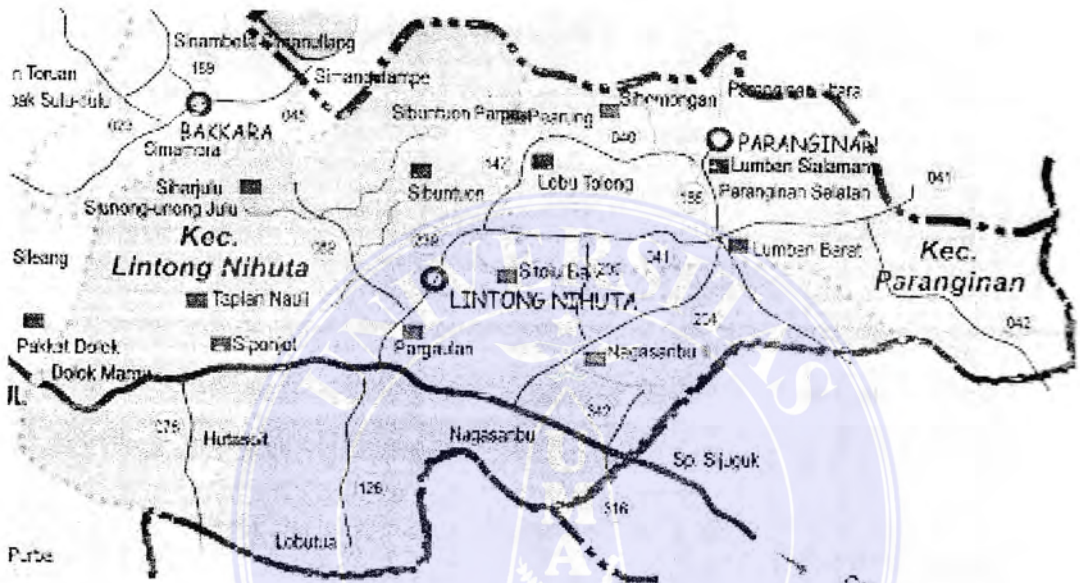


Gambar 2. Skema Kerangka Penelitian

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada Bulan April s/d Mei Tahun 2018 di Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan.



Gambar 3. Peta Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan

Lokasi penelitian ini dipilih dengan metode *purposive sampling* yaitu metode penentuan lokasi penelitian secara sengaja, karena di kecamatan ini terdapat masalah tataniaga yaitu perbedaan harga yang relatif tinggi di tingkat petani dengan pedagang.

### 3.2. Metode Penentuan Sampel

#### 3.2.1. Sampel Desa

Kecamatan Lintongnihuta terdiri dari 22 desa. Pengambilan sample desa dilakukan dengan *cluster sampling* yaitu membagi sample desa menurut jarak ke ibu kota kecamatan sejauh 12 km. Dengan demikian secara statistik akan dibagi

menjadi tiga bagian yang sama dimana jarak dekat ( $< 4$  km) sebanyak 7 desa, sedang ( $4 - 8$  km) sebanyak 8 desa dan jauh ( $> 8$  km) sebanyak 7 desa (Badan Pusat Statistik Kecamatan Lintongnihuta, 2017)

Jarak ibukota kecamatan Lintongnihuta ke desa dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jarak ibukota Kecamatan Lintongnihuta Ke Desa (dalam kilometer)

No	Desa	Jarak ke Ibukota Kecamatan (Km)	Keterangan
1	Tapian Nauli	1.00	Dekat
2	Sibuntuon Paritur	1.00	Dekat
3	Pargaulan	2.00	Dekat*
4	Sihar Julu	2.00	Dekat
5	Sigumpar	2.00	Dekat
6	Parulohan	2.50	Dekat
7	Sibuntuon Parpea	3.00	Dekat
8	Sigompul	3.00	Dekat*
9	Naga Saribu 4	4.10	Sedang
10	Sitolu Bahal	4.50	Sedang
11	Habeahan	5.00	Sedang
12	Naga Saribu 5	6.00	Sedang
13	Siponjot	7.00	Sedang*
14	Lobutua	8.00	Sedang*
15	Naga Saribu 5	8.00	Sedang
16	Naga Saribu 2	8.50	Jauh
17	Huta Soit 1	8.50	Jauh
18	Sitio	8.50	Jauh
19	Dolok Margu	9.00	Jauh
20	Bonan Dolok	9.00	Jauh*
21	Huta Soit 2	10.00	Jauh*
22	Naga Saribu 3	11.00	Jauh

Sumber : Badan Pusat Statistik Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan (2017)

Keterangan: \* Sampel Desa

### 3.2.2. Sampel Responden

Sampel responden masing-masing kelompok desa dipilih secara *accidental* yaitu pengambilan sample dengan jalan mengambil individu siapa saja yang dapat dijangkau atau ditemui. Pengambilan sebanyak 10 petani sampel dengan lahan

sempit dan 10 dengan lahan luas yang dapat dijangkau atau ditemui. Jumlah sampel petani kopi menurut jarak desa dan luas lahan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Sampel Petani Kopi menurut Jarak Desa dan Luas Lahan

Jarak Desa	Lahan (Ha)	Sampel Petani (Orang)
Dekat	$\geq 0,5$	10
	$< 0,5$	10
Sedang	$\geq 0,5$	10
	$< 0,5$	10
Jauh	$\geq 0,5$	10
	$< 0,5$	10
Jumlah		60

Sampel pedagang adalah orang-orang yang terlibat dalam pendistribusian kopi hasil produksi petani sampai ke konsumen akhir. Banyaknya sample pedagang yaitu pedagang pengumpul desa sebanyak 7 sample, pedagang besar sebanyak 2 sample dan pedagang bubuk sebanyak 2 sampel. Penentuan sampel pedagang dilakukan dengan menggunakan metode penelusuran yaitu metode menelusuri pembelian dan penjualan kopi mulai dari petani sampai ke tingkat pedagang bubuk.

### 3.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan petani dan pedagang melalui kuisisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data sekunder digunakan sebagai pelengkap diperoleh dari beberapa instansi pemerintah serta hasil-hasil penelitian yang terkait dengan pemasaran kopi (Rasoki,dkk, 2016)



Data-data dari metode pengumpulan data dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Data Penelitian dan Sumber Data di Lokasi Penelitian.

No	Data Penelitian	Sumber Data
1	Harga dan Jumlah Penjualan Tingkat Petani	Petani
2	Biaya yang dikeluarkan petani	Petani
3	Harga Pembelian Pedagang 1	Produsen/Pedagang 1
4	Biaya Pemasaran Pedagang 1	Pedagang 1
5	Harga Pembelian Pedagang n	Pedagang n
6	Biaya Pemasaran pedagang n	Pedagang n

### 3.4. Metode Analisis Data

Menurut Uhl and Kohl (1980), untuk menganalisis margin pemasaran :

$$\begin{aligned}
 M_{ji} &= \text{Psi} - \text{Pbi} \dots\dots\dots 1 \\
 M_{ji} &= \text{bti} + \mu_i \dots\dots\dots 2 \\
 \mu_i &= \text{mji} - \text{bti} \dots\dots\dots 3
 \end{aligned}$$

Sehingga margin pemasaran total adalah :

$$M_j = \sum m_{ji} \dots\dots\dots 4$$

Dimana :

$$\begin{aligned}
 M_{ji} &= \text{Margin pada lembaga pemasaran ke-i} \\
 \text{Psi} &= \text{Harga penjualan pada lembaga pemasaran ke-i} \\
 \text{Pbi} &= \text{Harga pembelian lembaga pemasaran ke-i}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Bti} &= \text{Biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-i} \\
 \mu_i &= \text{Keuntungan lembaga pemasaran} \\
 M_j &= \text{Margin pemasaran total}
 \end{aligned}$$

Soekartawi (2002) menyatakan bahwa share margin (Sm) adalah persentase price spread terhadap harga beli konsumen :

$$Sm = \frac{P_p}{P_k} \times 100 \%$$

Dimana :

- Sm = Share margin dihitung dalam persen (%)  
Pp = Harga yang diterima produsen atau pedagang (Rp/kg)  
Pk = Harga beli konsumen (Rp/kg)

$$\text{Share biaya} = \frac{\text{Bi}}{\text{Pr} - \text{Pf}} \times 100 \%$$

$$\text{Share keuntungan} = \frac{\text{Ki}}{\text{Pr} - \text{Pf}} \times 100 \%$$

Dimana :  
Bi = Biaya  
Ki = Keuntungan  
Pr - Pf = Total margin

Soekartawi (2002) menyatakan bahwa efisiensi tataniaga (Ep) adalah nisbah antara total biaya tataniaga dengan nilai produk yang dijual dinyatakan dengan persen.

$$\text{Ep} = \frac{\text{Total biaya tataniaga}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}} \times 100 \%$$

Efisiensi tataniaga akan terjadi kalau biaya tataniaga dapat ditekan (semakin kecil) sehingga keuntungan tataniaga dapat lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik tataniaga dan adanya kompetisi pasar yang sehat.

### 3.5. Definisi dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalahan mengenai istilah-istilah yang terdapat pada penelitian ini maka dibuat definisi dan batasan operasional yaitu :

### 3.5.1. Definisi

1. Kopi yang diteliti adalah kopi dari jenis Arabika dalam bentuk biji.
2. Produsen adalah petani kopi di daerah penelitian.
3. Kopi beras adalah biji kopi kering yang sudah dibuang kulit tanduk dan kulit arinya.
4. Pedagang pengumpul adalah pedagang di desa yang membeli kopi dari produsen dan menjualnya kembali ke pedagang besar di kecamatan.
5. Pedagang besar adalah pedagang di kecamatan yang membeli kopi dari produsen dan pedagang pengumpul dan menjualnya ke eksportir atau ke pedagang bubuk .
6. Pedagang bubuk adalah konsumen terakhir yang membeli kopi dari petani dan pedagang besar.
7. Biaya tataniaga adalah semua biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga dalam proses tataniaga kopi.
8. Saluran tataniaga adalah saluran penjualan dari petani sampai ke pedagang bubuk.

### 3.5.2 Batasan Operasional

- a. Sampel petani kopi adalah petani kopi yang mengusahakan tanaman kopi di Kecamatan Lintongnihuta.
- b. Produksi adalah hasil kopi yang dihitung dalam ukuran kilogram kopi kering.
- c. Penjualan adalah memberikan produksi kopi ke lembaga berikutnya yang dihitung dalam ukuran kilogram.

- d. Harga adalah harga rata-rata yang dinyatakan dalam jumlah uang karena produk tidak homogen dalam fisik dan kualitas.



## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan, yaitu :

1. Saluran tataniaga di daerah penelitian ada 3 tipe yaitu :
  - Saluran 1 : Petani - pedagang pengumpul desa - pedagang besar - pedagang bubuk.
  - Saluran 2 : Petani - pedagang besar - pedagang bubuk .
  - Saluran 3 : Petani - pedagang bubuk.
2. Tingkat efisiensi tataniaga pada saluran 1 sebesar 10,38 %, pada saluran 2 sebesar 10,57 % dan pada saluran 3 sebesar 9,20 %.
3. Besarnya *share* keuntungan tataniaga pada saluran 1 sebesar 87,03 %, pada saluran 2 sebesar 86,79 % dan pada saluran 3 sebesar 93,72 %.
- 4 Saluran tataniaga terbaik ditinjau dari tingkat efisiensi tataniaga terendah (9,20 %) adalah saluran 3 dengan keuntungan petani sebesar Rp 6.300,-/kg dan pedagang bubuk sebesar 107.600,-/kg.
- 5 Upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah tataniaga kopi adalah meningkatkan pengetahuan petani akan sumber informasi yang akurat misalnya internet dan media cetak, memberdayakan penyuluhan dan bimbingan dari pemerintah melalui dinas pertanian dan penyuluh pertanian lapangan dalam penanganan pasca panen yang lebih baik.

## 5.2. Saran

1. Petani disarankan menjual langsung kopi kepada pedagang besar atau pedagang bubuk sehingga keuntungan petani lebih besar dibandingkan dengan menjual kepada pedagang pengumpul.
2. Pedagang diharapkan menjadi mitra kerja petani yang baik, jangan mencari keuntungan sendiri tetapi dapat juga sebagai motivator petani yang terdekat dalam menginformasikan kualitas kopi yang baik agar saling menguntungkan.
3. Petani perlu memanfaatkan sumber informasi media cetak dan elektronik yang telah ada di daerah penelitian, sesering mungkin agar dapat mengakses harga kopi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. 2011. *Pembangunan Pertanian Paradigma Kebijakan dan Strategi Revitalitas*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bahua, M.I., 2017. Hubungan Karakteristik Petani dengan Kompetensi Usahatani Jagung. *Jurnal Ilmiah Universitas Negeri Gorontalo*. Gorontalo Indonesia.
- Daniel, M., 2002. 'Pengantar Ekonomi Pertanian, Bumi Aksara, Jakarta.
- Departemen Pertanian. 2009. *Dasar-Dasar Penyuluhan Pertanian*. <http://www.pustaka.deptan.go.id>. Departemen Pertanian. Jakarta. Akses tanggal 1 September 2015. Ciamis.
- Dirtjen Kerjasama dan Perdagangan Internasional, Jakarta, 30 Nopember 2004 ([http://ditjenkpi.keinendag.go.id/website-kpi/files/content/2/indikasi\\_geografis-final\\_20110408112655.pdf](http://ditjenkpi.keinendag.go.id/website-kpi/files/content/2/indikasi_geografis-final_20110408112655.pdf)).
- Fadah I dan Yuswanto I,B,. 2004. *Dalam* Widyawati dan Pujiono (2013). Karakteristik Demografi dan Sosial Ekonomi Buruh serta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Pada Buruh Tembakau di Jember). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 6 Nomor 2. Diponegoro Journal of Economics. Semarang.
- Halwani R H,. 2002. *dalam* Desiana C, Rochdiani D dan Perdani C,.2017. Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta. *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi*. AGROINFO GALUH Vol.4 Nomor 2, Mei 2017, Jakarta : Ghalia Indonesia
- Harahap,N.M., 2010, "Analisis Efisiensi Kopi Arabika (*Coffea Arabica*)" Skripsi, Fakultas Pertanian USU, Medan.
- Hastuti D. R. dan Rahim A., 2007 . *Ekonomika Pertanian (Pengantar, Teori, dan Kasus)*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- ,2007. *dalam* Downey dan Erickson. 1992. *Manajemen Agribisnis* (edisi kedua) (terjemahan: Alfonsus Sirait). Erlangga. Jakarta.
- Hutapea, M., 2008. 'Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi di Kabupaten Dairi' Skripsi, Fakultas Pertanian USU, Medan.
- Irawan,B., 2006. *Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Margin Pemasaran Sayuran dan Buah*. Analisis Kebijakan Pertanian. Pusat Analisis Sosial

- Ekonomi dan Kebijakan Pertanian .Badan Litbang Pertanian,Departemen Pertanian.
- Kadir, A. 2009. *Analisis Finansial Pengolahan Nira Aren (Arengga pinnata) Menjadi Produk Gula Merah*. Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan : Volume 2 No.1, Bogor.
- Kotler P., 1997 'Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol' PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kustiari, R., 2007 "Perkembangan Pasar Kopi Dunia dan Implikasinya bagi Indonesia", Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor (<http://pse.litbang.deptan.go.id/ind/pdf/files/fae25-1d.pdf>).
- Manalu,I. 2017. Kopi Arabika Sumatera Lintong (*Lintong Sumatera Arabica Coffee*) Masyarakat Pemerhati Kopi Arabika Sumatera Lintong (MASPEKAL) Humbang Hasundutan.
- Marlina, L., 2005. "Analisis Ekspor Kopi Sumatera Utara dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Pendapatan Petani Kopi Serta Kaitannya dengan Pengembangan Wilayah," Tesis, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Moreddu, C. , 2011 , "*Distribution of Support and Income in Agriculture*", *OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers*, No. 46, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/5kgch21wkmbx-en>
- Mubyarto., 1994. 'Pengantar Ilmu Ekonomi Pertanian' Pustaka LP3ES, Jakarta.
- Najiyati dan Danarti., 2004 , "Kopi, Budidaya dan Penanganan Lepas Panen," Penebar Swadaya, Jakarta.
- Nasution E dan Syahbudin., (2014). Analisis Pemasaran Kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara. Universitas Medan Area, Medan.
- Simanjuntak P.J.,2005. Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Petit, N. , 2007.in Dowding,T.J., *Coffee Value Chain & P3G Analysis Ethiopia'scoffee sector: a bitter or better future. Journal of AgrarianChange*,7(2).University of Connecticut, Stamford CT USA
- Rasoki,T dkk., 2016. Perbandingan Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Konsumsi dan Benih di kabupaten Brebes,Jawa Tengah.Jurnal Agro Ekonomi,Vol 34 No.2 Oktober 2016.
- Saragih, 2006 *dalam* Irawan,B., 2006. Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Margin Pemasaran Sayuran dan Buah. Analisis Kebijakan Pertanian. Pusat



Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian .Badan Litbang Pertanian,Departemen Pertanian.

- Rasyid,. 2013. Prospek dan Pengembangan Petani Kakao di Jawa Tengah. *Laporan Penelitian*. <http://damandiri.or.id/detailphp?id=487> . Diakses 21 Oktober 2014.
- Rosilawati R, Didi R dan Syamsudin G,. 2013. Tingkat Keberhasilan Usahatani dan Kinerja Pemasaran Jagung di Kecamatan Luwuk Kabupaten Banggai.Laporan Penelitian. <https://www.academia.edu/7269958/>. Diakses 10 Juli 2017.
- Sihaloho, T.M., 2009 “Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara” Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Situngkir S,. 2007. Peranan Ibu Rumah Tangga dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Kasus: Petani di Kota madya Jambi). *Jurnal manajemen dan Pembangunan*.Edisi 7, Juli 2007. Jambi.
- Soekartawi,. 2001. *Analisis Teori dan Aplikasinya*. PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- ,1993. dalam Jumiati,E dkk,. *Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*.UGM, Yogyakarta.
- Widianti, Noor dan Goni. 2008. *AgribisnisTanaman Perkebunan*.Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH Vol.4 Nomor 2, Mei 2017, Jakarta : Ghalia Indonesia
- Widyaningsih D, Sugeng R dan Titin A,. (2014). Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika di desa karangpring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. *Jember Indonesia*.
- Widyawati R.F dan Pujiono A,. 2013. Pengaruh Umur, Jumlah Tanggungan Keluarga, Luas Lahan, Pendidikan, Jarak Tempat Tinggal dan Keuntungan Terhadap Sektor Pertanian Di Desa Tajuk Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. *Diponegoro Journal Of Economics*, Semarang.

Lampiran 1. Data Sampel Petani Kopi di Kecamatan Lintongnihuta, 2018

No. Smpl	Jarak desa (km)	Lahan (Rt)	Lahan (ha)	Umur petani (tahun)	Lama pddkn (tahun)	Jlh Agt Kel (org)	Produksi/ Minggu (liter)	Produksi/ Minggu (kg)	Volume Penjualan (liter)	Volume Penjualan (kg)	Dijual kepada	Harga jual (Rp/kg)
1	<4	22	0,88	42	12	11	400	440	400	440	PP	35.000,00
2	<4	21	0,84	31	9	7	400	440	400	440	PP	35.000,00
3	<4	18	0,72	45	12	5	300	330	300	330	PP	35.000,00
4	<4	20	0,8	60	9	10	350	385	350	385	PB	37.000,00
5	<4	15	0,6	42	12	6	300	330	300	330	PP	35.000,00
6	<4	15	0,6	48	9	6	300	330	300	330	PP	35.000,00
7	<4	13	0,52	56	9	12	250	275	250	275	PBb	52.000,00
8	<4	15	0,6	55	9	10	300	330	300	330	PP	35.000,00
9	<4	18	0,72	45	12	8	350	385	350	385	PB	37.000,00
10	<4	16	0,64	40	12	7	350	385	350	385	PB	37.000,00
11	<4	10	0,4	32	9	6	100	110	100	110	PP	35.000,00
12	<4	12	0,48	55	9	4	150	165	150	165	PP	35.000,00
13	<4	5	0,2	53	12	8	50	55	50	55	PP	35.000,00
14	<4	5	0,2	52	9	5	50	55	50	55	PP	35.000,00
15	<4	5	0,2	58	12	8	50	55	50	55	PP	35.000,00
16	<4	5	0,2	42	12	7	50	55	50	55	PBb	52.000,00
17	<4	11	0,44	45	12	8	100	110	100	110	PP	35.000,00
18	<4	12	0,48	40	9	6	100	110	100	110	PP	35.000,00
19	<4	9	0,36	52	6	8	100	110	100	110	PP	35.000,00
20	<4	10	0,4	42	12	5	100	110	100	110	PP	35.000,00
21	4 s/d 8	18	0,72	48	12	5	350	385	350	385	PB	37.000,00
22	4 s/d 8	20	0,8	43	12	6	350	385	350	385	PB	37.000,00
23	4 s/d 8	16	0,64	45	12	7	300	330	300	330	PP	35.000,00
24	4 s/d 8	15	0,6	55	9	6	300	330	300	330	PBb	52.000,00
25	4 s/d 8	18	0,72	58	9	5	300	330	300	330	PP	35.000,00
26	4 s/d 8	18	0,72	48	12	6	350	385	350	385	PP	35.000,00
27	4 s/d 8	18	0,72	47	12	8	350	385	350	385	PP	35.000,00
28	4 s/d 8	14	0,56	58	9	4	300	330	300	330	PB	37.000,00
29	4 s/d 8	13	0,52	43	12	9	300	330	300	330	PP	35.000,00
30	4 s/d 8	13	0,52	45	12	7	300	330	300	330	PB	37.000,00
31	4 s/d 8	10	0,4	42	12	9	100	110	100	110	PP	35.000,00
32	4 s/d 8	11	0,44	51	16	8	150	165	150	165	PP	35.000,00
33	4 s/d 8	5	0,2	53	9	7	50	55	50	55	PP	35.000,00
34	4 s/d 8	8	0,32	45	12	9	100	110	100	110	PP	35.000,00
35	4 s/d 8	8	0,32	41	12	7	100	110	100	110	PP	35.000,00
36	4 s/d 8	12	0,48	43	12	6	150	165	150	165	PP	35.000,00
37	4 s/d 8	10	0,4	32	12	7	100	110	100	110	PP	35.000,00
38	4 s/d 8	9	0,36	38	12	6	100	110	100	110	PP	35.000,00
39	4 s/d 8	12	0,48	40	12	5	150	165	150	165	PP	35.000,00
40	4 s/d 8	10	0,4	43	12	5	100	110	100	110	PP	35.000,00
41	>8	22	0,88	45	12	6	450	495	450	495	PB	37.000,00
42	>8	25	1	34	12	5	600	660	600	660	PB	37.000,00
43	>8	23	0,92	40	16	6	500	550	500	550	PB	37.000,00
44	>8	20	0,8	48	12	8	400	440	400	440	PB	37.000,00
45	>8	18	0,72	49	12	8	350	385	350	385	PB	37.000,00
46	>8	20	0,8	49	6	9	400	440	400	440	PB	37.000,00
47	>8	15	0,6	57	9	8	300	330	300	330	PB	37.000,00
48	>8	17	0,68	44	12	8	300	330	300	330	PB	37.000,00
49	>8	14	0,56	53	9	6	200	220	200	220	PP	35.000,00
50	>8	13	0,52	48	12	5	250	275	250	275	PP	35.000,00
51	>8	10	0,4	44	12	6	100	110	100	110	PP	35.000,00
52	>8	10	0,4	50	9	6	100	110	100	110	PP	35.000,00
53	>8	12	0,48	49	12	7	150	165	150	165	PP	35.000,00
54	>8	11	0,44	43	12	5	150	165	150	165	PP	35.000,00
55	>8	10	0,4	44	12	7	100	110	100	110	PP	35.000,00
56	>8	10	0,4	40	12	8	100	110	100	110	PP	35.000,00
57	>8	8	0,32	45	9	8	100	110	100	110	PBb	52.000,00
58	>8	10	0,4	41	12	5	150	165	150	165	PP	35.000,00
59	>8	10	0,4	38	12	6	150	165	150	165	PP	35.000,00
60	>8	10	0,4	40	12	6	150	165	150	165	PP	35.000,00
Jumlah		803	32,12	2.754	665	412	13.450	14.795	13.450	14.795		2.198.000,00
Rata-rata		13,38	0,54	45,90	11,08	6,89	224,17	246,58	224,17	246,58		36.633,33

Sumber: Data primer diolah (2018)

Ket : PP = Pedagang Pengumpul

PB = Pedagang Besar

PBb = Pedagang Bubuk

Lampiran 2. Data Sampel Pedagang Pengumpul, 2018

No Sampel	Umur PP (Tahun)	Lama Pddkn (Tahun)	Pglmn (Tahun)	Snbr Pmbln	Vol. Pmbln (Liter)	Vol. Pmbln (Kg/Mg)	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Pnjln (Rp/kg)	Dijual Kepada	Harga Jual (Rp/kg)
1	33	12	4	Petani	2.100,00	2.310,00	35.000,00	2.310,00	PB	37.000,00
2	56	12	8	Petani	1.800,00	1.980,00	35.000,00	1.980,00	PB	37.000,00
3	37	12	5	Petani	2.000,00	2.200,00	35.000,00	2.200,00	PB	37.000,00
4	40	12	8	Petani	1.900,00	2.090,00	35.000,00	2.090,00	PB	37.000,00
5	45	12	4	Petani	1.800,00	1.980,00	35.000,00	1.980,00	PB	37.000,00
6	48	12	3	Petani	2.000,00	2.200,00	35.000,00	2.200,00	PB	37.000,00
7	50	12	5	Petani	1.850,00	2.035,00	35.000,00	2.035,00	PB	37.000,00
Jumlah	309,00	84,00	37,00		13.450,00	14.795,00	245.000,00	14.795,00		259.000,00
Rata-rata	44,14	12,00	5,29		1.921,43	2.113,57	35.000,00	2.113,57		37.000,00

Sumber: Data primer diolah (2018)

Ket : Pddk = Pendidikan  
Pglmn = Pengalaman  
Pmbln = Pembelian  
Pnjln = Penjualan

Lampiran 3. Biaya Tataniaga Sampel Pedagang Pengumpul, 2018

No Sampel	Biaya Tataniaga (Rp/kg)					
	Liter	Sewa Timbangan	Goni	Tali	Jarum Goni	Transportasi
1	25.00	20.00	30.00	15.00	20.00	40.00
2	25.00	20.00	30.00	15.00	20.00	40.00
3	25.00	20.00	30.00	15.00	20.00	60.00
4	25.00	20.00	30.00	15.00	20.00	50.00
5	25.00	20.00	30.00	15.00	20.00	40.00
6	25.00	20.00	30.00	15.00	20.00	60.00
7	25.00	20.00	30.00	15.00	20.00	60.00
Jumlah	175.00	140.00	210.00	105.00	140.00	350.00
Rata-rata	25.00	20.00	30.00	15.00	20.00	50.00

Sumber: Data primer diolah (2018)

Lampiran 4. Data Sampel Pedagang Besar, 2018

No Sampel	Umur PB (Tahun)	Lama Pddkn (Tahun)	Pglmn (Tahun)	Snbr Pmbln	Vol. Pmbln (Kg/Bln)	Harga Beli (Rp/kg)	Vol. Pnjln (Kg/Bln)	Dijual Kepada	Harga Jual (Rp/kg)
1	60	12	15	Petani	1.000,00	37.000,00	700,00	PBb	80.000,00
2	55	12	10	PP	750,00	37.000,00	650,00	PBb	80.000,00
Jumlah	115,00	24,00	25,00		1.750,00	74.000,00	1.350,00		160.000,00
Rata-rata	57,50	12,00	12,50		875,00	37.000,00	675,00		80.000,00

Sumber: Data primer diolah (2018)

Ket : Pddk = Pendidikan  
Pglmn = Pengalaman  
Pmbln = Pembelian  
Pnjln = Penjualan

Lampiran 5. Biaya Tataniaga Sampel Pedagang Besar Kecamatan Lintongnihuta, 2018

No Sampel	Biaya Tataniaga (Rp/kg)								
	Jemur	Sortasi	Packing	Transportasi	Bongkar	Pajak	Penyimpanan	Susut (Hulling)	Sewa Sutton
1	2.000,00	1.000,00	600,00	1.000,00	200,00	300,00	400,00	500,00	500,00
2	2.000,00	1.000,00	600,00	1.000,00	200,00	300,00	400,00	500,00	500,00
Jumlah	4.000,00	2.000,00	1.200,00	2.000,00	400,00	600,00	800,00	1.000,00	1.000,00
Rata-rata	2.000,00	1.000,00	600,00	1.000,00	200,00	300,00	400,00	500,00	500,00

Sumber: Data primer diolah (2018)

Lampiran 6. Data Pedagang Bubuk (PBb), 2018

No. Sampel	Umur	Lama Pddkn (Tahun)	Pglmn (Tahun)	Pmbln	Vol Pmbln (kg/bln)	Harga beli (Rp/kg)	Volume (kg/bln)	Dijual ke	Harga jual (Rp/kg)
1	48	17	6,00	PB	750,00	80.000,00	750,00	Toko/ Swalayan	175.000,00
2	50	12	8,00	Petani	1.000,00	52.000,00	800,00	Toko/ Swalayan	175.000,00
Jumlah	98,00	29,00	14,00		1.750,00	132.000,00	4.931,00		350.000,00
Rata-rata	49,00	14,50	7,00		875,00	66.000,00	2.465,50		175.000,00



Lampiran 7. Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Humbang Hasundutan

No	Kecamatan	Luas (km)	Penduduk		Jumlah (jiwa)	Kepadatan Penduduk Jiwa/km)
			Laki-laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)		
1	Pakkat	381,68	11.868	12.655	24.523	64,25
2	Onan ganjang	222,56	5.142	5.311	10.453	46,97
3	Sijamapolang	140,18	2.673	2.724	5.397	38,50
4	Lintong Nihuta	181,26	15.805	15.512	31.317	172,77
5	Paranginan	47,78	6.502	6.660	13.162	275,47
6	Dolok Sanggul	209,3	24.008	24.203	48.211	230,34
7	Pollung	327,36	9.515	9.470	18.985	57,99
8	Parlilitan	727,75	8.920	9.184	18.104	24,88
9	Tarabintang	242,52	3.780	3.795	7.575	31,23
10	Baktiraja	22,32	3.576	3.612	7.188	322,04
		2.502,71	91.789	9.3126	184.915	1.264,46

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Humbang Hasundutan (2017)

Lampiran 8. Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Desa di Kecamatan Lintong Nihuta

No	Desa	Luas (ha)	Penduduk		Jumlah (jiwa)	Kepadatan Penduduk Jiwa/km)
			Laki-laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)		
1	Hutasoit I	940,08	766	703	1.469	1,56
2	Lobutua	867,32	419	408	827	0,95
3	Pargaulan	780,59	891	872	1.763	2,26
4	Nagasaribu I	687,13	964	932	1.896	2,76
5	Nagasaribu II	725,4	614	636	1.250	1,72
6	Sihar Julu	1.235,03	849	826	1.675	1,36
7	Sibuntuon Parpea	630,78	1.296	1.290	2.586	4,10
8	Sibuntuon Partur	502,25	627	624	1.251	2,49
9	Sitolu Bahal	1.031	783	804	1.587	1,54
10	Tapian Nauli	1.576,96	1.143	1.081	2.224	1,41
11	Siponjot	632,88	1.032	1.019	2.051	3,24
12	Dolok Margu	1.267,77	794	806	1.600	1,26
13	Sitio II	541,13	577	564	1.141	2,11
14	Hutasoit II	729,54	601	604	1.205	1,65
15	Bonan Dolok	709,64	311	303	614	0,87
16	Sigompul	638,67	593	595	1.188	1,86
17	Nagasaribu IV	688,58	453	464	917	1,33
18	Nagasaribu V	617,15	501	493	994	1,61
19	Nagasaribu III	906,75	734	726	1.460	1,61
20	Sigumpar	972,72	696	676	1.372	1,41
21	Parulohan	761,32	848	806	1.654	2,17
22	Habeahan	687,34	313	280	593	0,86
		9.153,49	15.805	15.512	31.317	40,14

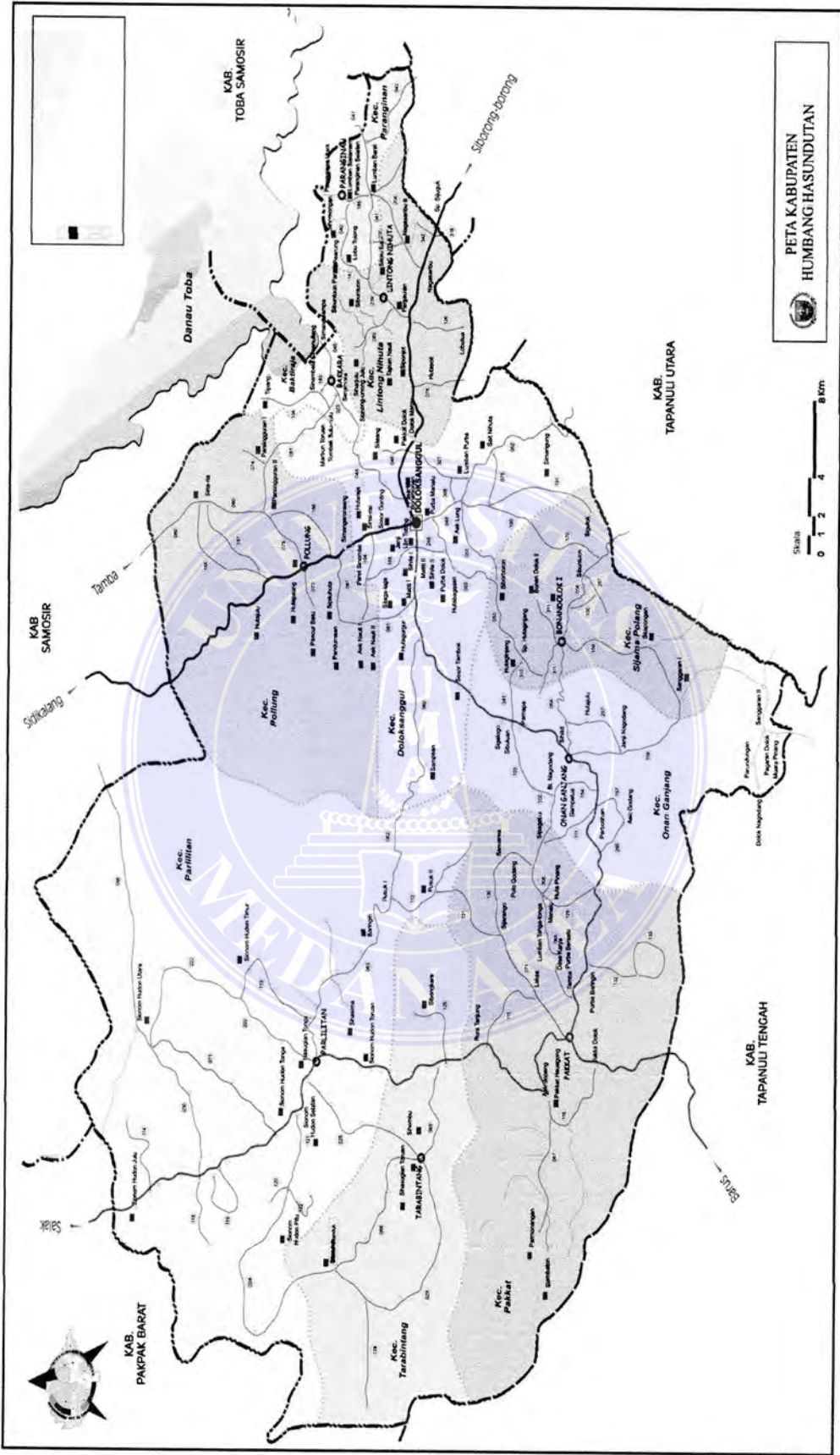
Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Humbang Hasundutan (2017)

Lampiran 9. Pasar di Kabupaten Humbang Hasundutan

No	Nama Pasar	Kecamatan	Hari Pekan
1	Lintong Nihuta	Lintong Nihuta	Senin
2	Pakkat	Pakkat	Senin
3	Parluasan	Parlilitan	Senin
4	Hutagalung	Parlilitan	Senin
5	Parlilitan	Parlilitan	Selasa
6	Onan Lobu	Bakti Raja	Rabu
7	Bonan Dolok	Sijamapolang	Rabu
8	Sitanduk	Tara Bintang	Rabu
9	Pollung	Pollung	Rabu
10	Toras	Tara Bintang	Kamis
11	Pasar Baru Dolok Sanggul	Dolok Sanggul	Jumat
12	Onan Ganjang	Onan Ganjang	Sabtu
13	Onan Raja Paranginan	Paranginan	Sabtu
14	Pusuk	Parlilitan	Sabtu

Sumber: Badan Pusat Statisti Kabupaten Humbang Hasundutan (2017)

# PETA KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN



Lampiran 11. Karakteristik Sampel Petani Berdasarkan Luas Lahan, 2017

No. Smpl	Jarak Desa (Km)	Lahan (Rt)	Lahan (Ha)	No. Smpl	Jarak Desa (Km)	Lahan (Rt)	Lahan (Ha)	No. Smpl	Jarak Desa (Km)	Lahan (Rt)	Lahan (Ha)
1	< 4	22	0,88	21	4 s/d 8	18	0,72	41	> 8	22	0,88
2	< 4	21	0,84	22	4 s/d 8	20	0,8	42	> 8	25	1,0
3	0 - 4	18	0,72	23	4 s/d 8	16	0,64	43	> 8	23	0,92
4	0 - 4	20	0,8	24	4 s/d 8	15	0,6	44	> 8	20	0,8
5	0 - 4	15	0,6	25	4 s/d 8	18	0,72	45	> 8	18	0,72
6	0 - 4	15	0,6	26	4 s/d 8	18	0,72	46	> 8	20	0,8
7	0 - 4	13	0,52	27	4 s/d 8	18	0,72	47	> 8	15	0,6
8	0 - 4	15	0,6	28	4 s/d 8	14	0,56	48	> 8	17	0,68
9	0 - 4	18	0,72	29	4 s/d 8	13	0,52	49	> 8	14	0,56
10	0 - 4	16	0,64	30	4 s/d 8	13	0,52	50	> 8	13	0,52
11	0 - 4	10	0,4	31	4 s/d 8	10	0,4	51	> 8	10	0,4
12	0 - 4	12	0,48	32	4 s/d 8	11	0,44	52	> 8	10	0,4
13	0 - 4	5	0,2	33	4 s/d 8	5	0,2	53	> 8	12	0,48
14	0 - 4	5	0,2	34	4 s/d 8	8	0,32	54	> 8	11	0,44
15	0 - 4	5	0,2	35	4 s/d 8	8	0,32	55	> 8	10	0,4
16	0 - 4	5	0,2	36	4 s/d 8	12	0,48	56	> 8	10	0,4
17	0 - 4	11	0,44	37	4 s/d 8	10	0,4	57	> 8	8	0,32
18	0 - 4	12	0,48	38	4 s/d 8	9	0,36	58	> 8	10	0,4
19	0 - 4	9	0,36	39	4 s/d 8	12	0,48	59	> 8	10	0,4
20	0 - 4	10	0,4	40	4 s/d 8	10	0,4	60	> 8	10	0,4
Jumlah		257	10,28	Jumlah		258	10,3	Jumlah		288	11,52
Rata-rata		12,9	0,514	Rata-rata		12,9	0,52	Rata-rata		14,4	0,58

Sumber: Diolah dari data primer (2018)