

**ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**ZULFIRMAN SIAHAAN  
188220173**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/1/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)17/1/24

**ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*

OLEH  
ZULFIRMAN SIAHAAN  
188220173



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/1/24

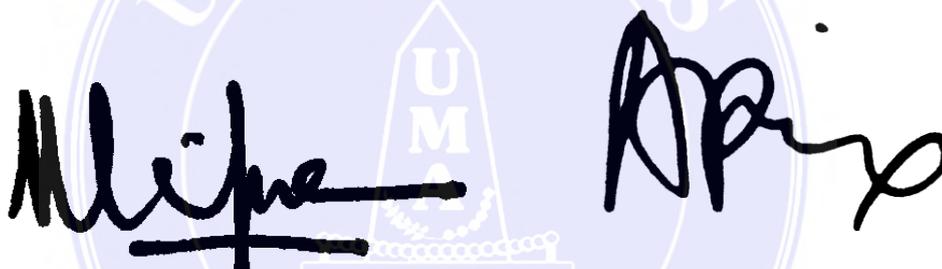
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)17/1/24

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Rantai Pasok Biji Kopi Arabika (*Coffea arabica*)  
dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan  
Nama : Zulfirman Siahaan  
NPM : 18.822.01173  
Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh:  
Komisi Pembimbing



Mitra Musika Lubis, SP., M.Si.  
Pembimbing I

Sri Ariani Safitri, SP., M.Si.  
Pembimbing II

Diketahui Oleh:



Dr. Ir. Zulheri Noer, MP.  
Dekan



Marizha Nurcahayani, S.ST., M.Sc.  
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus:

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 17/1/24

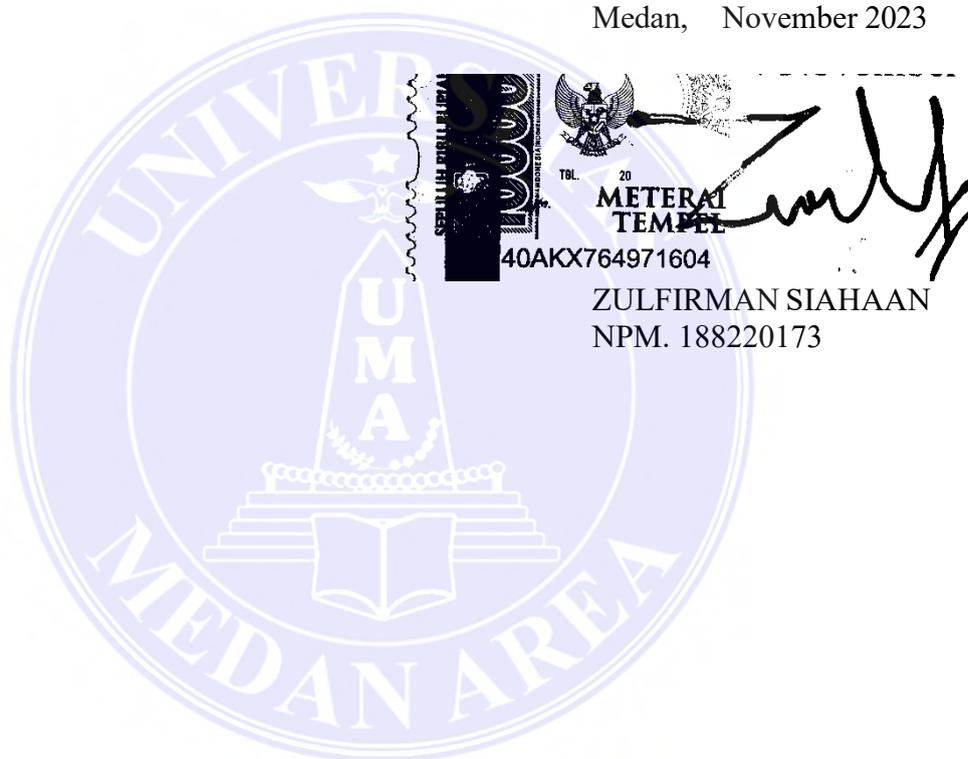
Access From (repository.uma.ac.id)17/1/24

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun. sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, November 2023



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademi Universitas Medan Area. saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfirman Siahaan

NPM : 188220173

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi membangun ilmu pengetahuan. menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul: "Analisis Rantai Pasok Biji Kopi Arabika (*Coffea arabica*) dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini. Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : November 2023

Yang menyatakan



Zulfirman Siahaan

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai pasok biji kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan Teknik *snowball* sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 63 responden dengan spesifikasi sampel petani kopi berjumlah 38, pengepul desa berjumlah 5, pengepul kecamatan berjumlah 5, pedagang pengecer berjumlah 5, pedagang kafe berjumlah 5, dan konsumen akhir berjumlah 5. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner terbuka dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kualitatif untuk menganalisis rantai pasok biji kopi Arabika dan deskriptif kuantitatif untuk menganalisis efisiensi pemasaran rantai pasok biji kopi Arabika menggunakan tiga indikator yaitu analisis margin pemasaran, analisis *farmer's share*, dan analisis rasio keuntungan dan biaya. Hasil penelitian menunjukkan (1) Rantai pasok biji kopi arabika di Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran biji kopi Arabika murni (*green bean*) dan saluran pemasaran biji/bubuk kopi Arabika (*roasted bean*). (2) Aliran produk biji kopi Arabika mengalir dari petani dan berakhir pada konsumen kafe, aliran keuangan mengalir dari konsumen kafe hingga sampai pada petani, sedangkan aliran informasi mengalir dua arah, yaitu informasi yang berasal dari petani hingga berakhir pada konsumen kafe dan informasi yang berasal dari konsumen kafe hingga berakhir pada petani. (3) Efisiensi pemasaran menunjukkan saluran pemasaran biji/bubuk kopi Arabika (*roasted bean*) dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan menjadi saluran pemasaran paling efisien.

**Kata Kunci:** Rantai pasok, aliran produk, aliran keuangan, aliran informasi, efisiensi pemasaran, kopi arabika, dolok sanggul.

## ABSTRACT

This study aims to analyze the supply chain of Arabica coffee beans from Dolok Sanggul District to Medan City. This type of research is descriptive research with a qualitative approach. The sampling method used purposive sampling with snowball sampling technique. The sample in this study amounted to 63 respondents with the sample specifications of coffee farmers totaling 38, village collectors totaling 5, sub-district collectors totaling 5, retail traders totaling 5, cafe traders totaling 5, and final consumers totaling 5. Data collection techniques used open questionnaires and documentation. Data analysis techniques used descriptive qualitative to analyze the Arabica coffee bean supply chain and quantitative descriptive to analyze the marketing efficiency of the Arabica coffee bean supply chain using three indicators, namely marketing margin analysis, farmer's share analysis, and profit and cost ratio analysis. The results showed (1) The supply chain for Arabica coffee beans from Dolok Sanggul District to Medan City consisted of two marketing channels, namely the marketing channel for pure Arabica coffee beans (green beans) and the marketing channel for Arabica coffee beans/powder (roasted beans). (2) The flow of Arabica coffee bean products flows from farmers and ends with cafe consumers, financial flows flow from cafe consumers to farmers, while the flow of information flows in two directions, namely information originating from farmers and ending with cafe consumers and information originating from from cafe consumers to end farmers. (3) Marketing efficiency shows the marketing channel for Arabica coffee beans/powder (roasted bean) from Dolok Sanggul District to Medan City is the most efficient marketing channel.

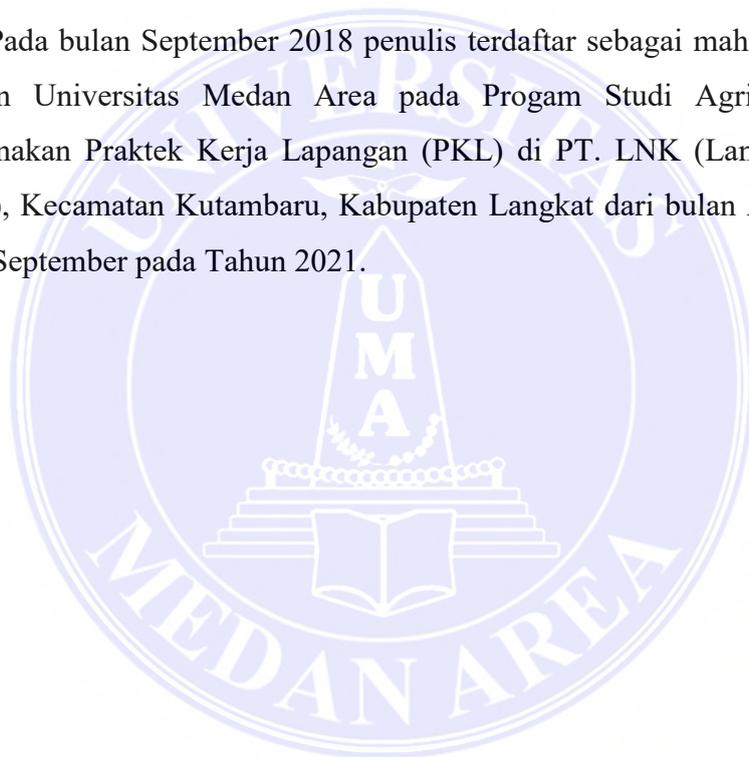
**Keywords:** Supply chain, product flow, financial flow, information flow, marketing efficiency, arabica coffee, dolok sanggul.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 04 Desember 1997 di Maryke, Kecamatan Kutambaru, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Penulis anak ke-2 dari 3 (tiga) bersaudara yang merupakan putra dari Ayahanda Marulak Siahaan dan Ibu Safrida Juniati Siregar.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 050639 Marike, , Sekolah Menengah Pertama di MTs Al-Ihsan Marike dan Sekolah Menengah Akhir di SMA Taman Siswa Binjai, Kota Binjai.

Pada bulan September 2018 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada Progam Studi Agribisnis. Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. LNK (Langkat Nusantara Kepong), Kecamatan Kutambaru, Kabupaten Langkat dari bulan Agustus sampai dengan September pada Tahun 2021.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala rahmat-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini ialah Pemasaran dengan judul **ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN.**

Terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Mitra Musika Lubis, SP., M.Si dan Ibu Sri Ariani Safitri, SP., M.Si selaku pembimbing yang telah banyak memberikan saran. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Ayah, Ibu, serta seluruh keluarga atas segala doa dan perhatiannya.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Dr. Ir. Zulheri Noel, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area
3. Ibu Sri Ariani Safitri, SP., M.Si selaku ketua program studi Agribisnis Universitas Medan Area
4. Ibu Mitra Musika Lubis, SP., M.Si selaku komisi pembimbing satu penulis yang telah membimbing dan mempermudah segala kesulitan yang ada dalam menyelesaikan proposal penelitian.
5. Ibu Sri Ariani Safitri, SP., M.Si selaku komisi pembimbing kedua yang telah membimbing dan mempermudah segala kesulitan yang ada dalam menyelesaikan proposal peneliti.
6. Kepada seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pendidikan di Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
7. Kedua orang tua saya Bapak Marulak Siahaan dan Ibu Safrida Julianti Siregar atas jerih payah dan Doa serta dorongan moril dan materil.
8. Teman teman Seperjuangan Agribisnis A4 Angkatan 2018 yang selalu memberi Motivasi. Kesan dan Pesan yang luar biasa kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Penulis



**ZULFIRMAN SIAHAAN**



## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Kerangka Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b> .....	<b>10</b>
2.1 Tanaman Kopi .....	10
2.2 Biji Kopi Arabika .....	11
2.3 Agribisnis Kopi Biji .....	14
2.3.1 Budidaya Biji Kopi .....	14
2.3.2 Pasca Panen Biji Kopo .....	16
2.4 Rantai Pasok ( <i>Suplay Chain</i> ) .....	17
2.4.1 Tujuan Rantai Pasok ( <i>Suplay Chain</i> ) .....	18
2.4.2 Prinsip-Prinsip Rantai Pasok ( <i>Suplay Chain</i> ) .....	20
2.4.3 Manfaat Rantai Pasok ( <i>Suplay Chain</i> ) .....	21
2.4.4 Area Cakupan Rantai Pasok ( <i>Suplay Chain</i> ) .....	22
2.5 Pemasaran Biji Kopi .....	24
2.5.1 Saluran Pemasaran .....	25

2.5.2 Biaya Pemasaran.....	26
2.5.3 Efisiensi Pemasaran .....	27
2.6 Penelitian Terdahulu .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
3.2 Metode Pengambilan Sampel .....	31
3.3 Metode Pengambilan Data.....	35
3.4 Metode Analisis Data.....	36
3.5 Definisi Operasional .....	39
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian .....	43
4.2 Karakteristik Responden.....	45
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	52
5.1.1 Rantai Pasok Biji kopi Arabika .....	52
5.1.2 Aliran Produk, Aliran Keuangan dan Aliran Informasi.....	62
5.1.2.1 Aliran Produk .....	62
5.1.2.2 Aliran Keuangan.....	70
5.1.2.3 Aliran Informasi .....	75
5.1.3 Efisiensi Pemasaran Biji Kopi Arabika.....	79
5.1.3.1 Analisis Margin Pemasaran.....	79
5.1.3.2 Analisis <i>Farmer's Share</i> .....	81
5.1.3.3 Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya .....	82
5.2 Pembahasan .....	84
5.2.1. Rantai Pasok Biji kopi Arabika.....	85
5.2.2. Aliran Produk, Aliran Keuangan & Aliran Informasi.....	91
5.2.3. Efisiensi Pemasaran Biji Kopi Arabika.....	94
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data Luas Lahan dan Produksi Komoditi Kopi Arabika di Kecamatan Dolok Sanggul Tahun 2019.....	2
Tabel 1.2 Data Produksi Komoditi Kopi Arabika di Kec. Dolok Sanggul Tahun 2016-2019.....	5
Tabel 3.1 Sampel Penelitian Petani Kopi di Kec. Dolok Sanggul.....	33
Tabel 3.2 Daftar Seluruh Sampel Penelitian di Kec. Dolok Sanggul.....	34
Tabel 4.1 Sarana dan Prasarana Umum di Kec. Dolok Sanggul.....	44
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Petani Kopi.....	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Pedagang Pengepul Desa.....	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Pedagang Pengepul Kecamatan.....	48
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Pedagang Pengepul Kafe.....	49
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Pedagang Kafe.....	50
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Konsumen Akhir.....	51
Tabel 5.1 Spesifikasi Rantai Pasok Biji Kopi Arabika oleh Petani.....	54
Tabel 5.2 Spesifikasi Rantai Pasok Biji Kopi Arabika oleh Pedagang Pengepul Desa.....	56
Tabel 5.3 Spesifikasi Rantai Pasok Biji Kopi Arabika oleh Pedagang Pengepul Kecamatan.....	57
Tabel 5.4 Spesifikasi Rantai Pasok Biji Kopi Arabika oleh Pedagang Pengecer.....	59
Tabel 5.5 Spesifikasi Rantai Pasok Biji Kopi Arabika oleh Pedagang Kafe.....	60
Tabel 5.6 Spesifikasi Aktifitas dan Biaya Pembelian Kopi oleh Konsumen Kafe.....	61

Tabel 5.7	Margin Pemasaran Biji Kopi Arabika .....	80
Tabel 5.8	Nilai Share Pemasaran Biji Kopi Arabika.....	81
Tabel 5.9	Rasio Keuntungan atas Biaya Pemasaran Biji Kopi Arabika.....	83



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1. Kerangka Penelitian.....	9
Gambar 2.1. Biji <i>Coffea arabica</i> .....	13
Gambar 2.2. Model Rantai Pasok.....	19
Gambar 2.3. Saluran Distribusi .....	25
Gambar 2.4. Saluran Satu Tingkat .....	25
Gambar 2.5. Saluran Tingkat Tiga (Tiga Perantara) .....	26
Gambar 4.1. Peta Kec. Dolok Sanggul (Sumber: BPS Dolok Sanggul. 2023) .....	43
Gambar 5.1. Alur Rantai Pasok Biji Kopi Arabika Kec. Dolok Sanggul.....	52
Gambar 5.2. Aliran Produk 1 Biji Kopi Arabika (Green Bean).....	64
Gambar 5.3. Aliran Produk 2 Biji/Bubuk Kopi Arabika (Roasted Bean) .....	65
Gambar 5.4. Aliran Keuangan 1 Biji Kopi Arabika (Green Bean) .....	70
Gambar 5.5. Aliran keuangan 2 Biji/Bubuk Kopi Arabika (Roasted Bean) .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	106
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	117
Lampiran 3 Dokumentasi Kuisisioner Penelitian .....	125
Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan Penelitian.....	129
Lampiran 5 Dokumentasi Surat Penelitian.....	134



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alamnya. Kekayaan berlimpah tersebut, memungkinkan Indonesia mengembangkan berbagai jenis dan varietas hasil pertanian yang tumbuh di berbagai daerah. Pertanian di Indonesia tidak hanya terdiri atas subsektor pertanian dan subsektor pangan, tetapi juga subsektor perkebunan, subsektor peternakan, dan subsektor perikanan. Sebagian besar tanaman perkebunan tersebut merupakan usaha perkebunan rakyat, sedangkan sisanya diusahakan oleh perkebunan besar milik pemerintah dan swasta. Perkebunan rakyat menguasai 81% luas areal perkebunan yang ada di Indonesia dan sudah mengalami peningkatan produksi (Chandrayani & Natha, 2016).

Salah satu komoditas perkebunan yang turut menyumbang peranan yang berarti bagi pembangunan pertanian di Indonesia adalah kopi. Tanaman kopi (*Coffea sp.*) merupakan salah satu genus dari Famili *Rubiaceae*. Genus ini memiliki sekitar 100 spesies, salah satu spesies yang memiliki nilai ekonomis yaitu Arabika. Tanaman kopi Arabika dapat tumbuh pada ketinggian 1.000-1.500 meter dpl dengan suhu 18 - 21<sup>0</sup>C (Kementan, 2018).

Kopi menjadi salah satu harapan produk perkebunan yang semenjak lama jadi pelopor perekonomian di Indonesia yang memiliki angka ekspor yang cukup tinggi. Tidak hanya selaku sumber pendapatan masyarakat tetapi juga selaku pangkal lapangan kegiatan, serta pangkal pemasukan devisa Negeri (Ariyanti *et al.*, 2019).

Kopi merupakan komoditas ekspor yang berperan penting dalam perdagangan internasional. Indonesia merupakan eksportir kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Kopi yang dijual di pasar dunia biasanya kombinasi dari biji kopi varietas Arabika (ICO, 2018). Sampai pada tahun 2021 Indonesia mampu menghasilkan 765 ribu ton kopi yang 61% nya diekspor dan sisanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri baik untuk konsumsi maupun untuk *carry over stocks* oleh pedagang dan eksportir sebagai cadangan bila terjadi gagal panen (Ginting *et al.*, 2023). Sementara itu, AEKI (2018) melaporkan bahwa volume ekspor kopi Indonesia rata-rata berkisar 350 ribu ton per tahun. Komposisi bentuk usaha perkebunan kopi Indonesia didominasi oleh Perkebunan Rakyat (PR) dengan porsi 96% dari total area di Indonesia, dan 2% sisanya merupakan Perkebunan Besar Negara (PBN), serta 2% merupakan Perkebunan Besar Swasta (PBS) (Martauli, 2018).

Jenis kopi yang banyak dibudidayakan di Indonesia yaitu kopi arabika (*Coffea arabica*) dan robusta (*Coffea canephora*) (Sarvina *et al.*, 2020). Kopi jenis arabika (*Coffea arabica*) merupakan kopi yang paling baik mutunya dibandingkan jenis kopi lain dan memiliki cita rasa khas yang kuat, rasa sedikit asam, dan profil aroma yang lebih baik (Wibowo & Palupi, 2022). Selain itu, harga kopi arabika lebih tinggi dari pada kopi robusta sehingga petani lebih senang mengusahakan kopi arabika, sebab kopi jenis ini lebih resisten terhadap hama penyakit, perawatan lebih mudah, kualitas cita rasa tinggi, dan kadar kafein lebih rendah dibandingkan dengan robusta dengan jumlah permintaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kopi robusta (AEKI 2018).

Beberapa daerah penanaman jenis biji kopi Arabika yang terkenal di Indonesia antara lain Provinsi Sumatera Utara (Kabupaten Tapanuli Utara, Dairi, Kabupaten Humbang Hasundutan, Toba Samosir, Mandailing, dan Karo). Kabupaten Humbang Hasundutan terdapat 28 kecamatan, setiap Kecamatan memiliki potensi sumber daya alam yang besar terutama sektor pertanian, sehingga membutuhkan pengelolaan yang lebih insentif. Kecamatan Dolok Sanggul merupakan salah satu dari beberapa kecamatan penghasil kopi Arabika yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan yang cukup besar di kecamatan lainnya. Berikut data luas panen dan produksi tanaman kopi Arabika di Kecamatan Dolok Sanggul tahun 2019. dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1 Data Luas Lahan dan Produksi Komoditi Kopi Biji Arabika di Kecamatan Dolok Sanggul Tahun 2019**

Kecamatan	Luas Lahan (Ha)	Produksi (ton)
	2019	2019
Pakkat	349,5	486
Onan Ganjang	1.371,00	1.142,00
Sijama Polang	862	736
<b>Dolok Sanggul</b>	<b>3.090,00</b>	<b>2.324,00</b>
Lintong Nihuta	2.978,00	1.982,00
Paranginan	1.625,00	1.329,00
Baktiraja	220	310
Pollung	1.274,00	998
Parlilitan	274,5	370
Tarabintang	0	0
<b>Humbang Hasundutan</b>	<b>12.042,00</b>	<b>9.677,00</b>

Sumber : BPS Kabupaten Humbang Hasundutan (2020)

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2019 Kecamatan Dolok Sanggul merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Humbang Hasundutan yang memiliki luas lahan kopi arabika terluas dengan luas lahan sebesar 3.090,00 ha dan produksi 2.324,00 ton.

Keberlanjutan suplai biji kopi ke pasar sangat ditentukan oleh keberlanjutan produksi di lapangan. Salah satu masalah komoditas biji kopi adalah terkait ke rantai pasok. Rantai pasok adalah alirannya (distribusi) bahan baku dan produk yang diperoleh dengan konsumen. Risiko dalam memasarkan produk dari panen merupakan risiko yang sering dihadapi petani. Rantai pasok terbentuk dari ketidakmampuan bisnis pelaku untuk menghasilkan produk dari bahan mentah hingga produk yang siap dikonsumsi konsumen. Rantai pasok terbentuk dari bergabungnya bisnis aktor dalam mendistribusikan produk mereka ke konsumen akhir. Pelaku rantai pasok memiliki peran dan saling membutuhkan dalam menghasilkan produk berkualitas yang dapat diterima konsumen kopi khususnya kopi Arabika (Disbun Sumut, 2019).

Rantai pasok sangat menentukan tingkat keberhasilan distribusi komoditas pertanian. Rantai pasok adalah serangkaian kegiatan produktif dari hulu ke hilir yang saling berhubungan antar kegiatan dan membentuk rantai nilai dalam industri. Rantai pasok terdiri dari beberapa elemen dan pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung (Rirahman, 2019). Menurut Arif (2018), rantai pasok dilihat berdasarkan hubungan keterkaitan antara aliran material atau jasa, aliran uang dan aliran informasi mulai dari pemasok, produsen, distributor, Gudang, pengecer sampai ke pelanggan akhir. Dengan kata lain, *supply chain* merupakan suatu jaringan perusahaan yang secara bersama-sama bekerjasama untuk menciptakan dan mengantarkan produk sampai ke tangan konsumen akhir. Rangkaian atau jaringan ini terbentang dari penyedia bahan mentah (bagian hulu) sampai pengecer atau toko (bagian hilir).

Aliran informasi adalah cara untuk memperoleh berbagai informasi baik itu menggunakan alat elektronik atau menggunakan arsip/distribusi berkas secara manual. Hal ini terlihat dari adanya perbedaan harga jual biji kopi Arabika yang signifikan baik produk biji kopi segar (*green bean*) maupun biji/bubuk kopi (*roasted bean*) di Kecamatan Dolok Sanggul dari petani kopi hingga pada tingkat konsumen. Selain itu, pemasaran biji Arabika di daerah penelitian melibatkan beberapa jenis pedagang perantara dan didominasi pemasaran ke pedagang kafe, sehingga diduga ada beberapa tipe saluran pemasaran yang terbentuk.

Aliran produk adalah proses yang dilakukan mulai dari hulu ke hilir melalui beberapa tahap. Kegiatan rantai pasok biji Kopi Arabika di Kecamatan Dolok Sanggul melibatkan beberapa *stakeholder* di dalamnya yaitu petani, pedagang pengumpul desa, pedagang kecamatan, pedagang Caffe hingga sampai dengan ke konsumen yaitu orang-orang penikmat kopi yang ada di Kota Medan.

Aliran uang adalah kegiatan yang dilakukan setelah membeli suatu barang yang dilakukan dengan menggunakan berbagai sistem pembayaran seperti bayar tunai (*cash*), transfer bank, dp, dan kredit. Dalam analisis rantai pasok biji Kopi Arabika di Kecamatan Dolok Sanggul hanya menggunakan 2 (dua) sistem yaitu pembayaran dengan transfer dan tunai (*cash*).

Industri pengolahan kopi masih kurang berkembang disebabkan oleh faktor teknis, sosial dan ekonomi. Penerapan teknologi pengolahan hasil kopi masih diterapkan oleh sebagian kecil perusahaan industri pengolahan kopi disebabkan oleh keterbatasan informasi, modal, teknologi, dan manajemen usaha. Hal ini tidak sejalan dengan potensi produk kopi olahan (kopi bubuk) dan *green bean* yang dapat memberikan nilai tambah yang tinggi (Nababan, 2018).

Permintaan biji kopi asli Kec. Dolok Sanggul ini terbilang tinggi khususnya pada jenis biji kopi Arabika. Berikut data produksi tanaman biji kopi Arabika di Kec. Dolok Sanggul tahun 2016-2019 dalam Tabel 1.2 berikut.

**Tabel 1.2 Data Produksi Komoditi Kopi Biji Arabika Kec Dolok Sanggul**

Kecamatan	Produksi (t n)			
	2016	2017	2018	2019
Pakkat	284,6	285,39	286,28	486
Onan Ganjang	618,15	686,62	1.139,40	1.142,00
Sijama Polang	462,24	531,08	535,58	736
<b>Dolok Sanggul</b>	<b>1.602,44</b>	<b>1.740,89</b>	<b>1.781,42</b>	<b>2.324,00</b>
Lintong Nihuta	1.643,70	1.674,59	1.979,09	1.982,00
Paranginan	999,21	1.024,72	1.328,97	1.329,00
Baktiraja	198,75	206,69	207,59	310
Pollung	673,18	687,60	692,1	998
Parlilitan	150,05	169,52	170,37	370
<b>Total</b>	<b>6.632,32</b>	<b>7.007,09</b>	<b>8.067,36</b>	<b>9.677,00</b>

Sumber : Disbun SumutProv (2020)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa, Kecamatan Dolok Sanggul setiap tahunnya produksi biji kopi Arabika terus melakukan peningkatan produksi mulai dari tahun 2016 sebesar 1.602,44 ton, tahun 2017 sebesar 1.740,89 ton, tahun 2018 sebesar 1,781,42 ton dan tahun 2019 sebesar 2.324,00 ton.

Biji kopi Arabika yang diproduksi oleh para petani kopi di Kecamatan Dolok Sanggul merupakan komoditas ekspor yang telah diakui kualitasnya. Tingginya permintaan terhadap kopi rakyat ini mendorong petani untuk semakin giat membudidayakan dan meningkatkan hasil perkebunannya. Nilai produksi kopi rakyat yang tinggi secara keseluruhan harus diimbangi dengan kegiatan pengolahan dan pemasaran yang tepat agar memberikan nilai tambah semaksimal mungkin bagi produk kopi itu sendiri. Hal tersebut diperlukan karena masing-masing pekebun Kopi Arabika memiliki lahan yang relatif kecil dengan produksi yang juga kecil

bila dibandingkan dengan perkebunan. Sehingga diperlukan pola pemasaran dan peningkatan nilai kopi rakyat (BPS Kec. Dolok sanggul, 2018).

Kegiatan yang dilakukan oleh petani dan lembaga lainnya memunculkan pola rantai pasok atau *supply chain* yang didalamnya juga terdapat aliran produk, aliran informasi dan aliran finansial. Kegiatan rantai pasok ini tidak lepas dari keberadaan mata rantai atau lembaga pemasaran yang terkait di dalamnya. Kegiatan yang dilakukan dapat berupa penyaluran barang, pengolahan barang maupun pengaturan-pengaturan lainnya baik itu pengaturan harga dan komunikasi.

Dampak dari kegiatan dalam rantai pasok tersebut adalah adanya penambahan nilai pada produk biji kopi Arabika. Penambahan nilai dan perubahan produk akibat adanya proses pengolahan dalam rantai pasok diperlukan untuk memenuhi permintaan konsumen. Untuk itu dalam sebuah rantai pasok diperlukan sebuah integrasi antara aliran barang, aliran informasi dan aliran keuangan agar rantai pasok tersebut dapat berjalan sesuai.

Berdasarkan fenomena yang ada, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji beberapa hal terkait rantai pasok biji kopi Arabika dari Kec. Dolok Sanggul ke Kota Medan. Oleh karena itu penelitian ini berjudul “**Analisis Rantai Pasok Biji Kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul Ke Kota Medan**”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana rantai pasok biji kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan.
2. Bagaimana aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi pada rantai pasok biji kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan?

3. Bagaimana efisiensi pemasaran biji Kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui rantai pasok biji kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan.
2. Untuk mengetahui aliran produk, keuangan, dan informasi pada rantai pasok biji kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan.
3. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran biji Kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi, evaluasi, referensi, maupun pengembangan untuk penelitian selanjutnya terkait analisis dan aplikasi rantai pasok biji kopi Arabika serta memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan mengenai rantai pasok biji kopi Arabika.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan rantai pasok biji kopi Arabika. Selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penyusunan program rantai pasok biji kopi Arabika.

3. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pedoman dalam menetapkan kebijakan pengembangan usaha kopi Arabika Kecamatan Dolok Sanggul.

#### 4. Bagi Petani

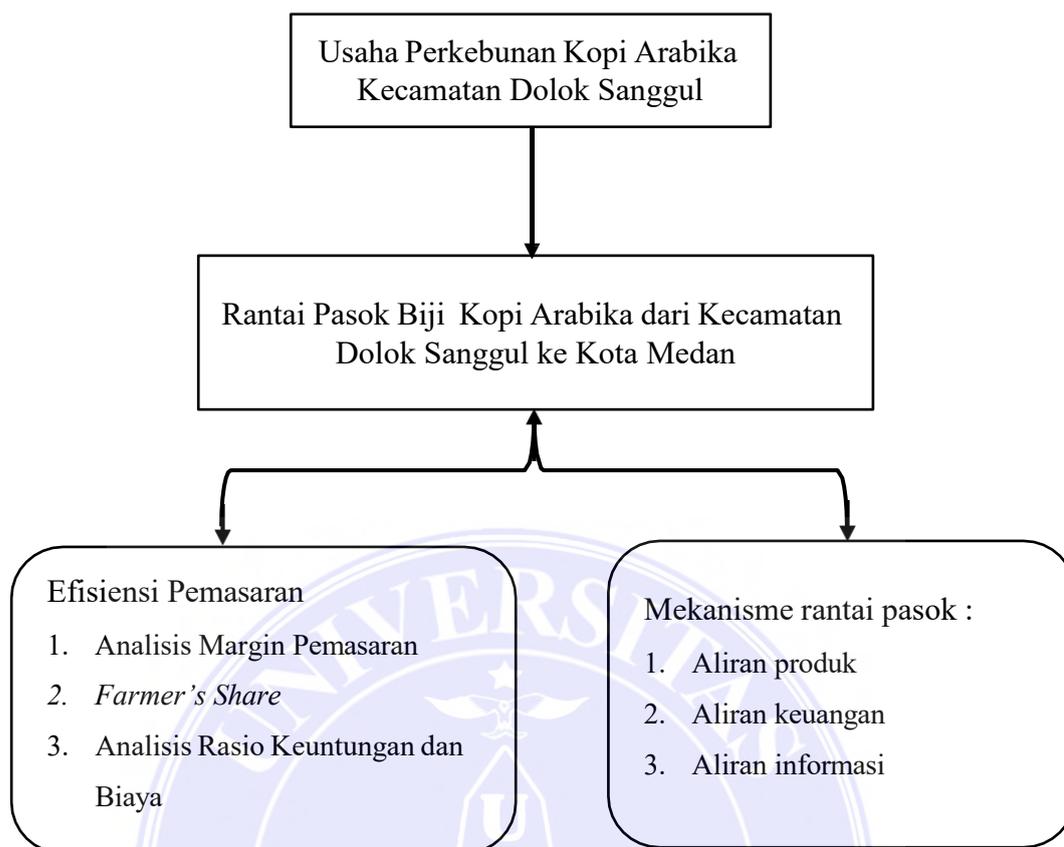
Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi pengembangan rantai pasok biji kopi Arabika Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan.

### 1.5 Kerangka Penelitian

Tingginya produksi biji kopi Arabika di Kecamatan Dolok Sanggul tentunya harus didukung dengan baiknya sistem pemasaran yang ada. Keberlanjutan suplai kopi ke pasar sangat ditentukan oleh keberlanjutan produksi di lapangan. Produksi kopi di lapangan umumnya dilakukan oleh petani yang memiliki tingkat pengetahuan dan kemampuan terbatas, sehingga pemahaman keberlanjutan usaha tani di lapangan perlu dipahami oleh petani. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui pelatihan informasi pemasaran yang akurat.

Rantai pasok atau rantai pengadaan adalah sistem yang dilalui organisasi bisnis untuk menyalurkan barang produksi atau jasa ke pelanggan. Mata rantai ini juga merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan, yang mempunyai tujuan sama yaitu seefisien dan seefisien mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang atau jasa tersebut. Pemasaran dianggap sebagai proses mengalirnya barang dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Kegiatan dalam memasarkan suatu produk diperlukan peran lembaga pemasaran yang akan membentuk suatu jalur yang disebut saluran pemasaran.

Maka diharapkan adanya peningkatan kinerja rantai pasok pada petani kopi pada khususnya untuk memberikan nilai tambah bagi produk kopi tersebut. Kegiatan rantai pasok tersebut untuk memperoleh keuntungan melalui produk yang dihasilkan. Untuk lebih jelasnya kerangka penelitian dapat digambarkan dalam skema berikut:



**Gambar. 1.1 Kerangka Penelitian**

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### 2.1 Tanaman Kopi

Kopi merupakan komoditas utama pertanian yang disukai oleh beberapa Provinsi di Indonesia. Kopi diperdagangkan di seluruh dunia dengan kontribusi setengah dari total ekspor komoditas tropis. Popularitas dan daya tarik dunia terhadap kopi, utamanya dikarenakan rasanya yang unik serta didukung oleh faktor sejarah, tradisional, sosial dan kepentingan ekonomi (Yunita *et al.*, 2019).

Kopi merupakan varietas pertanian yang cukup terkenal di dunia karena memiliki rasa dan nikmat. Kopi yang dijual dipasar dunia biasanya kombinasi dari biji kopi varietas arabika dan robusta. Perbedaan antara kedua kopi ini adalah kadar kafeinnya. Wilayah subtropis dan tropis merupakan lokasi yang baik untuk budidaya kopi. Oleh karena itu, negara-negara yang mendominasi produksi kopi dunia berada di wilayah Amerika Selatan, Afrika dan Asia Tenggara. Pada tahun 2000/2001, kopi ditanam di sekitar 11 juta ha, menghasilkan 115 juta kantong (60 kg) biji kopi hijau, di mana Kopi Arabika (*Coffea arabica* L.) menyumbang 63%, Minuman kopi dengan bahan dasar ekstraksi biji kopi dikonsumsi sekitar 2,25 milyar gelas setiap hari didunia. Peluang untuk mengembangkan perspektif agroindustri kopi ini meliputi berbagai aspek seperti lingkungan strategis, permintaan, sumber daya dan teknologi. Proyek agroindustri adalah pengembangan agroindustri berkelanjutan (Taufikqurrahman *et al.*, 2021).

Volume ekspor kopi Indonesia rata-rata berkisar 350 Ton per Tahun yang meliputi kopi robusta (85%) dan arabika (15%). Di kawasan ASEAN, Indonesia merupakan produsen dan eksportir kopi terbesar kedua setelah negara Vietnam. Di

tingkat dunia Indonesia adalah eksportir kopi terbesar keempat setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Produksi kopi Indonesia mengalami peningkatan pada periode 1980-2016. Rata-rata peningkatannya mencapai 2,44% (Kementan, 2016).

Tanaman Kopi merupakan genus *Coffea* yang termasuk dalam familia Rubiaceae dan mempunyai sekitar 100 spesies. Genus *Coffea* adalah salah satu genus penting yang mempunyai nilai ekonomis tinggi dan dikembangkan secara komersial, terutama *Coffea Arabika*, *Coffea Liberica*, dan *Coffea Kanephora*. Tanaman kopi merupakan tumbuhan tropik yang berasal dari Afrika. Meskipun kopi merupakan tumbuhan tropik, kopi memerlukan pohon naungan dan tidak menghendaki suhu tinggi. Suhu di atas 35<sup>0</sup>C dan suhu dingin dapat merusak panen dan mematikan tumbuhan kopi. Tanaman kopi dapat tumbuh dengan baik pada suhu yang berkisar 15-30<sup>0</sup>C dan pada tanah subur dengan sifat tanah antara berpasir dengan cukup humus dan dalam dengan drainase yang cukup baik. Kopi Arabika dapat tumbuh pada ketinggian 700-1.400 m di atas permukaan laut dengan suhu berkisar 15-24<sup>0</sup>C dan pH tanah 5,3-6,0 dan curah hujan rata-rata 2000-4000 mm/th dan jumlah bulan kering 1-3 bulan/th (Kaphi, 2017).

## 2.2 Biji Kopi Arabika

Biji kopi pertama kali ditemukan di Ethopia pada abad ke-9 pertama kali oleh seorang penggembala yang menyadari domba-dombanya gembalanya menjadi hiperaktif setelah memakan biji-bjian berukuran kecil yang tumbuh disekitar tempat penggembalaanya. Tempat penggembalannya bernama Kaffa, kemudian muncul istilah *coffee* dan sejak itulah kopi mulai mendunia (Febriliyani, 2016).

Kopi masuk kewilayah Indonesia pada tahun 1696 dibawa oleh Belanda dari Malabar, India ke Jawa dan ditanam di perkebunan Kedawung, Jakarta. Tetapi,

pembudidayaan ini gagal dikarenakan terjadinya gempa dan banjir. Tahun, 1699 Belanda kembali mendatangkan stek pohon kopi dari Malbar, kopi yang ditanam di Indonesia menghasilkan kualitas sangat baik hal ini diketahui dari sampel kopi yang diteliti di Amsterdam. Biji kopi yang dikembangkan di pulau Jawa kemudian dijadikan bibit untuk perkebunan di seluruh wilayah Indonesia (Afriliana, 2018).

Di habitat asalnya, tanaman ini tumbuh di bawah kanopi hutan tropis yang rimbun dan merupakan jenis tanaman berkeping dua (dikotil) yang memiliki akar tunggang. Kopi arabika banyak ditumbuh di dataran dengan ketinggian di atas 500 meter dpl. Kopi arabika akan tumbuh maksimal bila ditanam di ketinggian 1000-2000 mdpl. Dengan curah hujan berkisar 1200-2000 mm/tahun. Suhu lingkungan paling cocok untuk tanaman ini berkisar 15-24<sup>0</sup>C. Tanaman ini tidak tahan pada temperatur yang mendekati beku dibawah 4<sup>0</sup>C (Lopulalan, 2023). Berikut sistematika kopi Arabika menurut Charier & Berthaud (1985):

Kingdom : *Plantae*  
Super Divisi : *Spermatophyta*  
Divisi : *Magnoliophyta*  
Kelas : *Magnoliopsida*  
Sub Kelas : *Asteridae*  
Ordo : *Rubiales*  
Famili : *Rubiaceae* (suku kopi-kopian)  
Genus : *Coffea*  
Spesies : *Coffea arabica* L.

Untuk berbunga dan menghasilkan buah, tanaman kopi arabika membutuhkan periode kering selama 4-5 bulan dalam setahun. Biasanya pohon

Arabika akan berbunga di akhir musim hujan. Bila bunga yang baru mekar tertimpa hujan yang deras akan menyebabkan kegagalan berbuah. Tanaman ini menyukai tanah yang kaya dengan kandungan bahan organik. Material organik tersebut digunakan tanaman untuk sumber nutrisi dan menjaga kelembaban. Tingkat keasaman atau pH tanah yang diinginkan kopi Arabika berkisar 5,5-6.



**Gambar 2.1 Biji *Coffea arabica***

Biji kopi Arabika berbentuk semak tegak atau pohon kecil yang memiliki tinggi 5m sampai 6m dan memiliki diameter 7cm saat tingginya setinggi dada orang dewasa. Kopi Arabika dikenal oleh dua jenis cabang, yaitu *orthogeotropic* yang tumbuh secara vertikal dan *plagiogeotropic* cabang yang memiliki sudut orientasi yang berbeda dalam kaitannya dengan batang utama. Selain itu, kopi Arabika memiliki warna kulit abu-abu, tipis, dan menjadi pecah kasar ketika tua. Daun kopi Arabika berwarna hijau gelap dengan lapisan lilin mengkilap. Daun ini memiliki panjang 4-6 *inch* dan berbentuk oval/lonjong. Daun kopi Arabika merupakan daun sederhana dengan tangkai pendek dan masa pakai kurang dari satu tahun. Pohon biji kopi Arabika memiliki susunan daun bilateral, yang berarti bahwa dua daun tumbuh dari batang berlawanan satu sama lain (Nugroho, 2017).

Bunga kopi Arabika memiliki mahkota yang berukuran kecil, kelopak bunga berwarna hijau, dan pangkalnya menutupi bakal buah yang mengandung dua bakal biji. Benang sari pada bunga ini terdiri dari 5-7 tangkai yang berukuran pendek. Kopi Arabika umumnya akan mulai berbunga setelah berumur  $\pm 2$  tahun. Mula-mula bunga ini keluar dari ketiak daun yang terletak pada batang utama atau cabang reproduksi. Bunga yang jumlahnya banyak akan keluar dari ketiak daun yang terletak pada cabang primer. Bunga ini berasal dari kuncup-kuncup sekunder dan reproduktif yang berubah fungsinya menjadi kuncup bunga. Kuncup bunga kemudian berkembang menjadi bunga secara serempak dan bergerombol. Buah tanaman kopi terdiri atas daging buah dan biji. Daging buah terdiri atas tiga lapisan, yaitu kulit luar (*eksokarp*), lapisan daging (*mesokarp*) dan lapisan kulit tanduk (*endokarp*) yang tipis tapi keras. Buah kopi umumnya mengandung dua butir biji, tetapi kadang – kadang hanya mengandung satu butir atau bahkan tidak berbiji (hampa) sama sekali. Biji kopi terdiri atas kulit biji dan lembaga. Lembaga atau sering disebut *endosperm* merupakan bagian yang bisa dimanfaatkan sebagai bahan untuk membuat kopi (Nugroho, 2017).

## 2.3 Agribisnis Biji Kopi

### 2.3.1 Budidaya Biji Kopi

Budidaya Kopi di Indonesia dilakukan pertama kali pada tahun 1696 setelah VOC mendatangkan bibit kopi dari Malabar-India. Kopi merupakan tanaman tahunan yang bisa mencapai umur produktif selama 20 tahun. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pembudidayaan kopi Arabika diantaranya penyiangan, pemupukan, pemangkasan, dan penyambungan. Perlakuan yang tepat terhadap kopi yang ditanam dapat meningkatkan hasil produksi kopi, akan tetapi kesalahan dalam

budidaya mampu mengurangi jumlah produksi kopi secara signifikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan budidaya kopi diantaranya jenis tanaman, faktor lahan, teknik pemeliharaan, penanganan pasca panen dan pemasaran produk akhir. Memilih jenis tanaman untuk pemeliharaan kopi harus disesuaikan dengan tempat atau lokasi lahan. Perbanyak bibit pohon kopi bisa dilakukan dengan teknik generatif dan vegetatif (USDA, 2022).

Sebelum memulai budidaya biji kopi, hal yang harus disiapkan adalah menanam pohon peneduh. Pohon peneduh berguna untuk mengatur intensitas cahaya matahari yang masuk. Pemberian pupuk untuk tanaman kopi bisa menggunakan pupuk organik atau pupuk buatan. Tujuan pemupukan adalah untuk menjaga daya tahan tanaman, meningkatkan produksi dan mutu hasil. Pemupukan pada tanaman kopi harus tepat waktu, dosis dan jenis pupuk serta cara pemberiannya. Pemberian pupuk organik dilakukan setahun dua kali dengan dosis pupuk organik yaitu 10 - 20 kg/pohon/tahun.

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi produksi tanaman kopi adalah aspek pemangkasan. Menurut Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan (2021), manfaat dan fungsi pemangkasan tanaman kopi pada umumnya adalah agar pohon tetap rendah sehingga mudah perawatannya, membentuk cabang-cabang produksi yang baru, mempermudah masuknya cahaya dan mempermudah pengendalian hama dan penyakit. Pangkasan dilakukan bukan hanya untuk menghasilkan cabang-cabang saja (pertumbuhan *vegetatif*) tetapi juga untuk menghasilkan banyak buah. Tanaman yang dibudidayakan secara intensif sudah bisa berbuah pada umur 2,5-3 tahun untuk jenis robusta dan 3-4 tahun untuk arabika. Hasil panen pertama tidak terlalu banyak, produktivitas tanaman kopi akan

mencapai puncaknya pada umur 7-9 tahun. Panen tanaman kopi dilakukan secara bertahap, panen raya bisa terjadi dalam 4-5 bulan dengan interval waktu pemetikan 10-14 hari. Pemanenan pasca panen menentukan mutu produk akhir.

### **2.3.2 Pasca Panen dan Pengolahan Biji Kopi Arabika**

Kegiatan lanjutan yang dilakukan setelah kopi dipanen adalah kegiatan pasca panen dan pengolahan. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah kopi yang dihasilkan. Konsumen dari kopi yang telah mengalami proses pengolahan ini biasanya merupakan agroindustri dan konsumen akhir. Pada tahap ini dimulai mengetahui lembaga yang terkait dengan kegiatan pemasaran kopi hingga sampai ke tangan konsumen akhir serta menghitung besarnya nilai tambah yang dihasilkan oleh lembaga yang terlibat dalam pengolahan dan pemasaran.

Tanaman kopi selalu berdaun hijau sepanjang tahun dan berbunga putih. Bunga ini kemudian akan menghasilkan buah yang mirip dengan ceri terbungkus dengan cangkang yang keras. Hasil dari pembuahan bunga inilah yang disebut dengan biji kopi. Pemanenan biji kopi biasanya dilakukan secara manual dengan tangan dengan cara memetik buah yang sudah masak. Ukuran kematangan buah ditandai dengan perubahan warna kulit buah. Kulit buah berwarna hijau tua saat masih muda, berwarna kuning ketika setengah masak dan berwarna merah saat masak penuh dan menjadi kehitam-hitaman setelah masak penuh terlampaui.

Berbagai metode pemanenan yang dapat meningkatkan mutu dari hasil panen biji kopi adalah dengan pemanenan tiga tahap. Pertama adalah memilih buah-buah kopi yang sudah merah, dengan menyisakan sebagian besar buah kopi yang masih kuning dan hijau. Kedua, dengan memetik sebagian besar buah kopi yang sudah menjadi merah dan menyisakan sedikit buah kopi yang masih kuning dan

hijau. Panen kedua inilah yang hasilnya paling banyak. Ketiga adalah mengambil seluruh buah kopi yang masih ada di pohon. Pada tahap selanjutnya, biji kopi yang telah dipanen ini akan dipisahkan cangkangnya. Terdapat dua metode yang umum dipakai yaitu dengan pengeringan dan penggilingan dengan mesin. Setelah buah digiling, segera dilakukan fermentasi. Buah hijau dan kuning, difermentasi dengan cara kering, yakni hasil gilingan ditumpuk (digundukkan) di tempat teduh dan ditutup karung atau plastik. Fermentasi cara basah dilakukan dengan merendam hasil gilingan di dalam bak dengan air mengalir. Perendaman dilakukan selama 12 jam sambil terus diaduk agar *pulp* (kulit buah) megapung dan hanyut, sementara biji kopinya tertinggal di dasar bak.

Dalam kondisi panas terik optimal, penjemuran dilakukan selama tiga sampai enam hari sampai kadar air mencapai 14%. Setelah dipisahkan dari cangkangnya, biji kopi telah siap masuk kedalam proses pemanggangan. Proses ini secara langsung dapat meningkatkan cita rasa dan warna dari biji kopi. Pada tahap selanjutnya, biji kopi yang telah kering digiling untuk memperbesar luas permukaan biji kopi. Dengan bertambahnya luas permukaan maka ekstraksi akan menjadi lebih efisien dan cepat. Penggilingan yang baik akan menghasilkan aroma, rasa, dan penampilan yang baik. Hasil penggilingan segera dimasukkan ke dalam wadah kedap udara agar tidak terjadi perubahan cita rasa (Nugroho, 2017).

#### **2.4 Rantai Pasok (*Supply Chain*)**

Rantai pasok merupakan sebuah teknik pengaplikasian untuk sistem pengelolaan logistik dimana semua peranan yang ikut andil didalam sebuah aktivitas bisnis, dan ini merupakan sebuah aliran dari mata rantai penyediaan unit bahan baku hingga menjadi barang yang siap pakai (Siswandi *et al.*, 2019).

Menurut (Arif, 2018) Rantai pasok merupakan hubungan keterkaitan antara aliran material atau jasa, aliran uang dan aliran informasi mulai dari pemasok, produsen, distributor, gudang, pengecer sampai ke pelanggan akhir. Dengan kata lain, *supply chain* merupakan suatu jaringan perusahaan yang secara bersama-sama bekerjasama untuk menciptakan dan mengantarkan produk sampai ke tangan konsumen akhir. Jaringan ini terbentang dari penambang bahan mentah (di bagian hulu) sampai retailer atau toko (pada bagian hilir).

Rantai pasok menyangkut hubungan yang terus-menerus mengenai produk, uang dan informasi. Produk umumnya mengalir dari hulu ke hilir, uang mengalir dari hilir ke hulu, sedangkan informasi mengalir baik dari hulu ke hilir maupun hilir ke hulu (Ceha *et al.*, 2019).

#### **2.4.1. Tujuan Rantai Pasok (*Supply Chain*)**

Tujuan dari *supply chain* adalah mengendalikan dan mengembangkan organisasi melalui prinsip dan proses manajemen, sehingga dalam mengelola dan menghasilkan produk yang efisien dan efektif kepada perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir yaitu *supplier*, pabrik, *distributor*, toko atau ritel.

Menurut Pujawan (2017), ada tiga macam hal yang harus dikelola dalam *supply chain* yaitu:

1. Aliran barang dari hulu ke hilir contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik, setelah produksi selesai dikirim ke distributor, pengecer, kemudian ke pemakai akhir.
2. Aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu menggunakan 2 (dua) sistem pembayaran yaitu secara *cash* dan *transfer*. Agroindustri dan

pedagang besar menggunakan sistem pembayaran *transfer*, sedangkan pedagang pengepul menggunakan sistem pembayaran *cash/tunai*.

3. Aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya. Sebuah rantai pasok adalah kelompok komponen (pemasok, titik distribusi, *transportasi provider*) yang diperlukan untuk membawa produk dari bahan baku untuk pengguna akhir. Informasi tersebut biasanya mengenai harga, barang dan jumlah.

*Supply chain management* adalah istilah yang digunakan untuk mengendalikan dan mengatur rantai pasok. Sebuah model rantai pasok sederhana terdiri dari empat komponen: 1) *Supplier*: persediaan bahan baku, 2) Produsen: menghasilkan produk, 3) Gudang atau Pusat Distribusi: toko-toko dan kapal-kapal produk, dan 4) Pengguna akhir: menerima produk. Sementara, model rantai pasok dalam hal ini rantai pasok kopi dapat dilihat dalam Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Model Rantai Pasok Kopi (Sumber: [www.edrawmax.com](http://www.edrawmax.com))

Gambar 2.2 di atas menunjukkan rantai pasok kopi secara umum dari petani hingga sampai ke tangan konsumen dalam wujud minuman kopi dengan ragam cita rasa. Dalam rantai pasok tersebut terdapat aliran produk, keuangan dan informasi yang melibatkan beberapa komponen seperti petani, pedagang pengepul, pihak importir, transportasi, bursa komoditas (*commodity trader*), *roaster industry*, distributor/pengecer, *coffee shop*, dan penikmat kopi/konsumen. Secara singkat proses rantai pasok kopi diawali ketika petani memproduksi atau memanen biji kopi mentah (*greenbean*) yang selanjutnya dikumpulkan dalam gudang/penyimpanan kopi oleh petani maupun pedagang pengumpul untuk kemudian disalurkan ke *roaster industry* dengan tujuan pelabelan (*labeler/sealer*) dan dilanjutkan dengan pendistribusian ke *coffee shop* hingga sampai ke tangan konsumen dalam bentuk minuman kopi.

Diagram rantai pasok kopi khususnya mengidentifikasi semua transisi antara petani kopi dan konsumen. Mengidentifikasi semua transisi ini dan pemangku kepentingan di antaranya memungkinkan setiap komponen/pihak dalam rantai pasok memahami dinamika, biaya transisi, berbagai kepentingan perusahaan yang terlibat, dan waktu yang dibutuhkan. Memahami diagram rantai pasok kopi adalah cara yang bagus untuk meningkatkan dinamika, meminimalkan biaya, dan meningkatkan ROI.

#### **2.4.2. Prinsip-Prinsip Rantai Pasok (*Supplay Chain*)**

Prinsip yang harus diperhatikan dalam aktivitas-aktivitas sebuah *supply chain* adalah menciptakan hasil yang lebih besar, tidak hanya bagi tiap anggota rantai tetapi bagi keseluruhan sistem. Menurut Prihatmanto (2018), terdapat empat prinsip yang mendasari *supply chain management*, yaitu:

1. Efisiensi, yaitu apa yang dikerjakan oleh manajemen harus berdasarkan prinsip biaya rendah dan waktu minimum.
2. Reliabilitas, yaitu apa yang dihasilkan selalu konsisten, baik dari segi produk maupun kualitas pelayanan.
3. Fleksibilitas, yaitu apa yang dikerjakan manajemen haruslah ada kelenturan baik dalam aturan dan kemampuan mengikuti irama permintaan pelanggan.
4. Inovasi yaitu prinsip inovasi diperlukan karena persaingan di pasar tidak tetap dan terus berubah.

#### **2.4.3. Manfaat Rantai Pasok (*Supply Chain*)**

Menurut Anis *et al*, (2017) manfaat dari manajemen rantai pasok adalah untuk mencapai kecepatan maksimum bagi barang dan jasa untuk bergerak melalui rantai pasok, mengurangi biaya, menambah nilai bagi pelanggan dan meningkatkan daya saing produk di pasar. Manajemen rantai pasok memiliki pengaruh yang positif terhadap perusahaan itu sendiri yaitu sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan. Konsumen atau pengguna produk merupakan target utama dari aktivitas proses produksi setiap produk yang dihasilkan perusahaan yaitu konsumen yang setia dalam jangka waktu yang panjang.
2. Meningkatkan pendapatan. Semakin banyak konsumen yang setia dan menjadi mitra perusahaan berarti akan turut pula meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga produk-produk yang dihasilkan perusahaan tidak akan 'terbuang' percuma, karena diminati konsumen.
3. Menurunnya biaya. Pengintegrasian aliran produk dari perusahaan kepada konsumen akhir berarti pula mengurangi biaya-biaya pada jalur distribusi.
4. Pemanfaatan asset semakin tinggi. Aset terutama faktor manusia akan

semakin terlatih dan terampil baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan.

5. Peningkatan laba. Dengan semakin meningkatnya jumlah konsumen yang setia dan menjadi pengguna produk, pada gilirannya akan meningkatkan laba perusahaan.
6. Perusahaan semakin besar. Perusahaan yang mendapat keuntungan dari segi proses distribusi produknya lambat laun akan menjadi besar, dan tumbuh lebih kuat.

#### 2.4.4. Area Cakupan Rantai Pasok (*Supply Chain*)

Kegiatan utama yang masuk dalam klasifikasi kinerja *Supply chain* menurut Pujawan (2017) yaitu:

- a. Kegiatan merancang produk baru (*product development*)
- b. Kegiatan mendapatkan bahan baku (*procurement*)
- c. Kegiatan merencanakan produksi dan persediaan (*planning and control*)
- d. Kegiatan melakukan produksi (*production*)
- e. Kegiatan melakukan pengiriman (*distribution*)

#### 1. Pengembangan Produk

Sangat penting terutama bagi industri inovatif seperti industri garmen, komputer, elektronik, packaging, dan sebagainya. Hal ini dikarenakan *product life cyclenya* pendek. Dalam merancang perusahaan mempertimbangkan beberapa hal:

- 1) Aspirasi pelanggan, oleh karena itu dibutuhkan riset pasar yang memadai.
- 2) Produk yang dirancang harus mencerminkan ketersediaan dan sifat-sifat bahan baku dalam praktek *supply chain* modern.

- 3) Melibatkan *supplier* adalah kunci dalam proses perancangan produk baru. Fasilitas produksi yang akan dimiliki atau dibangun, jadi aspek *manufacturability* perlu dipertimbangkan.
- 4) Produk yang dirancang harus sedemikian rupa sehingga kegiatan pengiriman mudah dilakukan dan tidak menimbulkan biaya-biaya persediaan yang berlebihan disepanjang *supply chain*.
- 5) Aspek lingkungan, dituntut rancangan yang ramah lingkungan dan mudah didaur ulang.

## 2. Pembelian (*Procurement*)

Bagian pembelian dituntut mempunyai keahlian bernegosiasi, memiliki kemampuan untuk menerjemahkan strategis perusahaan ke dalam sistem pemilihan dan evaluasi *supplier*. Tugas rutusnya adalah melakukan pembelian bahan baku, komponen, jasa dan sebagainya. Bagian ini diharapkan dapat menciptakan kolaborasi jangka panjang dengan *supplier-supplier* relevan, melibatkan mereka dalam perancangan produk baru, mengevaluasi *supply risk* dan sebagainya.

## 3. Perancangan dan Pengendalian

Bagian ini bertugas untuk menciptakan koordinasi taktis dan operasional sehingga kegiatan produksi, pengadaan material, maupun pengiriman produk bisa dilakukan dengan efisien. Koordinasi yang dilakukan seperti misalnya dalam menentukan berapa banyak produk akan diproduksi dan *stock* yang masih ada.

## 4. Produksi

Bagian ini bertugas secara fisik melakukan transformasi dari bahan baku, bahan setengah jadi atau komponen menjadi produk jadi. Kegiatan produksi dalam konteks *supply chain* tidak harus dilakukan dalam perusahaan. Banyak perusahaan

melakukan *outsourcing* yaitu memindahkan kegiatan produksi ke pihak subkontraktor, sementara perusahaan konsentrasi ke kegiatan yang menjadi *core competency* mereka. Dalam kegiatan produksi, konsep *lean manufacturing* yang mementingkan efisiensi dan *agile manufacturing* yang menekankan pada fleksibilitas dan ketangkasan adalah dua hal yang penting.

## 5. Distribusi/pengiriman

Tugas dalam lingkup *supply chain* adalah mengirim produk tersebut agar sampai di tangan pelanggan pada waktu dan tempat yang tepat. Aktivitas ini dapat dilakukan sendiri oleh perusahaan atau diserahkan ke perusahaan jasa transportasi. Dalam cakupan kegiatan distribusi, perusahaan harus merancang jaringan distribusi yang tepat dengan mempertimbangkan aspek biaya, aspek fleksibilitas dan aspek kecepatan respon terhadap pelanggan.

### 2.5 Pemasaran

Menurut *American Marketing Association* oleh Kotler & Keller, dalam Saleh & Said (2019) bahwa pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Konsep pemasaran dibuat dengan menggunakan tiga faktor dasar, yaitu:

1. Saluran perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada konsumen/pasar.
2. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukan volume untuk kepentingan volume itu sendiri.

3. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasi.

Kegiatan pemasaran kopi sebagai suatu rangkaian kegiatan yang menyalurkan kopi beserta hasil olahannya, mulai dari petani produsen sampai kepada konsumen.

### 2.5.1. Saluran Pemasaran

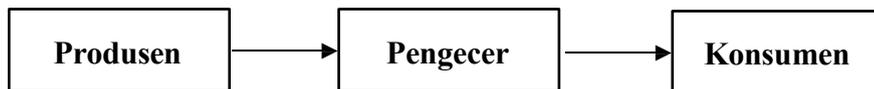
Jenis-jenis saluran pemasaran menurut Kotler & Keller (2016) dapat diklarifikasi sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran langsung merupakan saluran yang paling sederhana dan rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Di sini produsen menjual barangnya melalui pos langsung ke konsumen, saluran ini biasa diberi istilah saluran nol tingkat.



**Gambar 2.3 Saluran Pemasaran Langsung**

2. Saluran pemasaran yang menggunakan satu perantara yang melibatkan produsen dan pengecer. Pengecer langsung membeli barang ke produsen, kemudian pengecer dapat menjualnya langsung ke rumah konsumen.



**Gambar 2.4 Saluran Pemasaran Satu Perantara**

3. Saluran pemasaran yang menggunakan dua kelompok pedagang pengumpul dan pengecer, saluran distribusi ini adalah saluran yang banyak dipakai oleh

produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini juga disebut saluran pemasaran dua tingkat.

4. Saluran pemasaran yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang pengumpul yang kemudian menjualnya kepada pedagang kecamatan dan ke konsumen.



**Gambar 2.5 Saluran Pemasaran Tingkat Tiga (Tiga Perantara)**

### **2.5.2. Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran produk merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk meliputi biaya iklan, biaya promosi, biaya angkut penjualan, gaji bagian pemasaran, dan lain sebagainya. Apabila biaya pemasaran ini tidak diperhitungkan dengan benar, perusahaan akan kehilangan sebagian kesempatan mencapai tingkat laba yang diharapkan. Analisis biaya pemasaran sangat bermanfaat dalam evaluasi dan mengendalikan kegiatan pemasaran produk perusahaan, terutama pada perusahaan yang memproduksi produk lebih dari satu macam. Untuk itu perusahaan perlu mengadakan analisa biaya pemasaran untuk menentukan efisiensi biaya pemasaran berdasarkan produk tersebut (Ridzal, 2018).

### 2.5.3 Efisiensi Pemasaran

*Supply chain* adalah salah satu konsep inti pemasaran. *Supply chain* menggambarkan suatu saluran yang lebih panjang yang terentang dari bahan mentah, komponen, hingga produk-produk yang disampaikan kepada pembeli akhir. Rantai pasok menggambarkan sistem penyerahan nilai (Novianti & Rosanti, 2015). Sistem pemasaran dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat:

1. Mampu menyampaikan hasil dari produsen dengan biaya murah.
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut terlibat.

Efisiensi pemasaran dapat diukur dengan menggunakan konsep efisiensi operasional dan efisiensi penetapan harga. Efisiensi operasional didukung dengan membandingkan *output* pemasaran terhadap input pemasaran. Penetapan efisiensi pemasaran operasional dilakukan dengan asumsi-asumsi bahwa sifat utama output tidak mengalami perubahan atau efisiensi ini leboh berkaitan dengan teknologi. Efisiensi penetapan harga berhubungan dengan keefektifan pemasaran sehingga harga dapat digunakan untuk menilai hasil kinerja proses pemasaran dalam menyampaikan *output* pertanian dari daerah produsen ke daerah konsumen. Efisiensi pemasaran menurut Kohls & Uhl (1998) menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan :

EP : Efisiensi pemasaran (%)

BP : Total biaya pemasaran (Rp/Kg)

NP : Total nilai produk yang dipasarkan (Rp/Kg)

Marjin adalah perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dari harga yang diterima lembaga pemasaran. Komponen marjin pemasaran ini terjadi dari:

1. Biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan
2. Keuntungan lembaga pemasaran. Marjin pemasaran terdiri dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Perhitungan marjin pemasaran merupakan penambahan dari biaya-biaya dan keuntungan rantai pasok yang diperoleh masing-masing lembaga rantai pasok.

Biaya pemasaran merupakan semua jenis biaya yang dikeluarkan pemasaran suatu komoditas dalam proses penyampaian barang oleh lembaga-lembaga yang terlibat dalam system distribusi yang pada dasarnya mempunyai tujuan mencari keuntungan (Novianti & Rosanti, 2015).

## 2.6. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya yaitu: *Pertama*, penelitian oleh Amelia *et al.* (2019) dengan judul “Performa Rantai Pasok (*Supply Chain*) Kopi Arabika (*Coffea arabica*) di Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto”. Hasil penelitian yaitu aliran informasi pada performa rantai pasok (*Supply chain*) kopi Arabika di Kecamatan Rumbia mulai dari agroindustri ke pedagang besar kemudian ke pedagang pengumpul sampai kepada petani, Aliran produk mulai dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang besardan berakhir di agroindustri. Aliran uang dilakukan dengan menggunakan 2 sistem pembayaran yaitu secara cash dan transfer dan Efisiensi pemasaran kopi Arabika untuk pedagang pengumpul tidak efisien sedangkan pedagang besar sudah efisien.

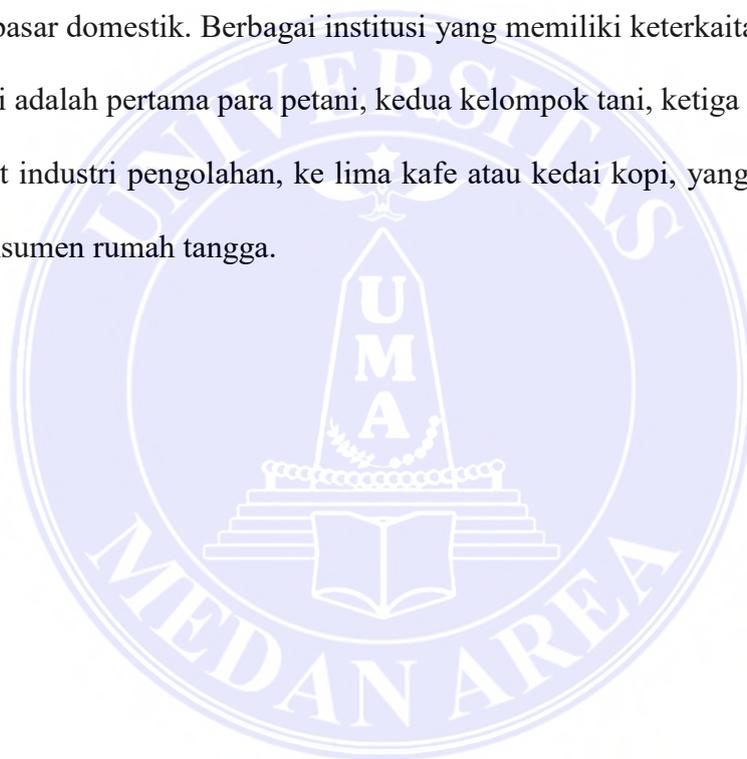
*Kedua*, penelitian oleh Jaya (2019) dengan judul “Analisis Rantai Pasok Kopi Arabika Gayo (Studi Kasus: Kecamatan Atu Lintang Kabupaten Aceh Tengah)”. Berdasarkan observasi yang dilaksanakan peneliti tingkat keuntungan yang lebih baik pada tanaman kopi mengakibatkan semakin banyak petani kopi di Sumatera Barat menanam kopi. Kopi ini sangat potensial untuk dikembangkan karena mempunyai prospek pasar yang sangat baik. Mutu biji kopi dipengaruhi oleh pengelolaan lahan dan tingkat kematangan biji saat panen.

*Ketiga*, penelitian oleh Indrasari *et al.* (2019) dengan judul “Analisis Rantai Pasok (*Supply Chain*) Kopi Di Kecamatan Gemawang Kabupaten Temanggung”. Hasil penelitian menunjukkan Manajemen rantai pasok yang terjadi pada rantai pasok kopi di Kecamatan Gemawang Kabupaten Temanggung terbentuk 4 rantai saluran, pada mata rantai petani masih belum terjadi pengorganisasian yang cukup dikarenakan pengetahuan sumber daya yang kurang memadai. Manajemen pada mata rantai perantara dan agroindustri sudah cukup baik dengan adanya perencanaan proses bisnis yang akan dijalankan minimal dalam satu bulan. Model rantai pasok yang terbentuk berdasarkan model *Food Supply Chain Network* dari *Vorst*, manajemen rantai pasok dari setiap mata rantai belum terjadi kesepakatan kontraktual yang formal, sistem pemesanan bahan baku dari mata rantai ke mata rantai lain belum terkoordinasi. Struktur rantai terdiri dari petani, tengkulak, pedagang besar dan agroindustri.

*Keempat*, penelitian oleh Arman *et al.* (2020) dengan judul “Pemasaran Biji Kopi Arabika di Kabupaten Humbang Hasundutan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran biji kopi arabika di daerah penelitian ada 4 (empat) saluran yang melibatkan 2 (dua) jenis pedagang perantara, antara lain pedagang pengumpul desa

dan pedagang pengumpul kecamatan. Biaya dan margin pemasaran biji kopi arabika tertinggi ada pada saluran I dan terendah pada saluran IV dan Keempat saluran pemasaran biji kopi arabika di lokasi penelitian efisien.

*Kelima*, penelitian oleh Ginanjar *et al.* (2020) dengan judul “Kinerja Rantai Pasok Kopi Arabika Java Preanger Di Kabupaten Sumedang Jawa Barat”. Hasil penelitian menunjukkan, Rantai pasok KAJP Manglayang Timur terbagi menjadi dua saluran utama dari indikator orientasi pasar, dan terdiri dari pasar ekspor dengan pasar domestik. Berbagai institusi yang memiliki keterkaitan dengan rantai pasok ini adalah pertama para petani, kedua kelompok tani, ketiga pedagang besar, ke empat industri pengolahan, ke lima kafe atau kedai kopi, yang terakhir adalah para konsumen rumah tangga.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*) yaitu teknik penentuan suatu daerah berdasarkan pertimbangan tertentu. Daerah yang dijadikan tempat penelitian adalah Kec. Dolok Sanggul Kab. Humbang Hasundutan. Pemilihan daerah tersebut dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Dolok Sanggul tersebut merupakan salah satu daerah di Kabupaten Humbang Hasundutan yang menghasilkan biji Kopi Arabika cukup besar diantara kecamatan yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan menurut data yang didapat peneliti dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Humbang Hasundutan.

Kopi Arabika yang berasal dari Kecamatan Dolok Sanggul diminati sangat tinggi oleh pembeli Kopi dari seluruh segmen hal ini karena kualitas dan cita rasa yang baik terdapat dari Kecamatan Dolok Sanggul. Penelitian ini akan dilaksanakan di bulan November Tahun 2022 sampai selesai.

#### 3.2 Metode Pengambilan Sampel

Penelitian kualitatif tidak memakai istilah populasi sebagaimana diberlakukan dalam penelitian kuantitatif lainnya. Hal itu didasarkan karena penelitian kualitatif beranjak berdasarkan kondisi sosial tertentu dan hasil analisisnya tidak digeneralisasi ke populasi melainkan dipindahkan ke lokasi lain pada kondisi sosial terkait fenomena yang dikaji (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, penulis memakai metode *Purposive Sampling*. Metode *Purposive Sampling* merupakan salah satu teknik koleksi sampel dengan suatu pertimbangan

tertentu yang dapat menyajikan informasi secara optimal. Penentuan informan dilakukan secara sengaja berdasarkan kategorisasi yang telah ditentukan dan ditetapkan dengan mengacu pada rumusan dan tujuan penelitian (Sugiyono, 2020). Adapun kategorisasi yang ditentukan dalam penelitian rantai pasok kopi Arabika ini disesuaikan dengan komponen/pihak yang terlibat dalam rantai pasok kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan diantaranya yaitu petani kopi, pedagang pengepul desa, pedagang pengepul kecamatan, pedagang pengecer, pedagang café (*Café Coffee*), dan konsumen (penikmat minuman kopi). Sehingga dengan demikian, terdapat 6 kategorisasi informan/responden dalam penelitian rantai pasok biji kopi Arabika di Kec. Dolok Sanggul ke Kota Medan.

Penentuan responden penelitian dilakukan melalui teknik *Snowball Sampling*. Teknik *Snowball Sampling* adalah strategi pencuplikan sampel sebagai sumber data yang diawali dengan jumlah sampel kecil hingga menjadi besar. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Nurdiana (2014) menyatakan jika teknik *Snowball Sampling* digunakan untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus termasuk dalam hal ini analisis rantai pasok biji kopi Arabika. Adapun prosedur *Snowball Sampling* dalam penelitian ini mengikuti sistematika aliran rantai pasok biji kopi yang diawali dari petani kopi → pedagang pengepul desa → pedagang pengepul kecamatan → pedagang pengecer → pedagang café (*Café Coffee*) → konsumen kopi.

Selanjutnya, untuk menentukan jumlah sampel dalam tiap kategori komponen/pihak yang terlibat pada kegiatan rantai pasok kopi Arabika di Kec. Dolok Sanggul ke Kota Medan dilakukan secara *Purposiive Sampling* dengan ketentuan dan pertimbangan tiap kategori sebagai berikut.

## 1. Petani Kopi

Penentuan jumlah sampel petani kopi Arabika di Kec. Dolok Sanggul dilakukan berdasarkan pertimbangan kriteria berikut: (1) Jumlah desa di Kec. Dolok Sanggul yang mempunyai kelompok tani kopi Arabika. Hal tersebut dikarenakan tidak semua desa di Kec. Dolok Sanggul memiliki kelompok tani kopi Arabika dan lahan yang dimanfaatkan untuk budidaya kopi Arabika. (2) Petani dengan luas lahan  $\geq 1$  hektar. Hal tersebut dikarenakan petani dengan luas lahan kurang dari satu hektar umumnya tidak tergabung dalam kelompok tani desa dan cenderung memproduksi biji kopi untuk wilayah Kec. Dolok Sanggul dan sekitarnya saja serta tidak memasarkannya ke Kota Medan. (3) Petani dengan lama bertani  $\geq 3$  tahun. Hal tersebut dimaksudkan agar data rantai pasok kopi Arabika dapat diperoleh secara komprehensif dan mendalam dari petani kopi terkait persoalan dan kendala yang dihadapi dalam kegiatan budidaya, pengolahan, dan pendistribusian biji maupun bubuk kopi Arabika ke Kota Medan.

Secara rinci, responden petani kopi Arabika dalam penelitian ini dirangkum dalam Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Sampel Penelitian Petani Kopi Arabika

No.	Desa	Kelompok Tani	$\Sigma$ Petani	Kriteria	Sampel
1.	Aek Lung	Saroha	12	Luas	3
2.	Huta Gurgur	Marsiurupan	19	lahan $\geq$	4
3.	Lumban Purba	Realita	20	1 hektar;	4
4.	Lumban Tobing	Ganda Nauli	20	dan	4
5.	Martiti I	Sadana	20	lama	4
6.	Purba Dolok	Wanita Tu Gabena	27	bertani $\geq$	4
7.	Purba Manalu	Balian Tani	14	3 tahun	3
8.	Sirisirisi	Pangula Maju	20		4
9.	Sosor Gonting	Wanita Tani Teguh	23		4
10.	Sihite I	Marpabue Na Uli	17		4
<b>Jumlah</b>			<b>192</b>		<b>38 Petani</b>

2. Pedagang Pengepul Desa, Pedagang Pengepul Kecamatan, Pedagang Pengecer, Pedagang Kafe (*Café Coffee*), dan Konsumen Kopi

Penentuan jumlah sampel Pedagang Pengepul Desa, Pedagang Pengepul Kecamatan, Pedagang Pengecer, Pedagang Kafe (*Café Coffee*), dan Konsumen Kopi dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 5 responden untuk tiap kategori/pihak dalam rantai pasok biji kopi Arabika dengan alasan pertimbangan efektifitas pengumpulan data dan efisiensi waktu penelitian. Sementara, penentuan 5 responden pada pedagang pengepul, pedagang pengecer, dan pedagang pengecer ditentukan berdasarkan kriteria lama usaha  $\geq 2$  tahun dan memiliki tenaga kerja dengan maksud dan tujuan agar data yang diperoleh dapat menyeluruh dan mendalam dengan asumsi bahwa pedagang dengan lama usaha  $\geq 2$  tahun telah mempunyai tenaga kerja lebih memahami dengan baik mekanisme rantai pasok dan ragam aspek serta komponen yang secara langsung dan tidak langsung terkait dalam kegiatan rantai pasok biji kopi Arabika di Kec. Dolok Sanggul ke Kota Medan.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 63 responden dengan spesifikasi sampel petani kopi berjumlah 38, pengepul desa berjumlah 5, pengepul kecamatan berjumlah 5, pedagang pengecer berjumlah 5, pedagang café berjumlah 5, dan konsumen akhir berjumlah 5.

Tabel 3.2 Daftar Seluruh Sampel Penelitian

No	Sampel Penelitian	Jumlah Responden
1.	Petani	38
2.	Pedagang Pengepul Desa	5
3.	Pedagang Pengepul Kecamatan	5
4.	Pedagang Pengecer	5
5.	Pedagang Kafe	5
6.	Konsumen	5
<b>Jumlah Sampel Total</b>		<b>63 Responden</b>

### 3.3. Metode Pengambilan Data

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari penyebaran kepada responden yang dianggap telah memiliki populasi. Melakukan pengamatan langsung terhadap rantai pasok biji Kopi Arabika yang terjadi di Kecamatan Dolok Sanggul kemudian membandingkan dengan teori manajemen rantai pasok. Adapun cara pengumpulan data primer sebagai berikut:

- 1) Observasi Lapangan, yaitu pengambilan data dengan melakukan pengamatan secara langsung dari pada obyek penelitian sesuai masalah yang dianalisis dan membuat dokumentasi pengamatan dengan pemotretan kondisi dan potensi lokasi penelitian.
- 2) Survei, yaitu suatu cara pengambilan data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pihak-pihak yang bersangkutan dalam hal ini adalah pedagang biji kopi Arabika.
- 3) Dokumentasi, yaitu pengambilan data dengan cara mencatat, mengambil data yang ada serta keterangan dari arsip-arsip pada lokasi penelitian.
- 4) Kuesioner, yaitu pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018). Kuesioner tersebut dibagikan kepada pihak yang dianggap perlu dalam hal ini pedagang biji Kopi Arabika.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari instansi atau lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Sumber dari data sekunder ini diperoleh dari BPP (Badan Pelatihan Pertanian) Kecamatan Dolok Sanggul, Dinas Pertanian Kabupaten Humbang

Hasundutan dan Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Humbang Hasundutan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Koperasi di Kecamatan Dolok Sanggul. Data tersebut adalah keadaan umum daerah penelitian, jumlah pedagang, distributor, dan produsen serta data-data lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **3.4. Metode Analisis Data**

Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif adalah penelitian survei yang bertujuan untuk mengevaluasi permasalahan yang sedang diteliti. Analisis data deskriptif untuk penelitian ini terdiri dari dua, yaitu:

#### **1. Analisis Deskriptif Kualitatif Tujuan 1 (Satu)**

Pada analisis deskriptif kualitatif merupakan suatu pengolahan data dengan mempelajari hasil yang diperoleh pada saat pencarian data, kemudian dilakukan adopsi data dengan membuat rangkuman dan diperoleh hasil penelitian. Data yang diperoleh berdasarkan hasil dari kenyataan dan tidak dirubah. Analisis deskriptif kualitatif tujuan 1 (satu) adalah analisis yang mendeskripsikan tentang alur distribusi rantai pasok biji kopi Arabika di Kec. Dolok Sanggul ke Kota Medan.

#### **2. Analisis Deskriptif Kualitatif Tujuan 2 (Dua)**

Sedangkan untuk analisis kualitatif tujuan 2 (dua) untuk mengukur kinerja rantai pasok biji kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan menggunakan pendekatan Aliran Informasi, Aliran Produk dan Aliran Uang.

- a. Aliran Informasi mengalir dari hulu ke hilir dan dari hilir ke hulu. Informasi mengalir dari konsumen akhir hingga ke petani dan sebaliknya. Informasi tersebut biasanya seperti informasi mengenai harga, jumlah dan kualitas.

- b. Aliran Produk mengalir dari hulu ke hilir, dari petani hingga ke tangan konsumen yang meliputi pertukaran bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, atau konsumen yang melakukan pembelian produk.
- c. Aliran Uang mengalir dari hilir ke hulu terkait pembayaran baik secara langsung maupun secara transfer yang dilakukan oleh konsumen ke petani.

### 3. Analisis Deskriptif Kuantitatif Tujuan 3 (Tiga)

Analisis deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan efisiensi pemasaran yang terdiri dari margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan dan biaya. Tahapan analisis kuantitatif dijelaskan sebagai berikut.

#### a. Analisis Margin Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan tata urutan atau jalur pemasaran yang dimulai dari petani produsen sampai konsumen. Margin pemasaran menggambarkan kondisi pasar di tingkat lembaga-lembaga yang berbeda, minimal ada dua tingkat pasar, yaitu pasar di tingkat petani dan pasar di tingkat konsumen akhir. Selain itu, margin pemasaran digunakan untuk mengetahui perbedaan pendapatan yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat. Besarnya margin merupakan perbedaan antara harga yang dibeli dengan harga yang dijual oleh lembaga pemasaran. Secara matematis dirumuskan sebagai berikut (Reski *et al.*, 2019).

$$ML = H_j - H_b$$

Keterangan:

- ML : Margin Lembaga (Rp/kg)
- H<sub>j</sub> : Harga jual (Rp/Kg)
- H<sub>b</sub> : Harga Beli (Rp/Kg)

### b. Analisis *Farmer's Share*

Analisis *Farmer's Share* digunakan untuk melihat persentase bagian yang diterima oleh petani dengan membandingkan harga di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen serta menentukan efisiensi pemasaran dari sisi pendapatan petani. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Reski *et al.*, 2019).

$$FS = \frac{FP}{CP} \times 100\%$$

Keterangan :

FS : *Farmer's Share* (%)

FP : Harga pembelian di tingkat petani (Rp/kg)

CP : Harga eceran di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

Kaidah Keputusan

$FS \geq 40\%$  : *Farmer's share* efisien

$FS \leq 40\%$  : *Farmer's share* tidak efisien

### c. Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya

Analisis rasio keuntungan dan biaya adalah persentase perbandingan antara keuntungan pemasaran terhadap biaya pemasaran yang dikeluarkan. Tingkat efisiensi sistem pemasaran dapat dilihat dari rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran. Apabila nilai rasio  $B/C > 1$  maka kegiatan pemasaran dapat dikatakan menguntungkan dan layak diusahakan, sedangkan  $B/C \leq 1$  maka dianggap tidak layak (Soekartawi, 2005). Namun, dalam analisis rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran ini yang dilihat adalah pembagian keuntungan yang merata pada setiap lembaga yang terlibat sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Semakin meratanya nilai rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran maka secara teknik sistem

pemasaran tersebut semakin efisien. Secara matematis rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut (Reski *et al.*, 2019).

$$\text{Rasio keuntungan terhadap biaya (B/C)} = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan

B/C : Rasio Keuntungan terhadap Biaya

TR : Total Keuntungan/Penerimaan

TC : Total *Cost*/Biaya Usaha

### 3.5. Definisi Operasional

Berdasarkan permasalahan serta tujuan penelitian analisis rantai pasok biji kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan, maka perlu dijelaskan definisi operasional dan pengukuran variabel sebagai berikut:

1. Rantai pasok komoditas biji kopi Arabika merupakan seluruh kegiatan penyaluran produk mulai dari produsen sampai ke tangan pedagang kopi dan konsumen penikmat biji kopi Arabika termasuk aliran keuangan, aliran produk dan aliran informasinya.
2. Aliran informasi adalah rantai pasok pemenuhan pesanan yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya yang melewati banyak titik dan mengarah pada akumulasi informasi baru, karena menyediakan mekanisme untuk koordinasi dan integrasi proses atau aktivitas di sepanjang rantai pasok.
3. Aliran produk adalah aliran barang dari hulu ke hilir contohnya aliran produk biji kopi segar (*chery*) → biji kopi murni (*greenbean*) → biji kopi *roastedbean* → kopi bubuk.

4. Aliran uang adalah aliran finansial dan sejenisnya yang mengalir dari hulu ke hilir yang mengalir dari konsumen ke petani terjadi karena konsumen melakukan pembelian, apapun metode pembelian dan pembayarannya. Transaksi dapat terjadi secara langsung (tunai) ataupun via transfer bank.
5. Biji kopi Arabika merupakan jenis tanaman kopi yang berasal dari genus *Coffea* yang termasuk dalam familia *Rubiaceae* yang diusahakan oleh petani di Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan.
6. Biji kopi Arabika ceri (*cherry coffee*) merupakan biji/buah kopi Arabika segar yang baru dipanen oleh petani kopi dan belum memasuki tahap pengolahan.
7. Biji kopi Arabika *greenbean* merupakan biji kopi Arabika murni, mentah, dan berwarna hijau yang belum disangrai serta telah memasuki tahapan proses pemisahan biji kopi dari kulit tanduknya.
8. Biji kopi Arabika *roasted bean* merupakan biji kopi yang sudah disangrai (biji kopi *greenbeans* yang sudah melewati proses *coffee roasting*) dan siap untuk lanjut ke tahap selanjutnya yaitu proses penggilingan.
9. Petani biji kopi Arabika adalah orang-orang yang mengelola suatu lahan perkebunan yang dimiliki secara pribadi maupun milik orang lain secara berkelompok dalam suatu komunitas tani desa yang bertujuan untuk memproduksi dan membudidayakan biji kopi Arabika khususnya di Kecamatan Dolok Sanggul agar bernilai ekonomi.
10. Pedagang pengumpul desa adalah pedagang yang membeli produk dari petani dan dijual kepada pedagang kecamatan (Rp/kg).

11. Pedagang kecamatan adalah pedagang yang membeli produk dari pedagang pengumpul desa dan dijual kepada pedagang cafe shop (Rp/kg).
12. Pedagang kafe adalah pedagang yang membeli produk dari pedagang kecamatan dan dijual kembali kepada konsumen akhir yaitu konsumen penikmat kopi.
13. Pedagang pengecer adalah pedagang yang secara langsung menjual produk kepada konsumen dalam partai kecil.
14. Konsumen adalah seseorang penikmat kopi Arabika yang secara berulang-ulang datang ke tempat yang sama ketika menginginkan untuk membeli kopi Arabika karena merasa puas dan kebutuhannya terpenuhi.
15. Konsumen Cafe adalah penikmat kopi Arabika yang sudah disajikan dalam olahan minuman untuk memenuhi kebutuhan hidupnya
16. Efisiensi pemasaran merupakan perbandingan yang terbaik antara input (masukan) dan output (hasil antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan) dari masing-masing saluran pemasaran diukur dengan margin pemasaran dan *farmer's share* yang diperoleh dari nilai harga petani biji kopi.
17. Saluran pemasaran adalah suatu proses kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyiapkan barang dari produsen ke konsumen.
18. Margin pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah selisih harga pada tingkat petani dengan harga pada tingkat konsumen akhir biji Kopi Arabika dengan satuan (Rp).

19. *Farmer's share* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perbandingan harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen akhir dengan satuan (Rp).
20. Rasio keuntungan dan biaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perbandingan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang didapatkan oleh anggota rantai pasok dengan satuan (Rp).
21. Harga ditingkat petani produsen adalah harga bahan olah kopi yang diterima petani pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
22. Harga ditingkat konsumen adalah harga bahan olah kopi yang dibayarkan konsumen akhir pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Rantai pasok biji kopi arabika di Kecamatan Dolok Sanggul ke kota Medan terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran biji kopi Arabika segar (*green bean*) dan saluran pemasaran biji/bubuk kopi Arabika (*roasted bean*). Saluran pemasaran biji kopi arabika segar (*green bean*) diawali dari petani sebagai produsen → pedagang pengepul desa → pedagang pengepul kecamatan → pasar tradisional Lintong Nihuta (pegecer) → konsumen akhir. Sementara, saluran pemasaran biji/bubuk kopi Arabika (*roasted bean*) memiliki 4 saluran tingkatan. Saluran tingkat 1 diawali dari petani kopi → pedagang kafe I (Dolok Sanggul) → konsumen kafe I (Dolok Sanggul). Saluran tingkat 2 diawali dari petani kopi → pedagang kafe II (kota Medan) → konsumen kafe II (Kota Medan). Saluran tingkat 3 diawali dari petani kopi → pedagang pengumpul kecamatan → pedagang kafe I (Dolok Sanggul) → konsumen kafe I (Dolok Sanggul). Saluran tingkat 4 diawali dari petani kopi → pedagang pengepul kecamatan → pedagang kafe II (Kota Medan) → konsumen kafe II (Kota Medan).
2. Aliran produk, aliran keuangan, dan aliran informasi pada rantai pasok biji kopi Arabika di Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan dengan produk biji kopi Arabika segar (*green bean*) dan biji/bubuk kopi Arabika (*roasted bean*) melibatkan petani, pedagang pengepul desa dan kecamatan, pengecer,

dan pedagang kafe, serta berakhir pada konsumen kafe. Aliran produk biji kopi Arabika mengalir dari petani dan berakhir pada konsumen kafe, aliran keuangan mengalir dari konsumen kafe hingga sampai pada petani, sedangkan aliran informasi mengalir dua arah, yaitu informasi yang berasal dari petani hingga berakhir pada konsumen kafe dan informasi yang berasal dari konsumen kafe hingga berakhir pada petani.

3. Efisiensi pemasaran biji kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan menunjukkan jika saluran pemasaran dalam rantai pasok yang terkategori efisien berdasarkan analisis margin pemasaran dan *farmer's share* adalah saluran pemasaran biji/bubuk kopi Arabika (*roasted bean*) pada tingkat 2. Sementara berdasarkan rasio keuntungan dan biaya, saluran pemasaran yang paling menguntungkan dan layak diusahakan adalah saluran pemasaran biji/bubuk kopi Arabika (*roasted bean*) pada tingkat 4. Berdasarkan tiga indikator analisis efisiensi pemasaran rantai pasok, saluran pemasaran yang memenuhi indikator paling banyak adalah saluran pemasaran biji/bubuk kopi Arabika (*roasted bean*) pada tingkat 2 dengan dua indikator efisiensi pemasaran (margin pemasaran dan *farmer's share*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara operasional saluran pemasaran biji kopi Arabika dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan yang relatif efisien adalah saluran pemasaran 2 (biji/bubuk kopi Arabika (*roasted bean*) pada tingkat 2 (petani kopi → pedagang kafe kota Medan).

## 6.2. Saran

Saran penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Para pemangku kepentingan dalam rantai pasok biji kopi Arabika yang terdiri atas petani kopi, pengepul, pengecer, dan pedagang kafe diharapkan melakukan kemitraan dan kesepakatan kontraktual secara tertulis dengan sesama pihak yang terlibat di dalam rantai pasok. Kesepakatan kontraktual ini terkait waktu pengiriman, kuantitas dan kualitas biji kopi Arabika agar mekanisme rantai pasok dapat berjalan lebih optimal serta diharapkan juga untuk memperluas jaringan pemasaran biji kopi Arabika ke berbagai wilayah di Indonesia dengan tentunya tetap memperhatikan tiap saluran pemasaran biji kopi Arabika yang tersedia. Saluran pemasaran *greenbean* merupakan saluran pemasaran yang paling banyak melibatkan pelaku rantai pasok, sehingga diharapkan dapat mensejahterakan seluruh pelaku rantai pasok biji kopi Arabika Dolok Sanggul dengan membuka peluang lapangan pekerjaan bagi penduduk sekitar. Sementara, apabila tujuan utama untuk mensejahterakan kelompok tani Dolok Sanggul, maka disarankan untuk mengembangkan saluran pemasaran *roastedbean* dimana petani memproduksi dan mengolah hasil produksi biji kopi dan memasarkannya tanpa melalui perantara pengepul, sehingga margin keuntungan yang diperoleh kelompok tani semakin besar.
2. Bagi pemerintah sektor pertanian kecamatan Dolok Sanggul diharapkan lebih memperhatikan kelompok petani lokal melalui berbagai program unggulan guna mengembangkan usaha biji kopi Arabika kelompok tani agar lebih produktif melalui penyuluhan, pelatihan budidaya, penerapan

teknologi pertanian dan bantuan teknis dan praktis secara merata kelompok tani seperti bibit yang berkualitas, pupuk serta obat-obatan yang dapat memperlancar proses produksi biji kopi Arabika di Kec. Dolok Sanggul.

3. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lanjutan dengan menganalisis nilai tambah yang diperoleh oleh lembaga pemasaran dari kegiatan rantai pasok biji kopi Arabika di Kecamatan Dolok Sanggul.



## DAFTAR PUSTAKA

- AEKI. (2018). *Realisasi Ekspor Kopi Sumatera Utara Berdasarkan Surat Keterangan Asal (SKA)*. Tidak Dipublikasikan.
- Afriliana, A. (2018). *Teknologi Pengolahan Kopi Terkini*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Alim, Z., Aji, J. M., & Mustapit, M. (2019). Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Ubi Kayu (*Manihot Utilissima*) di Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(1), 69-83.
- Amelia, A.R., Ilsan, M., & Nurliani. (2019). Performa Rantai Pasok (Supply Chain) Kopi Arabika (*Coffea arabica*) di Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto. *Wiratani*, 2(1).
- Anis, C, S., Loho, A. E., & Rumagit, G.A.J. (2017). Analisis Pengelolaan Rantai Pasok Tepung Kelapa Pada Pt. XYZ Di Sulawesi Utara. *AgriSosioekonomi*, 13(1), 1.
- Arif, M. (2018). *Supply Chain Management*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ariyanti, W., Suryantini, A., & Jamhari. (2019). Usaha tani kopi robusta di Kabupaten Tanggamus: Kajian Strategi Pengembangan Agribisnis. *Jurnal Kawistara Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2), 179–191.
- Arman, I., Butar-Butar, Y., Lumbantobing, E., & Tampubolon, I.L. (2020). Pemasaran Biji Kopi Arabika Di Kabupaten Humbang Hasundutan. *Jurnal Agrica Ekstensia*, 14(2).
- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Dolok Sanggul. (2018). *Kecamatan Doloksanggul Dalam Angka*.
- Badan Pusat Statistik Humbang Hasundutan. (2018). *Data Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kopi Kabupaten Humbang Hasundutan*.
- Bambang P. (2010). *Budidaya dan Pascapanen Kopi*. Jakarta: Eska Media Bekerjasama dengan Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan.
- Ceha, R., Dzikron, M., Muhamad, C. R., Syahmi, M. F., and Riyanto, S. (2019). The Proposal Of West Java Export Coffee Distribution Model. *MIMBAR. Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 35(1), 221–234.
- Chandrayani, PMW., & Natha, KS. (2016). Pengaruh Harga, Kurs Dollar Amerika Serikat dan Produksi Terhadap Ekspor Vanili di Provinsi Bali Tahun 1991-2013. *Ekonomi Pembangunan UNUD*, 5(2), 236 –259.

- Charrier, A., & Berthaud, J. (1985). "Botanical Classification of Coffee". Dalam Clifford, M. H.; Wilson, K. C. *Coffee: Botany, Biochemistry and Production of Beans and Beverage*. Westport, Connecticut: AVI Publishing
- Dinas Pertanian Kecamatan Dolok Sanggul Kabupaten Humbang Hasundutan. (2021). *Tanaman Kopi Di Kecamatan Dolok Sanggul*.
- Dinas Perkebunan Sumatera Utara. (2019). *Pembangunan Perkebunan Sumatera Utara 2019*. [Http://Disbun.Sumutprov.Go.Id/Wpcontent/Uploads/Rdp-Februari2019-Tanpa-Foto-Produk-1-Final1.Pdf](http://Disbun.Sumutprov.Go.Id/Wpcontent/Uploads/Rdp-Februari2019-Tanpa-Foto-Produk-1-Final1.Pdf). Tanggal Akses 16 Agustus 2022.
- Edowai, D. N., & Tahoba, A.F. (2018). Proses Produksi Dan Uji Mutu Bubuk Kopi Arabika (*Coffea arabica* L) Asal Kabupaten Dogiyai, Papua. *Agriovet*, 1(1), 1-18.
- Emhar, dkk. (2014). Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Daging Sapi di Kabupaten Jember. *Jurnal Berkala Ilmiah Pertanian*, 1(3), 53-61.
- Fadhlullah, A. D., Ekowati, T., & Mukson. (2018). Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Kedelai di UD Adem Ayem Kecamatan Pulokulon Kabupaten Grobogan. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 4(2), 1-10.
- Febriliyani, Y. R. (2016). Pengaruh Teknik Penyeduhan dan Ukuran Partikel Kopi Bubuk Terhadap Atribut Sensori Seduhan Kopi Robusta Dampit Menggunakan Metode Rate-All-That-Apply (RATA). *Skripsi*. Malang, Universitas Brawijaya.
- Ginanjari, Y., Apiatno, A., & Amanda, H. (2020). *Kinerja Rantai Pasokan Kopi Arabika Jawa Preanger Di Kabupaten Sumedang Jawa Barat*. *E-Jurnal Manajemen*, 9(11), 3511-3532.
- Ginting, A. P., Lubis, S. N., & Chalil, D. (2023). Strategi Pengembangan Ekspor Kopi Arabika di Sumatera Utara, Indonesia. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 6(1), 188-200.
- Gunawan, R., Noor, T. I., & Yusuf, M. N. (2022). Analisis Saluran Pemasaran Kopi di Desa Bangunkarya Kecamatan Langkap lancar Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(2), 733-738.
- Hidayat, A., Andayani, S.A., & J. Sulaksana. (2017). Analisis rantai pasok jagung (studi kasus pada rantai pasok jagung hibrida (*Zea Mays*) di Kelurahan Cicurug Kecamatan Majalengka Kabupaten Majalengka). *J. Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 5(1), 1 – 14.
- Hasni, D., Yusriana, Y., & Auliaddin, A. (2022). Analisis nilai tambah pada rantai pasok produk kopi arabika dengan metode Hayami (studi kasus di kabupaten Aceh Tengah). *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 16(4), 560-572.

- International Coffee Organization (ICO). (2018). Indonesia Masuk Daftar Negara Konsumsi Kopi Terbesar Dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/12/12/indonesia-masuk-daftar-negara-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>.
- Irawan, B. (2016). Fluktuasi Harga, Transmisi Harga, dan Marjin Pemasaran Sayuran dan Buah. *J. Analisis Kebijakan Pertanian*, 5(4), 358-373.
- Jaya, R., Machfud, S. R., & Marimin, T. I. P. (2014). Analisis dan Mitigasi Risiko Rantai Pasok Kopi Gayo Berkelanjutan dengan Pendekatan Fuzzy. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 24(1).
- Jaya, H. I. (2019). *Analisis Rantai Pasok Kopi Arabika Gayo (Studi Kasus: Kecamatan Atu Lintang Kabupaten Aceh Tengah)* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Kembaren, E. T., & Taufiqurrahman. (2021). Analisis Nilai Tambah Proses Pengolahan Kopi Arabika Gayo pada Kabupaten Centra Produksi di Aceh. *AGRIMOR*, 6(2), 65-69.
- Kementerian Pertanian. (2016). *Outlook Kopi*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Sekretariat-Jenderal. Kementerian Pertanian.
- Kementrian Pertanian. (2018). *Outlook Kopi*. Jakarta : Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretarian Jendral- Kementrian Pertanian.
- Khapi, A. (2017). Budidaya Dan Produksi Kopi Di Sulawesi Bagian Selatan Pada Abad Ke-19. Lensa Budaya. *Journal of Cultural Sciences*, 12(1), 13-26.
- Kirana, S., & Karyani, T. (2017). Nilai Tambah Rantai Pasok Kopi Pada Koperasi Produsen Kopi Margamulya Di Kecamatan Pengalengan Kabupaten Bandung: Komparasi Antara Petani Dan Pengolah Kopi. *Agrisep*, 16(2), 165–176.
- Kohls, R.L., & Uhl, J.N. (1998). *Marketing of Agricultural Products. Eight Edition*. London: The Macmillan Limited.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Leppe, E. P., & Karuntu, M. (2019). Analisis Manajemen Rantai Pasokan Industri Rumahan Tahu Di Kelurahan Bahu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Lestari, P. (2016). *Teknologi Pengolahan Kopi*. Diakses 29 April 2018.
- Lopulalan, C. G. C. (2023). Penyuluhan Higiene Sanitasi Pada Beberapa Uph Perkebunan Kopi Di Kabupaten Ngada, Propinsi Nusa Tenggara Timur. *HIRONO: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-8.

- Ma'aruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Maulana. M. I. (2016). Analisis Kematangan Kopi Sangrai Menggunakan Pemrosesan Citra Termografi Dalam Rangka Pengontrolan Mutu Kopi Sangrai Secara Otomatis.
- Marimin, & Maghfiroh, N. (2013). *Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok*. Bogor: IPB Press.
- Martauli, E. D. (2018). Analysis of coffee production in Indonesia. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 1(2), 112-120.
- Nababan, R. (2018). *Analisis Nilai Tambah Pengolahan Biji Kopi Menjadi Kopi Bubuk Di Kabupaten Humbang Hasundutan*. Skripsi. Medan. Fakultas Pertanian Universitas Methodist Indonesia.
- National Coffee Association USA EST. (1911). *Coffee Roast*.
- Noviantari, K., Hasyim, A. I., & Rosanti, N. (2015). Analisis rantai pasok dan nilai tambah agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 3(1), 10-17.
- Nurdiana, N. (2014). Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan. *Jurnal ComTech*, 5(2), 1110-1118.
- Nugroho, D. M. (2017). Karakterisasi mutu fisik dan citarasa biji kopi Arabika varietas Maragogip (*Coffea Arabica L. var Maragogyp Hort. Ex Froehner*) dan seleksi pohon induk di Jawa Timur: Pelita Perkebunan.
- Prihatmanto, Bambang, Haryo. (2018). *Supply Chain: Manajemen, Ilmu Pengetahuan, dan Strategi Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Pujawan, I.N. (2017). *Supply Chain Management*. Edisi 3 (I). Surabaya:Guna Widya.
- Purnama, S. (2016). Mengungkap Kopi Jawa Barat yang Kembali jadi Idola Pasar Dunia. Retrieved September 10, 2018, from <http://disbun.jabarprov.go.id/index.php/artikel/detailartikel/116>
- Putri, M.A., Fariyanti, A., Kusnadi, N. (2013). Struktur Dan Integrasi Pasar Kopi Arabika Gayo Di Kabupaten Aceh Tengah Dan Bener Meriah. *Skripsi*. Institusi Pertanian Bogor, Bogor.
- Putri, Y.R., S.I. Santoso, & Roessali, W. (2014). Farmer share dan efisiensi saluran pemasaran kacang hijau (*Vigna radiata, L.*) di Kecamatan Godong Kabupaten Grobogan. *J. Agri Wiralodra*, 6(2), 28 – 35.
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. (2021). Budidaya dan Pasca Panen Kopi. Prosiding Sistem Informasi Dokumentasi Penelitian dan Pengkajian: 1-59.

- Ridzal, Nining, & Asniar. (2018). Analisis Biaya Pemasaran dan Profitabilitas Berdasarkan Jenis Produk pada PT. Kendari Bintang Lestari Cabang Baubau. *Jurnal Akuntansi Manajemen*, 1(1), 73-80.
- Rirahman, F. (2019). Supply Chain Analysis And Increasing Added Value In Coffee Agroindustry. *Journal Of Agribusiness And Agricultural Development*, 1(1), 65–72.
- Rita, H., Ainun, M., & Farnia, R. (2012). Sifat Kimia dan Evaluasi Sensori Bubuk Kopi Arabika. *Floratek*, 7, 66–75.
- Saleh, M.Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: CV Sah Media.
- Sarvina, Y., June, T., Surmaini, E., Nurmalina, R., & Hadi, S. S. (2020). Strategi peningkatan produktivitas kopi serta adaptasi terhadap variabilitas dan perubahan iklim melalui kalender budidaya. *Jurnal Sumberdaya Lahan*, 14(2), 65-78.
- Silvia, I., Susi, W.A., & Isti Khomah. (2019). Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Kopi Di Kecamatan Gemawang Kabupaten Temanggung. *Agrista*, 7(3), 40-49.
- Simorangkir, N. C., & Rosiana, N. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 10(1), 113-125.
- Siswandi, T. O., Wiranatha, A. A. P. A. S., & Hartiati, A. (2019). Pengembangan Manajemen Rantai Pasok Kopi Arabika Kintamani Bali. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 7(1), 113-120.
- Soekartawi. (2005). *Agroindustri: Dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sucahyowati, H. (2011). Manajemen Rantai Pasokan. *Gema Maritim*, 13(1), 1-9.
- Sugiarti S. (2010). Analisis Pemasaran Kopi di Kecamatan Bermani Ulu Raya Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Agrisepe*, 9(1), 130-136
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.
- Suryaningrat, I.B. (2016). Implementation of QFD in Food Supply Chain Management: A Case of Processed Cassava Product In Indonesia. *Advance Science Engineering Information Technology*, 6, 2088–5334.
- Talebong, C. (2022). *Analisis Rantai Pasok dan Efisiensi Pemasaran Kopi Tojolo di Kecamatan Gandang Batu Sillanan, Kabupaten Tana Toraja= Supply*

- Chain Analysis and Marketing Efficiency of Tojolo Coffee in Gandang Batu Sillanan District, Tana Toraja Regency* (Skripsi, Universitas Hasanuddin).
- Tambarta, E. (2017). Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Olahan Kopi Arabika Di Kabupaten Bener Meriah Aceh. *Skripsi*. Bogor Agricultural University (IPB), Bogor.
- Taufiqurrahman, & Hakim, F.L. (2021). The Value - Added Analysis of Gayo Arabica Coffee based on Processing. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU)*, 7(1).
- United States Department of Agriculture. (2022). Plants Profile for Coffea Arabica. <http://plants.usda.gov/java/profile?symbol=COAR2>, diakses 10-8-2022)
- Wibawa, M.S., Ambarawati, I.G.A.A., & Suamba, K. (2015). Manajemen Rantai Pasok Jamur Tiram di Kota Denpasar. *Jurnal Man.Agri*, 4(1), 2355-0759.
- Wibowo, Y., & Palupi, C. B. (2022). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Biji Kopi Arabika (Studi Kasus: Rumah Kopi Banjarsengon, Jember). *Jurnal Agroteknologi*, 16(01), 37-48.
- Yunita, I., Taib, G., & Hadiguna, R, A. (2019). Coffea bean supply chain strategy: the case of the trading institution and profit margin for pioneer coffe commodities in Indonesia. *Journal Agriculture Innovation Tecnology and Globalisation*, 1(1), 57-66.
- Zaelani, A. (2008). *Manfaat Kemitraan Agribisnis kepada Petani Mitra*. Bogor: Institus Pertanian Bogor Press.

## LAMPIRAN 1

### ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN

#### KUISIONER PETANI

- No. Responden : .....
1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin : A. Laki-laki B. Perempuan
3. Umur..... (Tahun)
4. Alamat : .....
5. Pendidikan : .....
6. Sifat Usaha : A. Utama B. Sampingan
7. Pekerjaan Lainnya : .....
8. Kepemilikan Lahan : .....
9. Luas Lahan : .....
10. Pengalaman Usaha Tani ..... (Tahun)
11. Jumlah Tenaga Kerja..... (Orang)
12. Biaya Produksi Kopi..... /satu kali panen
13. Berapa hasil produksi ..... kg/satu kali panen
14. Berapa kali produksi..... kali/setahun
15. Harga jual (Rp/kg)..... kg
16. Setelah panen, kegiatan apa saja yang dilakukan: .....
- .....
- .....
- .....

17. Metode pembayaran yang digunakan : .....

18. Pernahkah Anda mendapatkan penyuluhan mengenai budidaya kopi dan cara memasarkannya ? : A. Pernah B. Tidak pernah

19. Siapa/pihak mana yang memberikan penyuluhan tersebut?: .....

.....  
.....  
.....

20. Apakah Anda tergabung dalam kelompok tani kopi?: A. Ya B. Tidak

21. Jika tergabung dalam kelompok tani, apa alasan Anda untuk ikut dalam

Kelompok tani tersebut? .....

.....  
.....  
.....

22. Kegiatan Penjualan :

Harga Jual	Jumlah Pasar (Rp/Kg)	Penjualan (Kg) yang Dituju

23. Sebelum dijual apakah dilakukan penyortiran?: A. Ya B. Tidak

24. Kesulitan apa yang dihadapi dalam sistem pemasaran

kopi? .....

.....  
.....

25. Sumber modal : A. Modal Sendiri B. Mendapat bantuan

✓ Besarnya modal : Rp.....

26. Apakah ada kriteria dalam pemilihan mitra untuk pendistribusian

kopi? .....

.....

.....  
.....  
.....

27. Apakah ada kesepakatan dalam bentuk kontrak dengan mitra/pembeli :

A. Ya

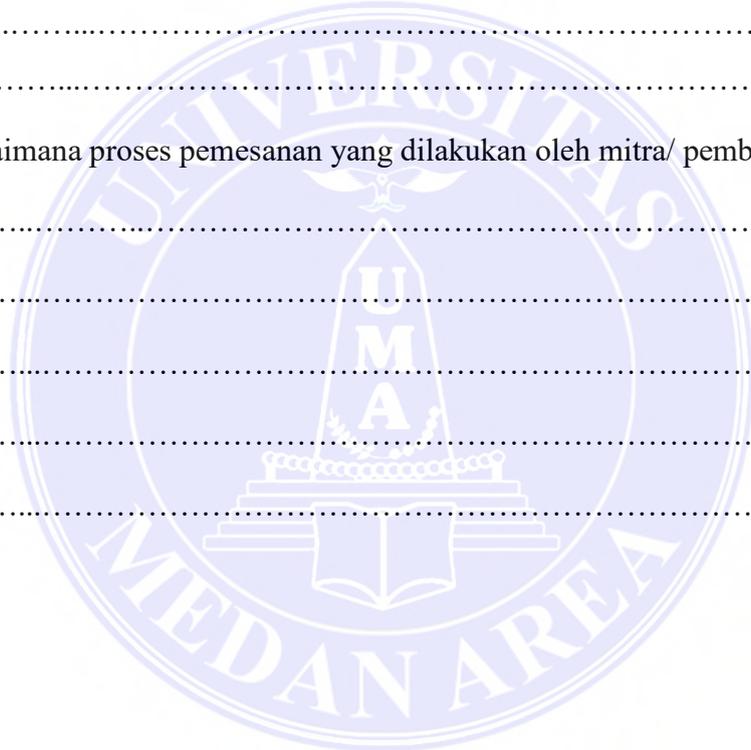
B. Tidak

28. Bagaimana kolaborasi atau koordinasi antar anggota rantai pasok? .....

.....  
.....  
.....

29. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan oleh mitra/ pembeli?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....



## ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN

### KUISIONER PEDAGANG PENGUMPUL DESA

- No. Responden : .....
1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin : A. Laki-laki B. Perempuan
3. Umur..... Tahun
4. Alamat : .....
5. Pendidikan : .....
6. Sifat Usaha : A. Utama B. Sampingan
7. Pekerjaan Lainnya : .....
8. Jumlah Tenaga Kerja..... Orang
9. Lama Berdagang..... Tahun
10. Apakah Anda melakukan pembelian?

Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)

11. Apakah Anda melakukan kegiatan penjualan?

Harga Jual (Rp/Kg)	Pasar Yang Dituju

12. Apakah Anda melakukan kegiatan penyimpanan kopi? Jika disimpan:

- Jumlah kopi yang disimpan..... kg
- Lokasi penyimpanan : .....
- Lama penyimpanan : .....

➤ Cara penyimpanan : .....

13. Biaya yang dikeluarkan :

➤ Biaya tenaga kerja : Rp.....

➤ Biaya pengangkutan : Rp.....

➤ Biaya pengemasan : Rp.....

➤ Biaya penyimpanan : Rp.....

➤ Biaya penyusunan : Rp.....

➤ Biaya bongkar muat : Rp.....

14. Sumber modal : A. Modal sendiri B. Mendapat bantuan

✓ Besarnya modal : Rp.....

15. Sasaran pasar produk yang bapak/ibu jual:

A. Pasar Lokal

B. Pasar Nasional

16. Apakah ada kriteria dalam pemilihan mitra untuk pendistribusian produk? .....

.....  
.....  
.....

17. Metode pembayaran yang digunakan : .....

18. Apakah ada kesepakatan dalam bentuk kontrak dengan mitra/pembeli:

A. Ya

B. Tidak

19. Bagaimana kolaborasi atau koordinasi antar anggota rantai

pasok? .....

20. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan oleh mitra/

pembeli? .....

**ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI  
KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN**

**KUISIONER PEDAGANG KECAMATAN**

- No. Responden : .....
1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin : A. Laki-laki B. Perempuan
3. Umur..... Tahun
4. Alamat : .....
5. Pendidikan : .....
6. Sifat Usaha : A. Utama B. Sampingan
7. Pekerjaan Lainnya : .....
8. Jumlah Tenaga Kerja..... Orang
9. Lama Berdagang..... Tahun
10. Apakah Anda melakukan kegiatan pembelian kopi?

Sumber Pembelian	Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)

11. Apakah Anda melakukan kegiatan penjualan

Harga Jual (Rp/Kg)	Pasar Yang Dituju

12. Apakah Anda melakukan kegiatan penyimpanan kopi?

Jika disimpan:

- ✓ Jumlah kopi yang disimpan : ..... kg
- ✓ Lokasi penyimpanan : .....
- ✓ Lama penyimpanan : .....
- ✓ Cara penyimpanan : .....

13. Biaya yang dikeluarkan:

- ✓ Biaya tenaga kerja : Rp.....
- ✓ Biaya pengangkutan : Rp.....
- ✓ Biaya pengemasan : Rp.....
- ✓ Biaya penyimpanan : Rp.....
- ✓ Biaya penyusunan : Rp.....
- ✓ Biaya bongkar muat : Rp.....

14. Sumber modal : A. Modal sendiri B. Mendapat bantuan

- ✓ Besarnya modal : Rp.....

15. Sasaran pasar produk yang bapak/ibu jual:

- A. Pasar Lokal B. Pasar Nasional

16. Metode pembayaran yang digunakan : .....

17. Apakah ada kriteria dalam pemilihan mitra untuk pendistribusian kopi?

.....  
.....  
.....  
.....

18. Apakah ada kesepakatan dalam bentuk kontrak dengan mitra/pembeli :

- A. Ya B. Tidak

19. Bagaimana kolaborasi atau koordinasi antar anggota rantai pasok?

.....  
.....  
.....  
.....

20. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan oleh mitra/ pembeli?

.....  
.....  
.....

**ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI  
KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN**

**KUISIONER PEDAGANG KAFE**

- No. Responden :  
1. Nama : .....  
2. Jenis Kelamin : A. Laki-laki B. Perempuan  
3. Umur..... Tahun  
4. Alamat : .....  
5. Pendidikan : .....  
7. Pekerjaan : .....  
10. Apakah Anda melakukan kegiatan pembelian kopi?: A. Ya B. Tidak  
11. Dari mana anda membeli Kopi?

Sumber Pembelian	Harga Beli (Rp)	Jumlah Pembelian

12. Apakah Anda melakukan kegiatan penyimpanan kopi?  
Jika disimpan:  
✓ Jumlah kopi yang disimpan :..... kg  
✓ Lokasi penyimpanan : .....  
✓ Lama penyimpanan : .....  
✓ Cara penyimpanan : .....  
13. Biaya yang dikeluarkan :  
➤ Biaya pengemasan : Rp.....  
➤ Biaya penyimpanan : Rp.....  
14. Biaya yang dikeluarkan untuk setiap pembelian : Rp.....  
15. Berapa banyak pembelian dalam sebulan : Rp.....

16. Metode pembayaran yang digunakan : .....

17. Apakah ada kriteria dalam pemilihan biji kopi untuk menikmati kopi?

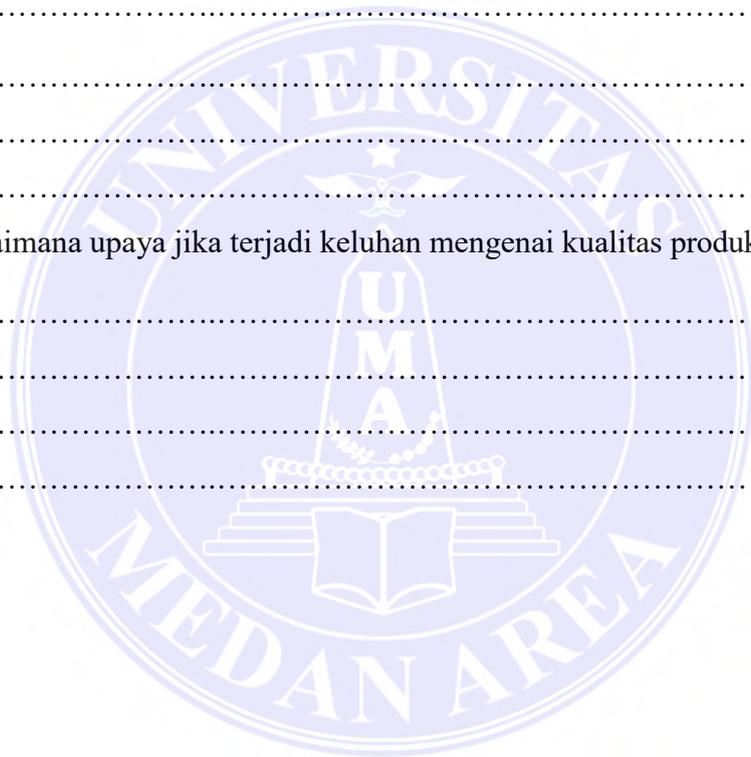
.....  
.....  
.....  
.....

18. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan ke penjual?

.....  
.....  
.....  
.....

19. Bagaimana upaya jika terjadi keluhan mengenai kualitas produk?

.....  
.....  
.....  
.....



**ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI  
KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN**

**KUISIONER KONSUMEN AKHIR**

- No. Responden :  
1. Nama : .....  
2. Jenis Kelamin : A. Laki-laki B. Perempuan  
3. Umur..... Tahun  
4. Alamat : .....  
5. Pendidikan : .....  
7. Pekerjaan : .....  
10. Apakah Anda melakukan kegiatan pembelian kopi?: A. Ya B. Tidak  
11. Dari mana anda membeli Kopi?

Sumber Pembelian	Harga Beli (Rp)	Jumlah Pembelian

12. Biaya yang dikeluarkan untuk menikmati Kopi :  
➤ Biaya pengemasan : Rp.....  
➤ Biaya penyimpanan : Rp.....  
13. Biaya yang dikeluarkan untuk setiap pembelian : Rp.....  
14. Berapa banyak pembelian dalam sebulan : Rp.....  
15. Metode pembayaran yang digunakan : .....  
16. Apakah ada kriteria dalam pemilihan biji kopi untuk menikmati kopi?  
.....  
.....  
.....  
.....

17. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan ke penjual?

.....

.....

.....

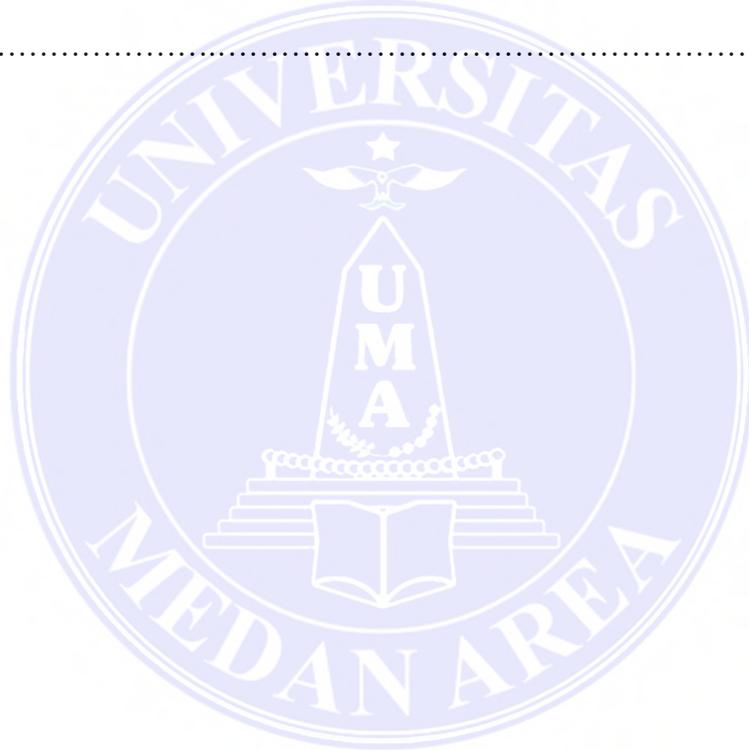
.....

18. Bagaimana upaya jika terjadi keluhan mengenai kualitas produk?

.....

.....

.....



**LAMPIRAN 2****TABULASI DATA PENELITIAN****1. Petani**

Petani	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan	Sifat Usaha	Luas lahan	Pengalaman Usaha Tani (tahun)	Jumlah tenaga kerja (orang)	Biaya produksi (satu kalipanen)	Jumlah panen/ tahun	Hasil produksi (kg/ panen)	Pembayaran
1	33	L	SD	Utama	1	6	2	64.000	26	32	tunai & non tunai
2	44	L	SMA	Sampingan	3	15	2	184.000	26	95	tunai & non tunai
3	38	P	SMP	Sampingan	2	6	4	125.000	26	65	tunai & non tunai
4	40	L	SMA	Utama	1	20	1	66.000	26	63	tunai & non tunai
5	39	L	SMA	Utama	1	5	2	68.000	26	34	tunai & non tunai
6	53	L	SMA	Utama	1	7	2	64.000	26	32	tunai & non tunai
7	45	L	SMA	Utama	1	10	2	64.000	26	32	tunai & non tunai
8	30	L	SMA	Utama	2	4	3	120.000	26	60	tunai & non tunai
9	45	L	SMP	Utama	1	8	2	66.000	26	33	tunai & non tunai
10	40	L	SMA	Utama	1	10	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
11	46	L	SMA	Utama	3	15	2	182.000	26	100	tunai & non tunai
12	47	P	SMA	Utama	1	17	2	64.000	26	32	tunai & non tunai
13	50	L	SD	Utama	1	30	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
14	35	L	SMA	Utama	1	8	1	66.000	26	33	tunai & non tunai
15	38	P	SMA	Sampingan	2	10	1	124.000	26	62	tunai & non tunai
16	40	L	SMA	Sampingan	1	20	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
17	37	L	SMA	Utama	2	10	2	130.000	26	65	tunai & non tunai
18	41	L	SMP	Sampingan	2	15	2	128.000	25	64	tunai & non tunai
19	42	L	SMA	Sampingan	2	15	2	126.000	25	63	tunai & non tunai

Petani	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan	Sifat Usaha	Luasan	Pengalaman Usaha Tani (tahun)	Jumlah tenaga kerja (orang)	Biaya produksi (satu kalipanen)	Jumlah panen/ tahun	Hasil produksi (kg/ panen)	Pembayaran
20	40	P	SMP	Utama	1	14	1	66.000	26	33	tunai & non tunai
21	44	L	SMP	Sampingan	1	15	1	66.000	25	33	tunai & non tunai
22	39	L	SMA	Utama	1	8	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
23	49	L	SMA	Utama	1	13	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
24	50	L	SD	Utama	1	25	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
25	52	P	SMP	Sampingan	1	28	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
26	40	L	S1	Utama	2	15	4	124.000	26	66	tunai & non tunai
27	44	L	S1	Utama	1	13	1	68.000	25	34	tunai & non tunai
28	43	L	SMA	Utama	1	10	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
29	42	L	SMP	Utama	2	7	3	122.000	25	61	tunai & non tunai
30	40	L	SMA	Sampingan	1	8	1	66.000	26	33	tunai & non tunai
31	41	L	SMA	Sampingan	1	9	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
32	39	L	SMA	Utama	1	9	1	64.000	25	32	tunai & non tunai
33	38	L	SMA	Utama	1	10	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
34	45	P	SMA	Utama	1	18	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
35	52	L	SD	Utama	3	17	1	180.000	26	100	tunai & non tunai
36	45	P	SMA	Utama	1	15	1	66.000	26	33	tunai & non tunai
37	44	L	SMA	Sampingan	2	20	2	128.000	25	64	tunai & non tunai
38	46	P	SMA	Utama	1	15	1	64.000	26	32	tunai & non tunai
Rerata	46	L	SMA	Utama	1	13	2	89.000	26	32-100	tunai & non tunai

Petani	Penyuluhan	Pihak Mitra Penyuluhan	Kelompok tani	Harga jual/kg ( <i>chery</i> /biji kopi segar)	Harga jual/kg ( <i>greenbean</i> )	Kegiatan penjualan	Pasar	Harga Jual/kg ( <i>roastbean</i> ) --> Kafe Dlk Sanggul	Harga Jual/kg ( <i>roastbean</i> ) --> Kafe Medan
1	Y	dinas pertanian	Y	9.500	40.000	offline/online	café	200.000	220.000
2	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg desa	199.500	215.000
3	Y	dinas pertanian	Y	9.600	41.000	offline/online	Pdg desa	199.000	220.000
4	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg desa	200.000	215.000
5	Y	dinas pertanian	Y	9.000	40.000	offline	Pdg desa	200.000	217.000
6	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg desa	199.500	222.000
7	Y	dinas pertanian	Y	9.500	40.000	offline	Pdg kecamatan	200.000	220.000
8	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline/online	café	200.500	220.000
9	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
10	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline/online	Pdg desa	201.000	220.000
11	Y	dinas pertanian	Y	9.700	40.000	offline/online	Pdg kecamatan	200.000	220.000
12	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	café	199.000	220.000
13	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg kecamatan	200.500	220.000
14	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
15	Y	pdg kecamatan	Y	10.000	40.000	offline/online	Pdg kecamatan	200.000	220.000
16	Y	pdg kecamatan	Y	10.000	40.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
17	Y	dinas pertanian	Y	9.500	40.000	offline/online	Pdg kecamatan	200.000	220.000
18	Y	dinas pertanian	Y	10.000	41.000	offline/online	Pdg desa	200.500	220.000
19	Y	dinas pertanian	Y	10.000	41.000	offline/online	café	200.000	220.000
20	Y	pdg kecamatan	Y	10.000	41.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
21	Y	dinas pertanian	Y	10.000	41.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000

Petani	Penyuluhan	Pihak Mitra Penyuluhan	Kelompok tani	Harga jual/kg ( <i>chery</i> /biji kopi segar)	Harga jual/kg ( <i>greenbean</i> )	Kegiatan penjualan	Pasar	Harga Jual/kg ( <i>roastbean</i> ) --> Kafe Dlk Sanggul	Harga Jual/kg ( <i>roastbean</i> ) --> Kafe Medan
22	Y	pdg kecamatan	Y	10.000	40.000	offline/online	Pdg desa	200.000	220.000
23	Y	dinas pertanian	Y	10.000	41.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
24	Y	dinas pertanian	Y	10.000	41.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
25	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg desa	200.500	220.000
26	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	café	200.000	220.000
27	Y	dinas pertanian	Y	10.000	41.000	offline/online	Pdg desa	200.000	220.000
28	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg kecamatan	200.500	220.000
29	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
30	Y	dinas pertanian	Y	10.000	41.000	offline	Pdg kecamatan	200.000	220.000
31	Y	dinas pertanian	Y	10.000	41.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
32	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
33	Y	dinas pertanian	Y	10.000	41.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
34	Y	dinas pertanian	Y	9.800	40.000	offline	Pdg kecamatan	200.000	220.000
35	Y	dinas pertanian	Y	10.000	41.000	offline	Pdg desa	200.000	220.000
36	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg desa	200.500	220.000
37	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline/online	Pdg kecamatan	200.000	220.000
38	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	offline	Pdg kecamatan	200.000	220.000
Rerata	Y	dinas pertanian	Y	10.000	40.000	online/offline	-	200.000	220.000

## 2. Pengepul Desa

Keterangan	1	2	3	4	5
Jenis Kelamin	P	L	L	P	L
Umur	72	45	50	43	40
Pendidikan	SD	SMA	SMA	SMA	S1
Usaha	U	U	U	S	S
Lama Berdagang	10	15	20	10	10
Tenaga Kerja	4	5	4	3	5
Lama Berdagang	10	15	20	10	10
Harga Beli(Rp/Kg)	10.000	9.000	10.000	10.000	10.000
Harga Jual (Rp/Kg)	12.000	11.500	12.000	12.000	12.000
$\Sigma$ Pembelian (Kg/Bln)	250	300	280	260	240
Pasar Tujuan	Pdg	Pdg	Pdg	Pdg	Pdg
Penyimpanan	-	250	200	200	200
Biaya Dikeluarkan :					
Biaya Tng. Kerja	500	500	500	500	500
Total Biaya	500	500	500	500	500
Besar Modal (jt)	30	100	50	40	40
Sasaran	Lokal	Lokal	Lokal	Lokal	Lokal
Pembayaran	cash	tf/ cash	cash	cash	tf/ cash

## 3. Pengepul Kecamatan

### GreenBean

Keterangan	1	2	3	4	5
Jenis Kelamin	L	L	P	P	L
Umur	31	40	48	50	45
Pendidikan	SMA	SMA	SMA	SMA	S1
Usaha	U	S	U	U	S
Tenaga Kerja	2	5	4	4	5
Lama Berdagang	8	10	18	20	13
Harga Beli(Rp/Kg)	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
$\Sigma$ Pembelian (Kg/Bln)	200	250	200	200	250
Harga Jual (Rp/Kg)	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000
Pasar Tujuan	pasar	pasar	pasar	pasar	pasar
Penyimpanan	200	200	200	200	250
Biaya Dikeluarkan (Rp)					
2.5kg cherry	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Penjemuran (Kg)	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
BPengemasan/Kg	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Total Biaya	34.000	34.000	34.000	34.000	34.000
Besar Modal (jt)	30	35	40	30	35
Sasaran	nasional	Daerah	nasional	daerah	daerah
Pembayaran	cash /tf	cash /tf	cash/tf	cash/tf	cash/tf

**Roasted Bean (Kafe Medan)**

Keterangan	1	2	3	4	5
Jenis Kelamin	L	L	P	P	L
Umur	31	40	48	50	45
Pendidikan	SMA	SMA	SMA	SMA	S1
Usaha	U	S	U	U	S
Tenaga Kerja	2	5	4	4	5
Lama Berdagang	8	10	18	20	13
Harga Beli Greanbean (Rp/Kg)	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
$\Sigma$ Pembelian (Kg/Bln)	200	250	200	200	250
Harga Jual (Rp/Kg)	242.000	242.000	240.000	240.000	240.000
Pasar Tujuan	mdn	mdn	mdn	mdn	mdn
Penyimpanan	200	200	200	200	250
Biaya Dikeluarkan:					
1,25kg Greanbean	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Roasting	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
Tenaga Kerja	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Pengemasan	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Transport	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Total Biaya Produksi	88.000	88.000	88.000	88.000	88.000
Besar Modal (jt)	30	35	40	30	35
Sasaran	nasional	Daerah	nasional	daerah	daerah
Pembayaran	cash/tf	cash/tf	cash/tf	cash/tf	cash/tf

**Roasted Bean (Kafe Dolok Sanggul)**

Keterangan	1	2	3	4	5
Jenis Kelamin	L	L	P	P	L
Umur	31	40	48	50	45
Pendidikan	SMA	SMA	SMA	SMA	S1
Usaha	U	S	U	U	S
Tenaga Kerja	2	5	4	4	5
Lama Berdagang	8	10	18	20	13
Greanbean ( Ribu Rp/Kg)	40	40	40	40	40
$\Sigma$ Pembelian (Kg/Bln)	200	250	200	200	250
Harga Jual (Ribu Rp/Kg)	220	22	220	220	220
Pasar Tujuan	Lokal	Lokal	Lokal	Lokal	Lokal
Penyimpanan	200	200	200	200	250
Biaya Dikeluarkan:					
1,25kg Greanbean (Ribu Rp)	50	50	50	50	50
Roasting	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
Tenaga Kerja	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Pengemasan	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000

Transport	5.000	5.000	5,000	5,000	5.000
Total Biaya Produksi	88.000	88.000	88.000	88.000	88.000
Besar Modal (Jt)	30	35	40	30	35
Sasaran	Daerah	Daerah	Daerah	Daerah	Daerah
Pembayaran	cash/tf	cash/tf	cash/tf	cash/tf	cash/tf

#### 4. Pengecer

<b>Pengecer Pasar</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Jenis Kelamin	L	L	P	P	L
Umur	42	45	52	51	46
Pendidikan	SMA	SMA	SMA	SMA	SMA
Usaha	U	U	U	U	U
Tenaga Kerja	2	2	2	2	2
Lama Berdagang	6	11	20	18	16
Harga Beli Grealbean (Rp/Kg)	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000
$\Sigma$ Pembelian (kg/bln)	420	400	450	390	400
Harga Jual (Rp/Kg)	45.000	46.000	45.000	45.000	45.000
Penyimpanan	420	400	450	390	400
Biaya Dikeluarkan					
Tenaga Kerja	500	500	500	500	500
Pengemasan	500	500	500	500	500
Transport	500	500	500	500	500
Total Biaya Produksi	1,500	1,500	1,500	1,500	
Besar Modal (Jt)	30	55	40	42	38
Sasaran	Daerah	Daerah	Daerah	Daerah	Daerah
Pembayaran	cash/tf	cash/tf	cash/tf	cash/tf	cash/tf

#### 5. Pedagang Kafe

<b>Keterangan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Jenis Kelamin	L	L	L	P	L
Umur	31	28	32	29	27
Pendidikan	S1	S1	S2	S1	S1
Usaha	U	U	U	U	U
Tenaga Kerja	4	5	4	5	4
Lama usaha	5	4	2	2	2
Harga Beli (Rp/Kg)	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
$\Sigma$ Pembelian (Kg/Blm)	25	26	22	20	21
Harga Jual	22.000	21.000	20.000	21.000	22.000
Target Pasaran	semua kalangan				
Penyimpanan	100	120	100	130	80

Biaya keluar (jt)	5,75	6,15	5,7	5,95	5,7
Tenaga Kerja	1.500.000	1.500.000	1.600.000	1.300.000	1.500.000
Bahan Baku	2.500.000	3.000.000	2.500.000	3.000.000	2.500.000
Tambahan	500.000	400.000	400.000	450.000	400.000
Listrik dan Air	750.000	700.000	700.000	700.000	750.000
Wifi	500.000	550.000	500.000	500.000	550.000
Modal (Jt)	50	75	60	50	50
Pembayaran	cash/tf	cash/tf	cash/tf	cash/tf	cash/tf

## 6. Konsumen Akhir

Keterangan	1	2	3	4	5
Jenis Kelamin	L	L	P	L	P
Umur	24	23	22	20	19
Pekerjaan	S1	S1	S1	S1	SMA
Tempat Beli Kopi	kedai kopi	kedai kopi	kedai kopi	kedai kopi	kedai kopi
Biaya Pembelian	15.000	15.000	20.000	15.000	15.000
$\Sigma$ Pembelian (Kg/Bln)	200.000	150.000	100.000	150.000	100.000
Pembayaran	cash/transfer	cash/transfer	cash/transfer	cash/transfer	cash/transfer
Pemesanan	ambil ditempat				
Keluhan Produk	-	harga	rasa	rasa	-

## LAMPIRAN 3

### DOKUMENTASI KUESIONER PENELITIAN

#### 1. KUISIONER PETANI

44

LAMPIRAN 1

ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI  
KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN

KUISIONER PETANI

No. Responden .....

1. Nama Hafid G. Harefa

2. Jenis Kelamin  Laki-laki     Perempuan

3. Umur 30 (Tahun)

4. Alamat Jl. Sialangmang No. 100 Desa Cemping

5. Pendidikan SI Komputer

6. Sifat Usaha  A. Utama     B. Sampingan

7. Pekerjaan Lainnya .....

8. Kepemilikan Lahan 3 hektar

9. Lasa Lahan 1 Ha

10. Pengalaman Usaha Tani 6 (Tahun)

11. Jumlah Tenaga Kerja 6 (Orang)

12. Biaya Pindah Kopi 27500 atau kali panen

13. Berapa hasil produksi 22 kg kg/bata kali panen

14. Berapa kali produksi 26 (1x setahun) kali/taun

15. Harga jual (Rp/kg) 40.000 /kg

16. Sertifikat, kegiatan apa saja yang dilakukan Perawatan, bantuan  
Pencucian, Pengemasan, Cuci, Jember 2-3 minggu  
Haring (Gresuban)

45

17. Metode pembayaran yang digunakan Tunai

18. Pernahkah Anda mendapatkan penyuluhan mengenai budaya kopi dan cara memarakannya?  A. Pernah     B. Tidak pernah

19. Sapa-sapa mata yang memberikan penyuluhan tersebut? Dinas Pertanian  
Bidang Perkebunan, Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja  
MUL, Dinas Kesehatan

20. Apakah Anda tergabung dalam kelompok tani kopi?  Ya     Tidak

21. Jika tergabung dalam kelompok tani, apa alasan Anda untuk ikut dalam kelompok tani tersebut? Sebagai legalitas  
- sebagai satu jaringan kopi organik  
- pendalaman teknik proses pertanaman kopi  
- diskusi hal-hal yang dibutuhkan kopi

22. Kegiatan Penjualan Offline / online

Harga Jual Jumlah	Pasar (Rp/kg)	Penjualan (kg) yang Dituju
<u>20000/kg</u>	<u>Cafe kopi</u>	<u>40 kg / bulan</u>
<u>20000/kg</u>	<u>Tempat jual</u>	<u>100-200kg/bulan</u>

23. Sebelum dijual apakah dilakukan penyortiran?  Ya     Tidak

24. Kasalihan apa yang dihadapi dalam sistem pemasaran kopi? Persepsi, pendataan, Distribusi

25. Sumber modal  Modal Sendiri     Mendapat bantuan

26. Apakah ada kendala dalam pemilihan mitra untuk pemasaran kopi? Kualitas dan Berdayaguna/jarak

46

27. Apakah ada kesepakatan dalam bentuk kontrak dengan mitra/pembeli?  Ya     Tidak

28. Bagaimana kolaborasi atau koordinasi antar anggota rantai pasok? ada kontrak & melalui jaringan  
Spesifikasi kopi grade I dan spesifikasi  
T. harga pasar yang kita tentukan di pasaran  
kita bisa tetap stabil & tercapai ketepatan

29. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan oleh mitra/pembeli?  
→ online - datang ke outlet (kita) yang bekerja sama  
→ Online & pesan lewat wa (0852 7840 914)  
Fl. Gempuran sumber gas  
Fl. Aluck - coffee  
Chaper, Paksiada dll  
Sistem pembayaran bayar dahulu baru kirim barang

## 2. KUISIONER PEDAGANG PENGUMPUL

47

ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI  
KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN

KUISIONER PEDAGANG PENGUMPUL

No. Responden : .....

1. Nama : Dina Sibarus

2. Jenis Kelamin :  A. Laki-laki  B. Perempuan

3. Umur : 72 Tahun

4. Alamat : Jl. Horas

5. Pendidikan : SD

6. Sifat Usaha :  A. Utama  B. Sampingan

7. Pekerjaan Lainnya : pekerja kopi arabika

8. Jumlah Tenaga Kerja : 4 Orang

9. Lama Berdagang : 10 Tahun

10. Apakah Anda melakukan pembelian?

Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)
<u>42000 / kg</u>	<u>250 kg / bulan</u>
<u>150000 / 100 kg</u>	<u>250 kg / bulan</u>

11. Apakah Anda melakukan kegiatan penjualan?

Harga Jual (Rp/Kg)	Pasar Yang Dituju
<u>41000 - 45000</u>	<u>pasar Limbang nihuta</u>

12. Apakah Anda melakukan kegiatan penyimpanan kopi? Jika disimpan:

➢ Jumlah kopi yang disimpan : ..... kg

➢ Lokasi penyimpanan : .....

➢ Lama penyimpanan : .....

tidak, karena lokasi langsung di posisikan karena langsung di posisikan ke pasar Limbang nihuta

48

➢ Cara penyimpanan : .....

13. Biaya yang dikeluarkan :

➢ Biaya tenaga kerja : Rp. 80.000 / sehari 2x seminggu

➢ Biaya pengangkutan : Rp. - tidak ada biaya pengangkutan

➢ Biaya pengemasan : Rp. ....

➢ Biaya penyimpanan : Rp. ....

➢ Biaya penyusunan : Rp. ....

➢ Biaya bongkar muat : Rp. ....

14. Sumber modal :  A. Modal sendiri  B. Mendapat bantuan

✓ Besarnya modal : Rp. ....

15. Sasaran pasar produk yang bapak/ibu jual:

A. Pasar Lokal  B. Pasar Nasional

16. Apakah ada kriteria dalam pemilihan mitra untuk pendistribusian produk? kehidupan mitra dan kebergantungannya

17. Metode pembayaran yang digunakan : cash

18. Apakah ada kesepakatan dalam bentuk kontrak dengan mitra/pembeli:

Ya  B. Tidak

19. Bagaimana kolaborasi atau koordinasi antar anggota rantai pasok? koordinasi dan belajar

20. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan oleh mitra/pembeli? online dalam langsung ke lokasi

## 3. KUISIONER PEDAGANG KECAMATAN

49

ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI  
KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN

KUISIONER PEDAGANG KECAMATAN

No. Responden : .....

1. Nama : Martiana R. Lumban Geol

2. Jenis Kelamin :  A. Laki-laki  B. Perempuan

3. Umur : 51 Tahun

4. Alamat : Jl. Horas No. 18 Desa Gungas

5. Pendidikan : MTs

6. Sifat Usaha :  A. Utama  B. Sampingan

7. Pekerjaan Lainnya : usaha produksi steak

8. Jumlah Tenaga Kerja : 2 Orang

9. Lama Berdagang : 7 Tahun

10. Apakah Anda melakukan kegiatan pembelian kopi?

Sumber Pembelian	Harga Beli (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)
<u>Petani</u>	<u>38000 / kg</u>	<u>200 kg - 300 kg</u>

11. Apakah Anda melakukan kegiatan penjualan?

Harga Jual (Rp/Kg)	Pasar Yang Dituju
<u>45000 / kg</u>	<u>pasar Medan, Bont. Bawang dll</u>

12. Apakah Anda melakukan kegiatan penyimpanan kopi? Jika disimpan:

✓ Jumlah kopi yang disimpan : 200 kg

✓ Lokasi penyimpanan : Gedung kopi

✓ Lama penyimpanan : 1 bulan

✓ Cara penyimpanan : Jerami / Goni + plastik di tempat sejuk

50

13. Biaya yang dikeluarkan:

✓ Biaya tenaga kerja : Rp. 1.500.000 / bulan

✓ Biaya pengangkutan : Rp. 1.500.000 sekali minggu

✓ Biaya pengemasan : Rp. 250.000 / box

✓ Biaya penyimpanan : Rp. ....

✓ Biaya penyusunan : Rp. 400.000 (bi. di kg / box)

✓ Biaya bongkar muat : Rp. 5000 / box

14. Sumber modal :  A. Modal sendiri  B. Mendapat bantuan

✓ Besarnya modal : Rp. 30.000.000 + 220.000.000 (terdahulu)

15. Sasaran pasar produk yang bapak/ibu jual:

A. Pasar Lokal  B. Pasar Nasional

16. Metode pembayaran yang digunakan : cash dan transfer

17. Apakah ada kriteria dalam pemilihan mitra untuk pendistribusian kopi? Komitmen, Berdagang, jumlah dan loyalitas

18. Apakah ada kesepakatan dalam bentuk kontrak dengan mitra/pembeli:

A. Ya  B. Tidak

19. Bagaimana kolaborasi atau koordinasi antar anggota rantai pasok? harga jual, kemampuan harga, harga nasional + harga sesuai dengan spek dari pembeli

20. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan oleh mitra/pembeli? pesan online ke salah satu pedagang melalui Tlpn dan via dengan cara transfer

#### 4. KUISIONER CAFÉ DOLOK SANGGUL

51

**ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI  
KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN**

**KUISIONER KONSUMEN CAFE**

No. Responden : .....

1. Nama : Petru Panahatan Samanullang

2. Jenis Kelamin : A. Laki-laki B. Perempuan

3. Umur : 22 Tahun

4. Alamat : Jl. Horas No. 19 Onan Tanjung

5. Pendidikan : SMA (Proses Kuliah)

7. Pekerjaan : Petani Mahasiswa

10. Apakah Anda melakukan kegiatan pembelian kopi? A. Ya B. Tidak

11. Dari mana anda membeli Kopi?

Sumber Pembelian	Harga Beli (Rp)	Jumlah Pembelian
<u>Petani CAFE COFFEE</u>	<u>15.000 / gelas 5.000</u>	<u>1-2 gelas / hari</u>
<u>Petani kopi</u>	<u>15.000 / gelas 5.000</u>	<u>1-2 gelas / hari di cafe kedai</u>

12. Apakah Anda melakukan kegiatan penyimpanan kopi?

Jika disimpan:

- ✓ Jumlah kopi yang disimpan : ..... kg
- ✓ Lokasi penyimpanan : .....
- ✓ Lama penyimpanan : .....
- ✓ Cara penyimpanan : .....

13. Biaya yang dikeluarkan :

- Biaya pengemasan : Rp. ....
- Biaya penyimpanan : Rp. ....

14. Biaya yang dikeluarkan untuk setiap pembelian : Rp. 5.000 - 20.000

15. Berapa banyak pembelian dalam sebulan : Rp. 1 kg - 200.000

52

16. Metode pembayaran yang digunakan : Cash / transfer

17. Apakah ada kriteria dalam pemilihan biji kopi untuk menikmati kopi?  
Seleksi biji kopi yang baik untuk diroast untuk  
lebih sehat VGO baik untuk metode espresso

18. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan ke penjual?  
Amel di lewat  
Sistem transfer untuk pembayaran kemudian Pesanan  
kita dikirim

19. Bagaimana upaya jika terjadi keluhan mengenai kualitas produk?  
Membantu Petani melalui telepon untuk  
bertanggungjawab kopi

#### 5. KUISIONER CAFÉ MEDAN

51

**ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI  
KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN**

**KUISIONER KONSUMEN CAFE**

No. Responden : Kurilang

1. Nama : A. Fariz Siharani

2. Jenis Kelamin : A. Laki-laki B. Perempuan

3. Umur : 23 Tahun

4. Alamat : Pasar III Krokotok

5. Pendidikan : Mahasiswa (S1 Cetrata Baru)

7. Pekerjaan : Barista

10. Apakah Anda melakukan kegiatan pembelian kopi? A. Ya B. Tidak

11. Dari mana anda membeli Kopi? COYO

Sumber Pembelian	Harga Beli (Rp)	Jumlah Pembelian
<u>Distributer</u>	<u>Rp. 14.000 / kg</u>	<u>5 kg / minggu</u>

12. Apakah Anda melakukan kegiatan penyimpanan kopi? Ya

Jika disimpan:

- ✓ Jumlah kopi yang disimpan : 4 kg
- ✓ Lokasi penyimpanan : Buzah
- ✓ Lama penyimpanan : 1-2 hari
- ✓ Cara penyimpanan : Toples kaca

13. Biaya yang dikeluarkan :

- Biaya pengemasan : Rp. 1.000
- Biaya penyimpanan : Rp. ....

14. Biaya yang dikeluarkan untuk setiap pembelian : Rp. 5.000

15. Berapa banyak pembelian dalam sebulan : Rp. 20 kg - 25 kg  
2.000.000 - 3.625.000

52

16. Metode pembayaran yang digunakan : Cash / tunai / debit

17. Apakah ada kriteria dalam pemilihan biji kopi untuk menikmati kopi?  
Ada... grade  
dalam pembelian biji kopi arabika akan  
kuantitas atau grade 1-10 dan kurilang  
menilai grade 1-2 biji kopi arabika

18. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan ke penjual?  
Kurilang melakukan pemesanan dengan cara  
force away atau meeting di cafe

19. Bagaimana upaya jika terjadi keluhan mengenai kualitas produk?  
berikutnya => cafe  
jika terjadi keluhan kualitas produk biji kopi  
arabika akan dikembalikan ke distributor

Cafe => konsumen akhir  
meningkatkan kualitas dengan mengganti kualitas  
kopi yang terbaik.

Perbandingan kopi arabika dan Robusta  
arabika 70%  
Robusta 30%

## 6. KUISIONER KONSUMEN CAFÉ

ANALISIS RANTAI PASOK BIJI KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) DARI  
KECAMATAN DOLOK SANGGUL KE KOTA MEDAN  
KUISIONER KONSUMEN AKHIR

No. Responden

1. Nama : Amat sura-D

2. Jenis Kelamin :  Laki-laki B. Perempuan

3. Umur : 25 Tahun

4. Alamat : Tualan

5. Pendidikan : Strata satu

7. Pekerjaan : Mengetahui

10. Apakah Anda melakukan kegiatan pembelian kopi?  Ya B. Tidak

11. Dari mana anda membeli Kopi?

Sumber Pembelian	Harga Beli (Rp)	Jumlah Pembelian
Kusiniang	Rp. 10.000	3 kg / bar

12. Biaya yang dikeluarkan untuk menikmati Kopi:

- > Biaya pengemasan : Rp. ....
- > Biaya penyimpanan : Rp. ....

13. Biaya yang dikeluarkan untuk setiap pembelian : Rp. 10.000 / kg

14. Berapa banyak pembelian dalam sebulan : Rp. 500.000 - 1.000.000  
coba (kopi / biji)

15. Metode pembayaran yang digunakan : cash (kopi / biji)

16. Apakah ada kriteria dalam pemilihan biji kopi untuk menikmati kopi?  
ada. Kriteria proses serta pemilihan biji kopi nya demikian.

17. Bagaimana proses pemesanan yang dilakukan ke penjual?  
Langsung ke kontr.

18. Bagaimana upaya jika terjadi keluhan mengenai kualitas produk?  
jika ada keluhan bisa langsung meminta ke kontr. jika ada ada keluhan / kesamping.

## LAMPIRAN 4

### DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN

#### SALURAN I (*Green Bean*)

##### 1. Petani



Proses Pemanenan dan Pemfilteran Biji Kopi Segar Arabika

## 2. Pengepul Desa



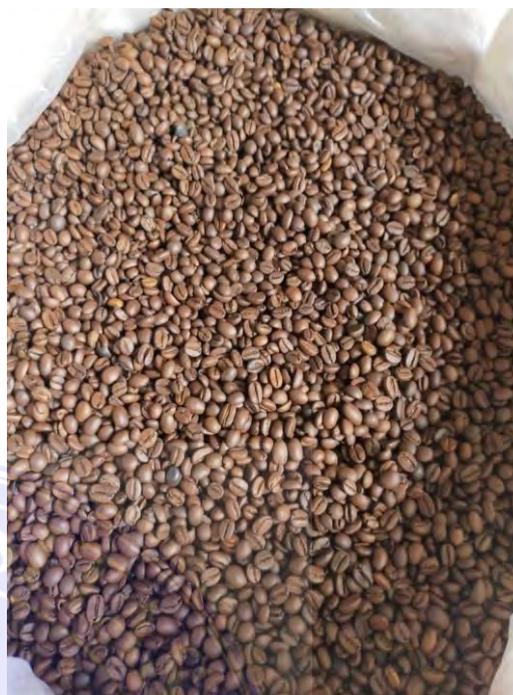
Penyimpanan dan Penjemuran Sementara Biji Kopi Arabika

## 3. Pedagang Kecamatan



Penjemuran dan Penyimpanan Biji Kopi Arabika

#### 4. Pasar Tradisional



Pemasaran Biji Kopi Arabika (*GreenBean*)

#### SALURAN II (*Roasted bean*)

##### A. Tingkat 1 dan 2

##### 1. Petani





Proses Pengolahan *GreenBean* Menjadi *RoastedBean*

## 2. Pengepul Kecamatan



Produk Kemasan Biji Kopi Arabika *RoastedBean*

## B. Tingkat 3 dan 4

### 1. Petani



Produk Kemasan Biji Kopi Arabika *RoastedBean*

## DOKUMENTASI PENELITIAN



Kegiatan Pengambilan Data Penyebaran Kuesioner dan Wawancara Singkat dengan Responden Petani

## LAMPIRAN 5

### DOKUMENTASI SURAT RISET



Nomor: 3139/FP.1/01.10/XII/2022  
Lamp: -  
Hal: Pengambilan Data/Riset

Medan, 05 Desember 2022

Yth. Camat Kecamatan Dolok Sanggul  
Kabupaten Humbang Hasundutan

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, anaka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Zulfirman Siahaan  
NIM : 188220173  
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kecamatan Dolok Sanggul Kabupaten Humbang Hasundutan untuk kepentingan skripsi berjudul "**Analisis Rantai Pasok Biji Kopi Arabika (*Coffea arabica*) Dari Kecamatan Dolok Sanggul Ke Kota Medan**"

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

UNIV. Dekan,  
MEDAN AREA  
FAKULTAS PERTANIAN

Dr. Ir. Zulheri Noer, MP

Tembusan:  
1. Ka. Prodi Agribisnis  
2. Mahasiswa ybs  
3. Arsip





PEMERINTAH KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN  
KECAMATAN DOLOKSANGGUL  
JALAN BUMI BAHTI DESA SIRISIRISI DOLOKSANGGUL 22457  
E-mail : KecamatanDoloksanggul123@gmail.com

## SURAT KETERANGAN

Nomor : 140/ 22 /Kec. 06/1 /2022

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : MARUDUT SIMANULLANG, S.H.  
NIP : 19670107 199203 1 012  
Jabatan : CAMAT DOLOKSANGGUL

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa Universitas Medan Area

Nama Lengkap : ZULFIRMAN SIAHAAN  
NPM : 188220173  
Prodi : AGRIBISNIS

Telah Selesai melaksanakan penelitian di Kecamatan Doloksanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatra Utara untuk keperluan Skripsi yang berjudul " Analisis Rantai Pasok Biji Kopi Arabika (*Coffea Arabica*) dari Kecamatan Dolok Sanggul ke Kota Medan."

Demikian surat keterangan ini diperbuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

CAMAT DOLOKSANGGUL,

MARUDUT SIMANULLANG, S.H.  
PEMBINA  
NIP.19670107 199203 1 012