

ANALISIS TATANIAGA KOPI ARABIKA (*Coffea Arabica*) YANG BERASAL DARI KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok yang bertujuan untuk mendeskripsikan saluran tataniaga kopi arabika meliputi saluran tataniaga, fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan, dan menganalisis margin tataniaga, bagian yang diterima masing-masing lembaga tataniaga, dan efisiensi saluran tataniaga kopi di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan sumber data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua pola saluran tataniaga kopi arabika di Kecamatan Lembah Gumanti. Pola 1 yaitu: dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang besar, dan ke konsumen antara (pedagang *roasting*), pola 2 yaitu: dari petani ke koperasi dan ke *coffe shop*. Fungsi-fungsi yang dilakukan masing –masing lembaga adalah petani, yaitu fungsi penjualan, pedagang pengumpul fungsi pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, penanggungan resiko, pembiayaan dan informasi pasar. Fungsi tataniaga pada pedagang besar berupa fungsi pembelian, penjualan, pengangkutan, pengolahan, penyimpanan, penanggungan resiko, pembiayaan, dan informasi pasar. Fungsi tataniaga yang dilakukan koperasi yaitu pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, pengolahan, standarisasi, sortasi, penanggungan resiko, dan pembiayaan. Fungsi tataniaga yang dilakukan *coffe shop* berupa fungsi pembelian. Dari kedua saluran tataniaga, margin tataniaga yang paling tinggi terdapat pada saluran 2 yaitu Rp.79.000/kg dibandingkan margin tataniaga pada pola saluran 1 yaitu Rp.67.000/kg. Sedangkan bagian yang diterima petani yang paling besar adalah pada saluran 2 yaitu sebesar 7,05%. Nilai efisiensi tataniaga (EP) yang paling kecil berdasarkan efisiensi biaya tataniaganya yaitu pada saluran 2 sebesar 3,01%. Maka dari hasil penelitian ini dapat diperoleh kesimpulan saluran tataniaga yang paling efisien adalah saluran 2 karna semakin kecil nilai efisiensi tataniaganya maka semakin efisien saluran tataniaganya. Dari hasil penelitian diatas diharapkan petani dapat mengoptimalkan penjualan pada saluran 2 karena keuntungan petani lebih tinggi.. Hal ini terbukti bahwa harga ditingkat petani pada saluran 2 lebih mahal dari harga ditingkat petani pada saluran 1.

Kata kunci: *kopi arabika, margin, tataniaga.*

MARKETING ANALYSIS OF ARABICA COFFEE (*Coffea arabica*) IN DISTRICT OF LEMBAH GUMANTI SOLOK REGENCY

ABSTRACT

The aims of the research are to describe the marketing system of arabica coffee which includes of the marketing channel, marketing functions performed by each marketing agency, and to analyzed the marketing margin, the benefits received by each marketing agency as well as the efficiency of marketing channel of arabica coffee in research site. The results showed that there are two patterns of marketing channel of arabica coffee in the District of Lembah Gumanti which are: Pattern 1 : farmers local assemblers wholesalers consumers who roasting the coffee; Pattern 2 : farmer—the cooperative the coffe shop. The marketing functions performed by each institution are (a) farmers: selling; (b) local assemblers: purchasing, selling, transporting, storing, risks underwriting and financingl and market information; (c) wholesalers: purchasing, selling, transporting, processing, storaing, risk underwriting, financing, and market information; (d) the cooperatives: purchasing, selling, transporting, storing, processing, standardizing, sorting, underwriting risk, and financing; (e) the coffe shop: purchasing functions. Moreover, the marketing margin of pattern 2 was higher (Rp.79.000 / kg) than the pattern 1 (Rp.67.000 / kg). Furthermore, pattern 2 gave the higher marketing share to the farmers which was 7.05% and also more efficient than pattern 1 that can be seen from the value of marketing efficiency which was lower than pattern 1. Based on findings the farmers should optimize their selling on channel 2 as prices of Arabica coffee in pattern 2 is higher than the price in pattern 1.

Keywords: *arabica coffee, margin, business administration.*

