

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditi unggulan dari sub sektor perkebunan yang ada di Indonesia. Berdasarkan data dari *United States Department of Agriculture* (USDA) tahun 2024, Indonesia menempati peringkat keempat di dunia dalam hal penghasil kopi setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memegang peranan penting, tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi petani tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Indonesia menghasilkan tiga jenis kopi berdasarkan volume produksinya yaitu Robusta, Arabika dan Liberika. Dari berbagai jenis kopi yang dihasilkan, kopi arabika menjadi komoditas utama dunia yang mengalami permintaan yang terus meningkat seiring dengan berkembangnya tren konsumsi kopi (Cahyadi *et al.*, 2021). Kopi arabika merupakan jenis tumbuhan yang berasal dari Etiopia dan Abessinia. Kopi arabika dapat hidup dan tumbuh pada ketinggian 700-1700 meter di atas permukaan laut dan berbuah setahun sekali.

Kopi arabika sebagai salah satu komoditas yang dipasarkan, tidak luput dari pemasaran yang baik. Kopi arabika diharapkan mampu memberikan nilai tambah penerimaan devisa baik bagi negara pada umumnya, maupun untuk daerah sentra produksi khususnya. Kopi arabika di Indonesia dipasarkan dalam bentuk kopi biji, kopi sangrai, kopi bubuk, kopi instan dan bahan makanan lainnya yang mengandung kopi (AAK, 2008).

Sentra produksi kopi arabika di Indonesia yaitu Sumatera Selatan, Bangka Belitung, Lampung, Sumatera Utara, Aceh, Bengkulu dan Jawa Timur. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada tahun 2025, provinsi Sumatera Barat menduduki urutan ke 13 daerah penghasil kopi di Indonesia (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2025). Salah satu kabupaten di Provinsi Sumatera Barat yang menjadi sentra produksi kopi arabika adalah Kabupaten Solok (Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2025) (Lampiran 2). Kabupaten Solok mempunyai potensi dalam produksi kopi arabika yang cukup baik dengan didukung topografi dan ketinggian tempat yang cocok untuk budidaya kopi arabika. Kabupaten Solok memiliki empat belas kecamatan. Salah satu kecamatannya yaitu Kecamatan Payung Sekaki.

Kecamatan Payung Sekaki memiliki tiga Nagari. Nagari Sirukam merupakan salah satu nagari yang terletak di Kecamatan Payung Sekaki yang penduduknya memiliki usahatani kopi arabika. Nagari Sirukam merupakan wilayah perbukitan yang berada pada ketinggian 1.300 mdpl dengan suhu udara rata-rata 16°C. Nagari Sirukam merupakan daerah yang beriklim tropis dan memiliki curah hujan yang cukup tinggi sekitar 2178,0 mm per tahun. Kondisi lahan perkebunan kopi di Nagari Sirukam termasuk kategori ideal untuk pertumbuhan kopi, sesuai dengan pendapat Agustine *et al.*, (2021) kopi jenis arabika tumbuh pada dataran tinggi dengan ketinggian antara 1000-2000 mdpl sedangkan jenis Robusta tumbuh di dataran rendah antara 400-700 mdpl. Di Nagari Sirukam terdapat usaha perkebunan kopi rakyat yaitu kopi arabika, yang dimana para petani membudidayakan kopi arabika tidak hanya karena letak geografis yang cocok untuk budidaya kopi arabika, tetapi juga karena adanya program pemberdayaan dari Dompot Dhuafa yang mendorong pengembangan komoditas kopi arabika di Nagari Sirukam.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang dimana individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginannya melalui kegiatan menciptakan, menawarkan, serta mempertukarkan produk atau sesuatu yang memiliki nilai. Pemasaran berkaitan erat dengan upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan individu melalui proses pertukaran yang saling menguntungkan. (Kotler, 2002).

Pemasaran ekonomi adalah suatu sistem yang mempelajari bagaimana perusahaan menciptakan nilai bagi konsumen dan bagaimana pertukaran nilai tersebut berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Sehingga dapat mencerminkan peran sentral pemasaran dalam mendorong permintaan, meningkatkan daya saing, dan mempercepat penyaluran produk dalam perekonomian.

Pemasaran ceri kopi merupakan proses penyaluran buah kopi segar yang baru dipanen dari tangan petani (produsen) kepada lembaga pemasaran (pembeli) hingga akhirnya diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Mayoritas petani di Nagari Sirukam cenderung untuk langsung menjual hasil panennya dalam bentuk ceri kopi dan langsung menjual kepada lembaga pemasaran (pembeli).

Pendekatan S-C-P (*Structure, Conduct, and Performance*) bertujuan untuk menganalisis pola persaingan dalam suatu pasar, serta bagaimana perilaku pasar memengaruhi kinerja pasar melalui struktur pasar yang ada (Anindita & Baladina, 2024). Pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) dipilih sebagai metode utama untuk menganalisis pemasaran kopi di Nagari Sirukam karena pendekatan mampu memberikan analisis yang detail dan sistematis terhadap dinamika pasar kopi di Nagari Sirukam. Pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) cocok digunakan dalam pemasaran kopi di Nagari Sirukam, yang merupakan salah satu sentra produksi kopi di Kecamatan Payung Sekaki, namun sering kali menghadapi masalah seperti struktur pasar yang tidak efisien, perilaku pasar yang tidak seimbang dan kinerja pemasaran yang belum maksimal. Pendekatan SCP membantu mengidentifikasi apakah struktur ini menyebabkan perilaku tidak adil yang akhirnya mempengaruhi kinerja pasar seperti pendapatan petani yang rendah.

Menurut Soekartawi (2002), untuk melakukan analisis atau organisasi pasar dapat dilakukan dengan model S-C-P (*Structure, Conduct, Performance*). Struktur pasar akan menggambarkan tipe dan jenis pasar tersebut, apakah monopoli, oligopoli, atau persaingan sempurna. Sedangkan perilaku pasar menekankan pada aktivitas bisnis yang dilakukan oleh pelaku pemasaran sehingga akan mempengaruhi margin pemasaran tiap lembaga pemasaran yang tercermin pada kinerja pasar kopi tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, maka perlu mengetahui bagaimana Struktur Pasar, Perilaku Pasar dan Kinerja Pasar pada pasar ceri kopi arabika untuk mengetahui proses pemasaran di Nagari Sirukam Kabupaten Solok.

B. Rumusan Masalah

Kecamatan Payung Sekaki merupakan salah satu daerah penghasil kopi arabika di Kabupaten Solok dengan produksi yang berada pada urutan ke tujuh. Kecamatan Payung Sekaki berkontribusi dalam komoditi kopi arabika di Kabupaten Solok sebesar 4,55%. Luas areal tanaman kopi di Kecamatan Payung Sekaki pada tahun 2023 yaitu 113,50 ha dengan produksi 64,90 ton sedangkan tahun 2024 luas areal tanaman yaitu 115 ha dengan produksi 67,60 ton, sehingga mengalami peningkatan luas lahan sebesar 1,32% (Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok, 2025) (Lampiran 3).

Daerah penghasil kopi arabika di Kecamatan Payung Sekaki yaitu Nagari Sirukam. Petani kopi di Nagari Sirukam pada umumnya memiliki lahan dengan luas rata-rata 0,5 sampai 3 ha (Lampiran 4). Petani kopi di Nagari Sirukam melakukan usahatannya masih berdasarkan pada kebiasaan dan rutinitasnya. Tanaman kopi bukanlah jenis tanaman utama bagi petani atau hanya dianggap sebagai usaha pertanian sampingan.

Petani di Nagari Sirukam Kecamatan Payung Sekaki Kabupaten Solok menjual kopi dalam bentuk ceri, petani menjual ceri kopi secara langsung kepada pelaku usaha (pembeli). Ada beberapa faktor yang mendorong petani memilih untuk menjual langsung ceri kopi setelah panen kepada pelaku usaha (pembeli) yaitu pertama, petani ingin memperoleh uang dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga ataupun usahatani, sehingga penjualan ceri kopi setelah panen menjadi pilihan yang praktis. Kedua, dengan menjual dalam bentuk ceri, petani tidak perlu mengeluarkan tambahan waktu, tenaga, dan biaya untuk melakukan proses pengolahan kopi yang memerlukan beberapa tahapan seperti pengupasan, pencucian, pengeringan hingga penyimpanan. Ketiga, sebagian besar petani tidak memiliki sarana dan prasarana yang memadai untuk mengolah ceri kopi menjadi produk olahan seperti *green bean*.

Petani menjual ceri kopi arabika dengan kisaran harga Rp 11.000 – Rp 13.000/kg. Harga jual ditentukan oleh kualitas ceri yang dijual dan berdasarkan harga pasar, yang dimana untuk petik merah dihargai Rp 13.000/kg sedangkan petik pelangi di hargai Rp11.000-Rp12.000/kg. Saluran distribusi pemasaran ceri kopi yang dipanen petani yaitu petani menjual langsung ke Koperasi Produsen Solok Sirukam atau industri pengolahan (*Molecoel Coffee*, Suka Maju dan Kopi Payuang) dan koperasi atau industri pengolahan mengolah ceri kopi menjadi produk akhir dan dipasarkan langsung ke konsumen.

Petani di Nagari Sirukam mengalami permasalahan pada struktur pasar yaitu terbatasnya jumlah pembeli ceri kopi di Nagari Sirukam. Kondisi ini menyebabkan petani cenderung bergantung pada pembeli tertentu dan petani tidak memiliki kekuatan yang cukup untuk melakukan negosiasi harga dengan pembeli. Dengan sedikitnya alternatif pembeli berdampak pada perilaku pasar yaitu lemahnya posisi tawar petani dalam menentukan harga.

Petani di Nagari Sirukam umumnya berperan sebagai *price taker* (penerima harga), sedangkan harga ceri kopi ditetapkan oleh pembeli berdasarkan kondisi pasar dan kualitas ceri kopi yang dijual petani. Keterbatasan sarana dan prasarana pascapanen juga menyebabkan petani harus segera menjual hasil panennya karena ceri kopi merupakan produk yang mudah membusuk atau mengalami penurunan kualitas.

Permasalahan pada kinerja pasar dalam pemasaran ceri kopi arabika di Nagari Sirukam terlihat dari keuntungan yang lebih banyak diperoleh oleh pembeli atau lembaga pemasaran. Pembeli di Nagari Sirukam tidak menjual dalam bentuk ceri kopi, tetapi pembeli melakukan proses pengolahan terhadap ceri kopi sebelum dijual ke konsumen. Selain itu rendahnya keuntungan yang diterima petani juga berkaitan dengan kualitas ceri kopi yang dihasilkan, yang belum memenuhi standar kualitas pasar. Petani cenderung memanen ceri kopi tidak sesuai dengan GAP (*Good Agriculture Practices*) on coffee, panen biji kopi harus dilakukan pada biji kopi yang sudah matang yang ditandai dengan warna merah. Petani di Nagari Sirukam masih memanen kopi dengan warna yang beragam yaitu petik merah, kuning dan hijau tanpa melakukan sortasi dan juga mengabaikan waktu panen yang tepat.

Untuk mengetahui pemasaran ceri kopi arabika di Nagari Sirukam, diperlukan analisis yang lebih mendalam mengenai keterkaitan antara struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pemasaran. Paradigma SCP digunakan untuk memahami alasan di balik ketidakefisienan pemasaran. Secara khusus, kerangka ini bertujuan untuk mengetahui cara pasar berfungsi dengan baik dan efisien dalam konteks pemasaran dengan pendekatan SCP. Dengan demikian, pendekatan SCP dapat membantu mengidentifikasi hambatan dan peluang dalam pemasaran ceri kopi arabika di daerah ini.

Berdasarkan survei pendahuluan dan penjelasan di atas, masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana struktur pasar, perilaku pasar dan kinerja pemasaran ceri kopi arabika di Nagari Sirukam Kecamatan Payung Sekaki Kabupaten Solok?
2. Bagaimana keterkaitan antara struktur, perilaku dan kinerja pasar ceri kopi arabika dalam pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) di Nagari Sirukam Kecamatan Payung Sekaki Kabupaten Solok?

Dari uraian di atas, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pemasaran Ceri Kopi Arabika Dengan Pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) Di Nagari Sirukam Kecamatan Payung Sekaki Kabupaten Solok”**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis struktur pasar, perilaku pasar dan kinerja pemasaran ceri kopi arabika di Nagari Sirukam Kecamatan Payung Sekaki Kabupaten Solok.
2. Menganalisis hubungan struktur, perilaku dan kinerja pasar ceri kopi arabika di Nagari Sirukam Kecamatan Payung Sekaki Kabupaten Solok.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Memberikan informasi dan masukan kepada pemerintah untuk kebijakan dan program pemasaran kopi arabika dengan pendekatan ekonomi di Kecamatan Payung Sekaki.
2. Memberikan gambaran pelaksanaan pemasaran dengan pendekatan ekonomi komoditi kopi arabika kepada petani dan pedagang di Kecamatan Payung Sekaki.