

**ANALISIS TATANIAGA KOPI ARABIKA (*Coffee Arabica*)
JAVA IJEN-RAUNG DI KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI



Oleh :

FIRMAN RESTU HIKMATULLAH

NIM: 16510056

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK

IBRAHIM MALANG

2020

**ANALISIS TATANIAGA KOPI ARABIKA (*Coffee Arabica*)
JAVA IJEN-RAUNG DI KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh :

FIRMAN RESTU HIKMATULLAH

NIM: 16510056

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS TATANIAGA KOPI ARABIKA (*Coffee Arabica*) JAVA IJEN
RAUNG DI KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Oleh :

**FIRMAN RESTU HIKMATULLAH
NIM: 16510056**

Telah Disetujui, 10 Maret 2020

Dosen Pembimbing,

**Dr. Ir. H. Masyhuri, MP
NIDN: 0725066501**

Mengetahui:

Ketua Jurusan,

**Drs. Agus Sucipto, MM., CRA.
NIP. 196708162003121001**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS TATANIAGA KOPI ARABIKA (*Coffee Arabica*) JAVA IJEN
RAUNG DI KABUPATEN BONDOWOSO

SKRIPSI

Oleh :

FIRMAN RESTU HIKMATULLAH
NIM: 16510056

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada Tanggal 6 April 2020

Susunan Dosen Penguji,	Tanda Tangan
1. Ketua Penguji <u>Yayuk Sri Rahayu, SE., MM</u> : NIP: 19770826 200801 2 011	()
2. Sekertaris/ Pembimbing <u>Dr. Ir. H. Masyhuri, MP</u> : NIDN: 0725066501	()
3. Penguji Utama <u>M. Fathkur Rozi, SE., MM</u> : NIP: 19760118 200901 1 003	()

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

Drs. Agus Sucipto, MM., CRA.
NIP. 196708162003121001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firman Restu Hikmatullah
NIM : 16510056
Alamat : Jl. Mangli Timur, Pujer - Bondowoso
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

“ANALISIS TATANIAGA KOPI ARABIKA (*Coffee Arabica*) JAVA IJEN RAUNG DI KABUPATEN BONDOWOSO”

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 6 April 2020

Hormat saya,




Firman Restu Hikmatullah
NIM: 16510056

Halaman Persembahan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ananda Firman persembahkan untuk Ibu & Bapak yang telah memberi kesempatan dan kepercayaan kepada Ananda untuk menimba ilmu di tempat yang cukup jauh dari tempat keluarga tinggal. Kepada Ibu, Ananda tidak akan pernah mengkhianati tetesan air mata ibu yang membesarkan Ananda dalam dekapan do'a kasih sayang. Begitu pula Bapak, Ananda tidak akan pernah mengkhianati tetesan keringat Bapak yang mencukupi kebutuhan Ananda dalam peluhnya dunia. Jauh Ananda menimba ilmu berharap pulang membawakan jannah kepada Ibu & Bapak melalui ilmu yang bermanfaat yang telah Ananda dapat. Aamiin...

MOTTO

العلم بالتعلم والمنفعة بالطاعة والبركة بالخدمة

**“PENGETAHUAN DIPEROLEH DENGAN CARA BELAJAR,
ILMU MANFAAT DIPEROLEH DENGAN TA’AT,
DAN BAROKAH DENGAN CARA KHIDMAT”**

***Ilmu Tidak Akan diperoleh dengan SANTAI.**

**“ISTIRAHATKAN DIRIMU DARI MENGATUR URUSANMU, KARENA
SEGALA YANG TELAH DIURUS OLEH SELAINMU, TAK PERLU
ENGAU TURUT MENGURUSNYA.”**

***Al Hikam (Ibnu Atha'illah as-Sakandari)**

**“HIDUP SEKALI, JANGAN TINGGALKAN NAMA HANYA DI
BATU NISAN. TAPI, TINGGALKANLAH KARYA TULISAN”**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, atas puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Analisis Tataniaga Kopi Arabika (*Coffee Arabica*) Java Ijen-Raung Di Kabupaten Bondowoso”.

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafa’atnya di *Yaumul Qiyamah*. *Amiin*.

Penulis menyadari bahwa penyusunan SKRIPSI ini tidak akan berhasil terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan dan dukungan baik berupa moral, materil maupun spiritual dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Abd Haris, M.Ag, selaku Rektor UIN MALIKI Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN MALIKI Malang.
3. Bapak Drs. Agus Sucipto, MM., CRA, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN MALIKI Malang.
4. Bapak Dr. Ir. H. Masyhuri, MP, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, saran serta kesabaran dan ketulusan dari awal hingga akhir proses penulisan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi UIN MALIKI Malang yang telah memberikan ilmunya dengan tulus dan ikhlas.
6. Semua orang di Badan Perencanaan dan Pembangunan (BAPPEDA) Kabupaten Bondowoso atas kesediannya dalam membantu penelitian ini.
7. Bapak Chandra, selaku Ketua Kelompok Tani Desa Sukorejo Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.

8. Ibu, Bapak serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spiritual.
9. Teman-teman Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.
10. Teman-teman Kontrakan Villa Bukit Tidar yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.
11. Dan seluruh pihak lain yang telah membantu hingga tersusunnya laporan ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh Karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif demi kesempurnaan tulisan ini. Penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak .Amiin.

Malang, 6 April 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUT DEPAN	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	x
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xiv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Bahasa Arab).....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Masalah.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis.....	15
2.2.1 Konsep Tataniaga.....	15
2.2.2 Lembaga Tataniaga.....	16
2.2.3 Marjin Tataniaga dan Efisiensi Tataniaga.....	17
2.2.4 Saluran Tataniaga.....	18
2.2.4.1 Definisi Saluran Tataniaga.....	18
2.2.4.2 Model-model Saluran Tataniaga.....	19
2.2.4.3 Saluran Tataniaga Perspektif Islam.....	19
2.2.5 Pengembangan Kawasan dengan Konsep Agropolitan.....	20
2.2.6 Pengembangan Kawasan Agropolitan dalam Islam.....	21
2.3 Kerangka Konseptual.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24
3.2 Lokasi Penelitian.....	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5 Data dan Jenis Data.....	28

3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Definisi Operasional	29
3.8 Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Kondisi Geografis Kabupaten Bondowoso	40
4.1.2 Kondisi Administrasi Pemerintahan	42
4.1.3 Pengembangan Wilayah Kabupaten Bondowoso.....	42
4.1.4 Kebijakan Pengembangan Kawasan Agropolitan	44
4.1.5 Deskripsi Penelitian	45
4.1.5.1 Analisis Nilai Tambah Komoditas Kopi	45
4.1.5.2 Analisis Tingkat Penjualan Kopi.....	47
4.1.5.3 Analisis Karakteristik Responden	48
4.1.6 Analisis Data.....	50
4.1.6.1 Analisis Biaya Pemasaran	50
4.1.6.2 Analisis Keuntungan Lembaga Tataniaga.....	53
4.1.6.3 Analisis SWOT	54
4.2 Pembahasan	59
4.2.1 Analisis Saluran Tataniaga.....	59
4.2.2 Analisis Marjin Tataniaga	60
4.2.3 Analisis Efisiensi Tataniaga	62
4.2.4 Strategi Keberlanjutan Pengembangan Kawasan Agropolitan	63
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Komoditas Unggulan dan Pendukung Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	1
Tabel 1.2 Luas Areal Dan Produksi Kopi Arabika Tahun 2018	2
Tabel 1.3 Data Luas Areal, Produksi Tanaman Kopi Arabika Kabupaten Bondowoso Menurut Kecamatan Tahun 2018.....	3
Tabel 2.1 Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Data GAPOKTAN (Gabungan Kelompok Tani) Kopi Arabika Kecamatan Sumberwringin	27
Tabel 3.2 Model Analisis SWOT	35
Tabel 3.3 Matriks SWOT Kearns.....	36
Tabel 3.4 Pembobotan dalam Analisis SWOT (IFAS/EFAS)	38
Tabel 4.1 Peningkatan Nilai Tambah Komoditas Kopi Rakyat di Kecamatan Sumberwringin Tahun 2009-2019	46
Tabel 4.2 Analisis Tingkat Penjualan Kopi Produsen/Petani Kopi Arabika Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	47
Tabel 4.3 Responden Petani yang Menjual dan Menyimpan Kopi Arabika di Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Petani Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Pedagang Kecil Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	49
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Pedagang Besar Kopi Arabika Kabupaten Bondowoso Tahun 2019	49
Tabel 4.7 Rata-rata Harga Jual Kopi Arabika Oleh Petani Kopi Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	50

Tabel 4.8	Biaya Pemasaran Responden Pedagang Kecil Kopi Arabika per Kg Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	51
Tabel 4.9	Biaya Pemasaran Responden Pedagang Besar Kopi Arabika per Kg Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	52
Tabel 4.10	Biaya Pemasaran Responden <i>Ekspor</i> Kopi Arabika per Kg Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	52
Tabel 4.11	Harga Beli dan Harga Jual Setiap Lembaga Tataniaga Kopi Arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	53
Tabel 4.12	Analisis Keuntungan Lembaga Tataniaga Kopi arabika Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	54
Tabel 4.13	Matrik Faktor internal dan Eksternal pada Analisis Swot	57
Tabel 4.14	Arah Penjualan Responden Petani Kopi Arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019	60
Tabel 4.15	Analisis Marjin Pemasaran Lembaga Tataniaga Kopi Arabika per Kg di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	61
Tabel 4.16	Analisis Marjin Keuntungan Lembaga Tataniaga Kopi Arabika per Kg Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	61
Tabel 4.17	Analisis Efisiensi tataniaga Lembaga Tataniaga Kopi Arabika Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.....	62
Tabel 4.18	Analisis Saluran Tataniaga Kopi Arabika per Kg Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data Pada Metode Interaktif.....	31
Gambar 3.2 Kuadran dalam Analisis SWOT	38
Gambar 4.1 Peta Letak Geografis Kabupaten Bondowoso.....	40
Gambar 4.2 Wilayah Administrasi Kabupaten Bondowoso	41
Gambar 4.3 Peta Sebaran Kawasan Strategis Ekonomi Kabupaten Bondowoso.....	43
Gambar 4.4 Roadmap Pengembangan Kawasan Agropolitan Bondowoso.....	44
Gambar 4.5 Kuadran Hasil Perhitungan Matrik SWOT	58
Gambar 4.6 Bagan Model/Pola Saluran Tataniaga Kopi Arabika Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso.....	59
Gambar 4.7 Desain Strategi Keberlanjutan Pengembangan Kawasan Agropolitan.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Penjabaran Teknik Pengumpulan Data
- Lampiran 2 Panduan Kuesioner Petani dan Lembaga Tataniaga
- Lampiran 3 Hasil Wawancara
- Lampiran 4 Hasil FGD (*Focus Grup Discussion*) dan Wawancara Mendalam (*indepth interview*)
- Lampiran 5 Perhitungan Pembobotan SWOT
- Lampiran 6 Perhitungan Skoring SWOT
- Lampiran 7 Perhitungan Akhir SWOT
- Lampiran 8 Biodata Peneliti
- Lampiran 9 Bukti Konsultasi
- Lampiran 10 Dokumentasi Foto
- Lampiran 11 Hasil Pengolahan Kuesioner oleh Petani
- Lampiran 12 Hasil Pengolahan Kuesioner oleh Lembaga Tataniaga
- Lampiran 13 Jurnal Skripsi
- Lampiran 14 Cek *Plagiarism* / kemiripan skripsi

ABSTRAK

Hikmatullah, Firman Restu. 2020. Analisis Tataniaga Kopi Arabika (*Coffee Arabica*) Java Ijen-Raung Di Kabupaten Bondowoso. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Dr.Ir. H. Masyhuri, MP.

Kata Kunci : Saluran Tataniaga, Marjin Tataniaga, Efisiensi Tataniaga, Pengembangan Kawasan, Agropolitan.

Penelitian mengenai “Analisis Tataniaga Kopi Arabika (*Coffee Arabica*) Java Ijen-Raung di Kabupaten Bondowoso” telah dilaksanakan selama 6 bulan terhitung dari Oktober 2019 hingga Maret 2020. Adapun fokus penelitian yang diamati yaitu: (1) mengetahui pola saluran tataniaga kopi di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso; (2) mengetahui efisiensi tataniaga kopi arabika pada masing-masing pola saluran tataniaga di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso; (3) merumuskan rekomendasi strategi keberlanjutan pengembangan kopi di kawasan agropolitan Kabupaten Bondowoso.

Metode analisis data yang digunakan adalah: (1) *Interactive model analysis*; (2) analisis efisiensi tataniaga, analisis marjin tataniaga, *market share* dan distribusi marjin; (3) Analisis SWOT menggunakan metode FGD (*Focus Grup Discussion*) dan wawancara mendalam (*indepth interview*). Hasil penelitian didapatkan diantaranya: (1) saluran tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso terdapat 2 saluran tataniaga yaitu : 1) saluran tingkat 2 (Produsen → Pedagang Besar → *Eksportir*), 2) Saluran tingkat 3 (Produsen → Pedagang Kecil → Pedagang Besar → *Eksportir*) ; (2) nilai marjin tertinggi lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin adalah pedagang kecil sebesar Rp. 3.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 2.625. (3) nilai efisiensi lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin adalah < 1 yang merupakan efisien dan pola saluran tingkat 2 merupakan yang terefisien karena biaya yang dikeluarkan kecil dan marjinya besar; (4) hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Pengembangan Kawasan Agropolitan Kabupaten Bondowoso mulai tahun 2009 hingga tahun 2019 telah memberikan dampak terhadap: peningkatan produksi kopi, peningkatan nilai tambah kopi (21,67 % - 100 %) dan tingkat penjualan kopi; (5) strategi keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan direkomendasikan melalui peningkatan kualitas produk kopi, pengembangan pariwisata kawasan agropolitan dan peningkatan akses petani pada lembaga keuangan.

ABSTRACT

Hikmatullah, Firman Restu. 2020. Title. Analisis Tataniaga Kopi Arabika (*Coffee Arabica*) Java Ijen-Raung di Kabupaten Bondowoso. *Thesis, Department Of Management, Faculty Of Economics, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.*

Supervisor : Dr. Ir. H. Masyhuri, MP.

Keywords : *Trading System Channels, Trading Efficiency, Regional Development, Agropolitan.*

The Research on “ Analisis Tataniaga Kopi Arabika (Coffee Arabica) Java Ijen-Raung di Kabupaten Bondowoso ” has been held for six months from October 2019 to March 2020. The focus of this research is (1) Knowing the pattern of coffee trading channels in Sumberwringin sub-district, Bondowoso regency; (2) Knowing the efficiency of Arabica coffee trading in each trading channel pattern in Sumberwringin sub-district, Bondowoso Regency; (3) Formulating recommendations for a coffee development sustainability strategy in the agropolitan area of Bondowoso Regency.

Data analysis methods used are : (1) Interactive model analysis; (2) analysis of the trading efficiency, analysis of the trading margins, market share, and margin distribution ; (3) SWOT analysis uses FGD (Focus Grup Discussion) method and in-depth interview. Research result obtained include: (1) there are 2 Arabica coffee trading system channels in Sumberwringin sub-District, Bondowoso Regency, namely: 1) channel level 2 (Manufacturers -> Wholesale merchant -> exporter), 2) channel level 3 (Manufacturers -> Retail merchant -> Wholesale merchant -> exporters) ; (2) the highest margin value of the Arabica Coffee trading institution in Sumberwringin sub-district is a Retail merchant amounting of 3,000 IDR with a profit of 2,625 IDR. (3) The efficiency value of Arabica coffee trading institutions in Sumberwringin sub-district is <1 which is efficient and the level 2 channel is the most efficient because the costs are small and the margin is large; (4) SWOT analysis result show that the development of the Bondowoso regency agropolitan area began in 2009 to 2019 has had an impact on: increased coffee production, increased coffee added value (21,67% - 100%) and level of coffee sales; (5) The sustainable strategy for developing agropolitan areas is recommended through improving the quality of coffee products, the development of agropolitan area tourism and increased farmer access to financial institutions.

مستخلص

حكمة الله، فرمان رستو. ٢٠٢٠. تحليل نظام التجارة قهوة أرابيكا (*Coffe Arabica*) جاوا إيجين راوونج في محافظة بندووسو. البحث العلمي في قسم الإدارة في كلية الاقتصادية في الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا ملك إبراهيم مالانج.

المشرف : الدكتور الحاج مشهوري الماجستير.

الكلمة المفتاحية : قناة نظام التجارة، هامش نظام التجارة، كفاءة نظام التجارة، تطوير النطاق الزراعي.

تم إجراء البحث العلمي حول "تحليل نظام التجارة قهوة أرابيكا (*Coffe Arabica*) جاوا إيجين راوونج في محافظة بندووسو لمدة ٦ أشهر من أكتوبر ٢٠١٩ إلى مارس ٢٠٢٠. وقد تم التركيز على البحث كما يلي: (١) معرفة نمط قنوات نظام التجارة القهوية في منطقة سومباروريغين بندووسو. (٢) معرفة كفاءة نظام التجارة قهوة أرابيكا في كل نمط قناة تجارية في منطقة سومباروريغين بندووسو؛ (٣) صياغة توصيات لاستراتيجية استدامة تطوير القهوة في منطقة سومباروريغين بندووسو الزراعية.

الطرق المستخدمة في تحليل البيانات هي: (١) تحليل النموذج التفاعلي. (٢) تحليل كفاءة نظام التجارة وتحليل هامش نظام التجارة وحصص السوق وتوزيع الهامش. (٣) تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والأخطار (SWOT) باستخدام FGD (مناقشات مجموعة التركيز) والمقابلات المتعمقة (المقابلات المتعمقة). تتضمن النتائج التي تم الحصول عليها ما يلي: (١) قناة نظام التجارة قهوة أرابيكا في منطقة سومباروريغين بندووسو هناك قناتان لنظام التجارة ، وهما: (١) مستوى القناة ٢ (الشركة المصنعة - تاجر كبير - مصدر) ، (٢) مستوى القناة ٣ (الشركة المصنعة - تاجر صغير - تاجر كبير - المصدر) ؛ (٢) أعلى قيمة لهامش مؤسسات نظام التجارة

قهوة أرابيكا في منطقة سومباروريغين هي صغار المتداولين الذين يبلغون ٣٠٠٠ روبية مع ربح ٢،٦٢٥ روبية. (٣) قيمة كفاءة مؤسسات أرابيكا لتجارة القهوة في منطقة سومباروريغين أقل من ١ وهي فعالة ونمط القناة من المستوى ٢ هو الأكثر كفاءة لأن التكاليف المتكبدة صغيرة والهوامش كبيرة ؛ (٤) تظهر نتائج تحليل SWOT أن تطوير منطقة سومباروريغين يندووسو الزراعية من ٢٠٠٩ إلى ٢٠١٩ كان له تأثير على: زيادة إنتاج القهوة ، وزيادة القيمة المضافة للقهوة (٢١,٦٧٪ - ١٠٠٪) ومستوى مبيعات القهوة ؛ (٥) يوصى باستراتيجية التنمية المستدامة للمنطقة الزراعية من خلال تحسين جودة منتجات القهوة ، وتطوير السياحة في المنطقة الزراعية وزيادة وصول المزارعين إلى المؤسسات المالية.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan komoditi unggulan yang sangat prospektif di Kabupaten Bondowoso. Luas daerah Kabupaten Bondowoso 48 % adalah perbukitan dengan ketinggian 500 mdpl sampai diatas 1000 mdpl, artinya dataran tinggi di Kabupaten Bondowoso sangat potensial sebagai perkebunan penghasil kopi. Hasil kopi rakyat Bondowoso mampu menembus pasar ekspor ke Eropa setelah mendapat dukungan penuh dari Pemerintah Daerah (PEMKAB) Bondowoso, salah satunya adalah kopi arabika sebagai kopi unggulan. Luas areal kopi di Kabupaten Bondowoso per tahun 2018 adalah 5243 hektar dengan dua jenis kopi yang dikembangkan yaitu kopi arabika dan kopi robusta. (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bondowoso, 2019)

Di samping itu, komoditas unggulan Kabupaten Bondowoso juga memiliki komoditas pendukung yang dapat dikembangkan seperti durian, alpukat, strawberry, kubis, makadamia dan ikan air tawar. Namun demikian prioritas pengembangan agribisnis melalui program pemerintah di kawasan agropolitan sejak tahun 2009 difokuskan pada pengembangan kopi rakyat.

Tabel 1.1
Komoditas Unggulan dan Pendukung Kabupaten Bondowoso
Tahun 2019

No	Kecamatan	Komoditas	
		Unggulan	Pendukung
1	Sumberwringin	Kopi	Durian, Alpukat, Kubis dan Ikan Tawar.
2	Sempol	Kopi	Alpukat, Strawberry, Makadamia dan Kubis.
3	Tlogosari	Kopi	Durian, Alpukat dan Kubis.
4	Sukosari	Kopi	Alpukat dan Kubis.

Sumber : Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bondowoso, 2019

Pengembangan konsep agropolitan bermaksud untuk mendorong pengembangan potensi sektor pertanian yang modern dan terintegrasi dengan usaha

lain sehingga dapat menjadi penggerak perekonomian di kawasan tersebut dengan berbasis potensi lokal. Sedangkan tujuan dari pengembangan kawasan agropolitan adalah untuk meningkatkan produktivitas komoditas pertanian, meningkatkan kualitas SDM pertanian, mengembangkan usaha pengolahan pertanian untuk mendapatkan nilai tambah produk, mengembangkan sistem usaha agribisnis yang mandiri dan berkelanjutan, meningkatkan sarana prasarana wilayah untuk mendukung kawasan agropolitan serta meningkatkan kerjasama sektor pertanian dengan sektor lainnya (perdagangan, industri dan pariwisata). Adapun saat ini konsep agribisnis bertumpu kepada komoditas unggulan kopi. (Dinas Pertanian Kabupaten Bondowoso, 2019)

Tabel 1.2
Luas Areal Dan Produksi Kopi Arabika Tahun 2018

No.	Kabupaten	Luas (Ha)	Produksi (Ton)
1	Kab. Bondowoso	5243	4105
2	Kab. Situbondo	761	642
3	Kab. Jember	753	489

Sumber : Kementerian Pertanian 2018, data diolah peneliti.

Berdasarkan Tabel 1.2 diantara kabupaten di Jawa Timur, Kabupaten Bondowoso mempunyai produktivitas kopi arabika tertinggi jika dibandingkan dengan Kabupaten lain di Jawa Timur, yaitu menghasilkan kopi sebesar 4.105 Ton/tahun. Kopi arabika Kabupaten Bondowoso dikenal dengan nama kopi arabika java ijen-raung, karena letaknya yang berada di lereng pegunungan ijen dan raung. Kopi arabika Kabupaten Bondowoso mendapatkan sertifikasi perlindungan indikasi *geografis* (IG) pada bulan November dari Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) kepada Kepala Dinas Pertanian Provinsi Jawa Timur. Sertifikasi perlindungan tersebut dapat melindungi produk kopi arabika unggulan yang dibudidayakan petani Kabupaten Bondowoso dan menambah nilai jual kopi arabika di pasaran terutama di pasar luar negeri.

Tabel 1.3
Data Luas Areal, Produksi Tanaman Kopi Arabika Kabupaten Bondowoso
Menurut Kecamatan
Tahun 2018

No.	Kecamatan	Luas (Ha)	Produksi (Ton)
1	Sumber Wringin	4405,00	962,00
2	Ijen	1575,00	230,00
3	Botolinggo	612,00	156,80
4	Maesan	503,00	117,00
5	Cermee	263,00	81,20
6	Pakem	115,00	24,00
7	Tlogosari	100,00	16,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso 2019, data diolah peneliti.

Berdasarkan Tabel 1.3 sentra produksi kopi arabika di Kabupaten Bondowoso tersebar di tujuh kecamatan yaitu Sumber Wringin, Ijen, Botolinggo, Maesan, Cermee, Pakem dan Tlogosari. Sentra produksi terluas terletak di Kecamatan Sumber Wringin dengan luas 4405 Ha dan produksi kopi sebanyak 962 ton/tahun yang merupakan produktivitas kopi paling baik diantara kecamatan yang lain. Sedangkan luas wilayah terkecil adalah Kecamatan Tlogosari dengan luas 100 Ha dan produksi kopi sebanyak 16 Ton/tahun.

Salah satu pembangunan ekonomi dengan konsep kewilayahan yang diarahkan untuk *growth center* adalah konsep agropolitan yang diperkenalkan oleh Douglass dan Friedman pada tahun 1975 (Pranoto dkk,2006). Konsep agropolitan merupakan konsep pembangunan dengan pendekatan pembangunan perdesaan yang bertumpu pada potensi wilayah untuk meminimalisir ketergantungan desa terhadap kota. Wilayah agropolitan lebih mengutamakan pengembangan sektor pertanian dan pengelolaan sumberdaya alam yang merupakan mata pencaharian utama masyarakat perdesaan. Sejak tahun 2005, Kabupaten Bondowoso ditetapkan menjadi salah satu Kabupaten Tertinggal dan Kabupaten Miskin di Provinsi Jawa Timur oleh Menteri Negara Pembangunan Daerah Tertinggal. Salah satu upaya penanganan sebagai kabupaten tertinggal dan miskin, pada tahun 2009 Pemerintah Kabupaten Bondowoso menetapkan kebijakan pengembangan kawasan agropolitan

untuk menggali potensi komoditas unggulan pertanian melalui Surat Keputusan Bupati Bondowoso No. 650/730/430.42/2009. Penetapan kebijakan pengembangan kawasan Agropolitan didasari oleh adanya kesesuaian karakteristik yang dimiliki Kabupaten Bondowoso untuk pengembangan sektor pertanian, kehutanan, perkebunan, pertanian hortikultura, pertanian tanaman pangan, peternakan dan perikanan air tawar. Konsep agropolitan difokuskan pada pembangunan ekonomi pedesaan yang mandiri untuk mengoptimalkan potensi lokal dan pengembangan kegiatan ekonomi berbasis agraris dengan komoditas unggulan kopi rakyat. Kebijakan ini didukung oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur dengan ditetapkannya Kabupaten Bondowoso sebagai lokasi pengembangan kawasan agropolitan di Jawa Timur melalui surat Gubernur Jawa Timur No.520/1600/202.2.2010.

Pemerintah Kabupaten Bondowoso setiap tahunnya selalu memperluas lahan areal kopi, baik kopi arabika maupun robusta. Adapun komoditi yang diprioritaskan pengembangannya di Kabupaten Bondowoso adalah kopi arabika. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk pertimbangan pemerintah daerah bahwa kopi arabika termasuk salah satu komoditas unggulan baik lokal, regional maupun nasional. Oleh karena itu, dibentuklah Peraturan Daerah Kabupaten Bondowoso tentang RTRW Kabupaten Bondowoso tahun 2011-2031 mengenai pengembangan kawasan agropolitan khususnya komoditas kopi (Dinas Pertanian Kabupaten Bondowoso, 2019).

Berdasarkan studi pendahuluan pada 4 Oktober 2019 yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode wawancara dengan Bapak Chandra selaku Ketua Kelompok Tani Desa Sukorejo menyatakan tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso, terdapat beberapa saluran tataniaga sebagaimana yang diungkapkan berikut ini :

“Saluran tataniaga kopi arabika disini terdiri dari petani kopi selaku produsen dan juga melibatkan beberapa lembaga tataniaga didalamnya, diantaranya pedagang kecil, pedagang besar sampai eksportir.”

Kotler (2013), menjelaskan saluran tataniaga merupakan serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk

dan status kepemilikannya dari produsen sampai ke konsumen. Sedangkan lembaga tataniaga adalah badan-badan tataniaga yang melakukan kegiatan atau fungsi tataniaga. Lembaga tataniaga ini dalam melakukan kegiatannya masing-masing akan menciptakan nilai guna (*utility*) kopi. Lembaga tataniaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga tersebut akan dapat mempengaruhi marjin tataniaga dan efisiensi saluran tataniaga yang mereka gunakan.

Marjin tataniaga menurut Sudiyono (2002) adalah selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Sedangkan efisiensi saluran tataniaga merupakan selisih atau nisbah antara biaya pengeluaran produk dibagi dengan nilai produk, dimana jika hasil efisiensi <1 maka lembaga tataniaga tersebut efisien sebaliknya jika >1 maka tidak efisien.

Berdasarkan data penjualan yang didapatkan peneliti dari wawancara dengan Bapak Abdul Latif sebagai responden petani kopi arabika setiap tahunnya selalu mengalami *fluktuasi* harga baik di petani selaku produsen maupun lembaga tataniaganya, rata-rata pertahun mengalami penurunan sekitar 250 kg dan menurun dari harga Rp. 9000 – Rp. 11.000, kontinuitas penawaran yang cenderung tidak stabil membutuhkan penanganan yang lebih baik. Masih adanya petani yang menjual kopi dalam kondisi segar (gelondongan) saat memasuki masa panen yang mengakibatkan pendapatan rendah karena harganya sangat murah, sehingga para petani menjual hasil panennya dengan sistem tebasan, karena dianggap memudahkan petani memasarkan hasil panennya. Dalam hal ini dibutuhkan sebuah system kelembagaan ekonomi yang mampu mengatur ketersediaan produk dilapangan dan menjaga harga agar tidak terjadi *fluktuasi*. Sebagaimana kutipan wawancara dengan Bapak Abdul Latif sebagai berikut :

Permasalahan yang sering kali muncul itu masalah fluktuasi harga kopi. Pada saat musim raya, harga kopi cenderung turun serta kualitas yang dihasilkan tidak stabil. Selain harga kopi menjadi rendah sampai-sampai petani menjual dengan sistem tebasan atau gelondongan karena petani butuh uang mendesak. Mungkin pemerintah perlu membantu kelompok tani membentuk koperasi khusus untuk menangani stok kopi pada saat melimpah atau saat petani butuh dana sementara kopi belum siap panen. Bisa juga dengan BUMD yang melayani resi gudang kopi. Jadi harga tidak fluktuatif, maksudnya harga nggak langsung jatuh dan petani mendapat jaminan. Nah sampai sekarang belum ada.

Hal tersebut membuktikan bahwa sistem tataniaga kopi arabika java ijen-raung serta PERDA tentang RTRW pengembangan kopi arabika belum berjalan baik. Oleh karena itu, peneliti merumuskan rekomendasi strategi yang tepat dalam pengembangan kopi arabika di kawasan agropolitan Kecamatan Sumberwringin. Sejalan dengan penelitian oleh Pranoto dkk (2006), terungkap bahwa pembangunan agropolitan berkelanjutan akan terwujud apabila pengembangan diarahkan dengan tujuan konservasi sumberdaya alam, pengembangan agrobisnis dan agroindustri, peningkatan sinergi pembangunan antar wilayah, peningkatan kesempatan berusaha dan pengembangan iklim usaha dengan memperhatikan potensi spesifik kawasan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka ada beberapa alasan penelitian ini menarik untuk diteliti. Pertama, di *launching*-nya brand Bondowoso republik kopi oleh PEMKAB Bondowoso tanggal 22 mei 2016 yang saat ini menjadi bahan pembicaraan banyak orang, terutama masyarakat Kabupaten Bondowoso. Kedua, Kopi Arabika Java Ijen-Raung yang merupakan komoditas produk unggulan kopi di Kabupaten Bondowoso. Ketiga, adanya kendala-kendala yang dialami oleh petani dalam pengembangan dan tataniaga komoditas produk kopi arabika dalam hal efisiensi tataniaga dan pengembangan *agropolitan* kopi arabika. Oleh karena itu, peneliti melakukan fokus penelitian berjudul “**Analisis Tataniaga Kopi Arabika (*Coffee Arabika*) Java Ijen-Raung di Kabupaten Bondowoso**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran tataniaga kopi arabika java ijen-raung di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso ?
2. Bagaimana efisiensi tataniaga kopi arabika java ijen-raung pada masing-masing saluran tataniaga di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso ?
3. Bagaimana strategi keberlanjutan pengembangan kopi di Kabupaten Bondowoso ?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang dipaparkan di atas, maka tujuan pokok dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui saluran tataniaga kopi arabika java ijen-raung di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso.
2. Untuk mengetahui efisiensi tataniaga kopi arabika java ijen-raung pada masing-masing saluran tataniaga di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso.
3. Untuk merumuskan rekomendasi strategi keberlanjutan pengembangan kopi di kawasan agropolitan Kabupaten Bondowoso.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kontribusi Teoritis

Hasil Penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang efisiensi tataniaga kopi arabika dan strategi keberlanjutan pengembangan kopi di Kabupaten Bondowoso.

2. Kontribusi Praktis

- a. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi pemerintah daerah dalam mengambil kebijakan untuk menentukan strategi terbaik bagi kelanjutan pengembangan kopi arabika.
- b. Bagi peneliti lain hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan dan masukan pemikiran baru bagi akademisi lainnya untuk dilakukan penelitian yang sebangun dengan fokus yang berbeda.
- c. Bagi petani dan pelaku usaha agribisnis, hasil penelitian dapat memberikan gambaran dan menambah informasi pengetahuan para petani khususnya petani kopi arabika dalam meningkatkan usahatani sehingga petani dapat meningkatkan kegiatan ekonominya dengan lebih terarah.
- d. *Output* penelitian ini berupa artikel yang akan diterbitkan pada jurnal *Iqtishoduna*

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak lepas dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, sehingga peneliti menjadikan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian. Penelitian yang menjadi rujukan diantaranya sebagai berikut :

1. Nelli Cahya Mitra, Evita Soliha Hani, Triana Dewi Hapsari (2015)

Penelitian yang berjudul “Analisis Peluang Pilihan Saluran Pemasaran Kopi Rakyat Di Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember”. Adapun fokus penelitian yang diamati dalam penelitian ini yaitu: (1) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi peluang pilihan saluran pemasaran kopi rakyat; (2) mengetahui efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran kopi rakyat. Alat analisis data yang digunakan adalah: (1) efisiensi marjin pemasaran dan (2) analisis logit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) faktor yang berpengaruh adalah luas lahan, pendapatan dan penguasaan lahan; (2) marjin pemasaran saluran pemasaran 1 (petani → tengkulak → pedagang pengecer → konsumen) adalah Rp 2.322, sedangkan saluran pemasaran 2 (petani → tengkulak → pedagang besar → *eksportir*) adalah Rp 3.074 dan saluran pemasaran yang lebih efisien adalah saluran pemasaran 1.

2. Muhammad Fikri Hibatullah (2016)

Penelitian dengan judul “Analisis Model Pemasaran Kacang Shanghai (Studi Pada Perusahaan Gangsar *Snack And Food* Tulungagung)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui model pemasaran kacang sanghai. Alat analisis yang digunakan adalah rumus efisiensi dan marjin pemasaran. Metode pengambilan menggunakan *Snowball Sampling* dengan mengambil 33 sampel lembaga pemasaran. Hasil penelitian mengungkapkan terdapat 3 lembaga saluran pemasaran, dinamisasi harga tidak terlampaui jauh jaraknya sekitar 1% hal ini menandakan efisien dan merata dikarenakan *share* keuntungan masing-masing lembaga pemasaran mencapai 10 %, struktur pasar yang digunakan adalah struktur monopsoni.

3. Dewina Widyaningtyas, Sugeng Raharto dan Titin Agustina (2014)

Jurnal penelitian yang berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika di Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember”. Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui saluran pemasaran dan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran kopi arabika di Desa Karangpring; (2) mengetahui struktur, perilaku dan keragaman pasar dalam pemasaran kopi arabika. Metode analisis data yang digunakan adalah (1) metode deskriptif dan (2) analisis margin pemasaran, *market share*, distribusi margin dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian didapatkan diantaranya: (1) saluran pemasaran kopi arabika di Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember terdiri dari lima saluran pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat terdiri dari petani, tengkulak, pedagang pengumpul desa, pedagang besar, pedagang provinsi (UD. Wijaya), *eksportir* (PT Indokom Citra Persada), dan konsumen/*trader*. (2) Fungsi-fungsi pemasaran tidak sepenuhnya dilakukan oleh masing-masing Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kopi arabika. (3) Struktur pasar dalam pemasaran kopi arabika yaitu; struktur pasar oligopsoni, (4) Perilaku pasar dalam pemasaran kopi arabika dari masing-masing kriteria dapat disimpulkan perilaku pasar; kopi arabika tidak baik karena praktek penentuan harga kopi arabika didominasi oleh pedagang perantara, biaya pemasaran tidak seragam, penentuan harga tidak jujur, tidak adanya intervensi pemerintah dalam hal kebijakan harga, (5) Keragaman pasar kopi arabika dari masing-masing kriteria tidak baik karena margin pemasaran relatif besar, distribusi margin tidak merata, dan efisiensi pemasaran kecil. Sehingga dapat disimpulkan pemasaran kopi arabika di Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember tidak efisien.

4. Sugimin Pranoto, M. Syamsul Ma'arif, Surjono H. Sutjahjo, dan Hermanto Siregar (2006)

Disertasi yang berjudul “Pembangunan Perdesaan Berkelanjutan Melalui Model Pengembangan Agropolitan”. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pembangunan agropolitan berkelanjutan akan terwujud apabila pengembangan diarahkan dengan tujuan konservasi sumberdaya alam, pengembangan agrobisnis dan agroindustri, peningkatan sinergi pembangunan antar wilayah, peningkatan

kesempatan berusaha dan pengembangan iklim usaha dengan memperhatikan potensi spesifik kawasan.

5. Rika Hariance, Rudi Febriamansyah dan Faidil Tanjung (2016)

Penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta Di Kabupaten Solok”. Tujuan Penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan agribisnis kopi robusta dengan mempertimbangkan bidang produksi. Data penelitian ini dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan analisis IFAS, analisis SWOT, analisis QSPM. Hasil penelitian merekomendasikan alternatif diantaranya: (1) merehabilitasi perkebunan kopi robusta; (2) menanam kembali kopi robusta yang tidak produktif; (3) menanam kopi robusta baru, dan (4) memelihara pohon kopi robusta dengan menerapkan teknik budidaya dan pasca produksi.

6. Jujur T N Sitanggang dan Syaad Afifuddin Sembiring (2013)

Penelitian yang berjudul “Pengembangan Potensi Kopi Sebagai Komoditas Unggulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Dairi”. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian merekomendasikan diantaranya: (1) pembentukan lembaga penelitian dan pengembangan kopi; (2) peningkatan peran pemerintah; (3) pembentukan asosiasi petani kopi Kabupaten Dairi; (4) mengimplementasikan konsep agropolitan.

Tabel 2.1

Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Nelli Cahya Mitra, Evita Soliha Hani, Triana Dewi Hapsari. 2015. Analisis Peluang Pilihan Saluran Pemasaran Kopi Rakyat Di Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember.	(1) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi peluang pilihan saluran pemasaran kopi rakyat; (2) mengetahui efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran kopi rakyat.	(1) efisiensi margin pemasaran dan (2) analisis logit.	(1) faktor yang berpengaruh adalah luas lahan, pendapatan dan penguasaan lahan; (2) margin pemasaran saluran pemasaran 1 adalah Rp 2.322, sedangkan saluran pemasaran 2 adalah Rp 3.074 dan saluran pemasaran yang lebih efisien adalah saluran pemasaran 1.

2.	Muhammad Fikri Hibatullah. 2016. Analisis Model Pemasaran Kacang Shanghai (Studi Pada Perusahaan Gangsar <i>Snack And Food</i> Tulungagung).	Untuk mengetahui lembaga pemasaran, dinamisasi harga, efisiensi harga dan struktur pasar	Deskriptif Kuantitatif	Terdapat 3 saluran, dinamisasi harga tidak terlampaui jauh jaraknya sekitar 1% hal ini menandakan efisien dan merata dikarenakan <i>share</i> keuntungan masing-masing lembaga pemasaran mencapai 10 %, struktur pasar yang digunakan adalah struktur monopsoni.
3.	Dewina Widyaningtyas, Sugeng Raharto dan Titin Agustina. 2014. Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika Di Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.	Untuk mengetahui pola saluran pemasaran, fungsi pemasaran, struktur pasar, perilaku dan keragaman pasar.	Metode Deskriptif, Analisis Marjin Pemasaran, <i>Market share</i> , Distribusi Marjin dan Analisis Efisiensi Pemasaran.	(1) saluran pemasaran kopi arabika terdiri dari 5 saluran; (2) Fungsi-fungsi pemasaran tidak sepenuhnya dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat; (3) struktur pasar yaitu struktur pasar oligopsoni; (4) perilaku pasar disimpulkan tidak baik; (5) Keragaman pasar tidak baik karena marjin pemasaran besar, distribusi marjin tidak merata dan efisiensi pemasaran kecil, dari hasil penelitian menyatakan saluran pemasaran kopi arabika tidak efisien.
4.	Pranoto, Sugimin. Ma'arif, M. Syamsul. Sutjahjo, Surjono H. Dan Siregar, Hermanto. 2006. <i>Jurnal Manajemen dan Agribisnis Vol.3</i>	1. Mempelajari keadaan umum perdesaan di kawasan agropolitan, 2. Mempelajari tipologi dan	Analisis kinerja kawasan agropolitan, analisis sitem dinamis	Pembangunan agropolitan berkelanjutan akan terwujud apabila pengembangan diarahkan dengan tujuan konservasi

	<p><i>No. 1 Maret 2006.</i> Pembangunan Perdesaan Berkelanjutan Melalui Model Pengembangan Agropolitan.</p>	<p>perkembangan perdesaan di kawasan agropolitan, 3. Mempelajari kinerja karakteristik kawasan agropolitan dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat berkelanjutan. 4. Mengembangkan model sistem dinamis pembangunan perdesaan berkelanjutan melalui pengembangan agropolitan, 5. Memformulasika n rekomendasi tentang pengembangan kebijakan program pembangunan perdesaan.</p>	<p>pembangunan perdesaan .</p>	<p>sumberdaya alam, pengembangan agrobisnis dan agroindustri, peningkatan sinergi pembangunan antar wilayah, peningkatan kesempatan berusaha dan pengembangan iklim usaha dengan memperhatikan potensi spesifik kawasan. Hal ini harus dibarengi dengan peningkatan sarana dan prasarana permukiman, transportasi dan perbaikan pemasaran yang berkesinambungan, serta peningkatan peran dan kinerja kelembagaan.</p>
5.	<p>Rika Hariance, Rudi Febriamansyah dan Faidil Tanjung .2016. Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta Di Kabupaten Solok. <i>AGRISEP Vol 15 No.1 Maret 2016. ISSN: 1412-8837</i></p>	<p>Untuk merumuskan strategi pengembangan agribisnis kopi robusta dengan mempertimbangkan bidang produksi</p>	<p>Metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis IFAS, analisis SWOT, analisis QSPM.</p>	<p>(1) merehabilitasi perkebunan kopi robusta; (2) menanam kembali kopi robusta yang tidak produktif; (3) menanam kopi robusta baru, dan (4) memelihara pohon kopi robusta dengan menerapkan teknik budidaya dan pasca produksi.</p>

6.	<p>Jujur T N Sitanggang dan Syaad Afifuddin Sembiring. 2013. Pengembangan Potensi Kopi Sebagai Komoditas Unggulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Dairi. <i>Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.1 No.6, Juni 2013.</i></p>	<p>Membentuk strategi pengembangan kopi di Kabupaten Dairi.</p>	<p>Metode kualitatif dengan Analisis SWOT.</p>	<p>(1) pembentukan lembaga penelitian dan pengembangan kopi; (2) peningkatan peran pemerintah; (3) pembentukan asosiasi petani kopi Kabupaten Dairi; (4) mengimplementasikan konsep agropolitan.</p>
7.	<p>Firman Restu Hikmatullah. 2020. Analisis Tataniaga Kopi Arabika (<i>Coffee Arabica</i>) Java Ijen-Raung di Kabupaten Bondowoso.</p>	<p>Untuk mengetahui pola Saluran Tataniaga, efisiensi tataniaga dan merumuskan strategi keberlanjutan pengembangan kopi arabika.</p>	<p>Metode Kualitatif dan Deskriptif Kuantitatif, <i>Brain Storming</i> melalui FGD (<i>Focus Grup Discussion</i>), Analisis SWOT, Matriks SWOT dan IFAS/EFAS.</p>	<p>(1) saluran tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso terdapat 2 saluran tataniaga yaitu saluran tingkat 2 dan saluran tingkat 3 (2) nilai marjin tertinggi lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin adalah pedagang kecil sebesar Rp. 3.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 2.625. (3) nilai efisiensi lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin adalah < 1 yang merupakan efisien dan pola saluran tingkat 2 merupakan yang terefisien karena biaya yang dikeluarkan kecil dan marjinnnya besar; (4) hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Pengembangan Kawasan Agropolitan Kabupaten</p>

				<p>Bondowoso mulai tahun 2009 hingga tahun 2019 telah memberikan dampak terhadap: peningkatan produksi kopi, peningkatan nilai tambah kopi (21,67 % - 100 %) dan tingkat penjualan kopi; (5) strategi keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan direkomendasikan melalui peningkatan kualitas produk kopi, pengembangan pariwisata kawasan agropolitan dan peningkatan akses petani pada lembaga keuangan.</p>
--	--	--	--	---

Sumber: Diolah dari beberapa jurnal dan skripsi terdahulu, 2019.

Berdasarkan Tabel yang peneliti susun diatas, terdapat persamaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu mengenai fokus penelitian yaitu model saluran tataniaga serta efisiensi dari masing-masing saluran tataniaga dan metode penelitiannya. Adapun yang menjadi pembeda diantaranya:

1. Tahun penelitian dan tempat penelitian yang dilakukan peneliti berbeda dengan peneliti terdahulu.
2. Fokus penelitian peneliti membentuk rekomendasi mengenai strategi keberlanjutan pengembangan kopi arabika di Kabupaten Bondowoso dengan berbasis pada pengamatan dan *Brain Storming* melalui FGD (*Focus Grup Discussion*) dan wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada para *stakeholder* .
3. Terdapat kajian ke-Islaman.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Konsep Tataniaga

Limbong dan Sitorus (1987) tataniaga merupakan serangkaian proses kegiatan atau aktivitas yang ditujukan untuk menyalurkan barang-barang atau jasa-jasa dari titik produsen ke konsumen. Dahl dan Hammond (1977) menyatakan tataniaga dapat diartikan sebagai suatu tempat atau wahana dimana ada kekuatan *supply* dan *demand* yang bekerja, ada proses pembentukan harga dan terjadinya proses pengalihan kepemilikan barang maupun jasa.

Berdasarkan konsep tataniaga diatas, maka peneliti simpulkan bahwa tataniaga merupakan segala kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik barang-barang hasil pertanian dari tangan produsen ke tangan konsumen termasuk di dalamnya kegiatan-kegiatan yang dilakukan para pelaku tataniaga. Sebagian besar hasil produksi pertanian dijual oleh petani untuk memperoleh pendapatan. Dalam praktiknya tataniaga terdapat banyak pihak yang terlibat karena pada umumnya petani tidak menjual langsung produk yang dihasilkannya kepada konsumen akhir. Pihak yang terlibat disini yaitu perantara yang berperan dalam menyalurkan produk maupun memberikan perlakuan khusus terhadap produk pertanian dan mengalirkannya hingga konsumen akhir. Pihak-pihak yang terlibat dalam tataniaga (agribisnis) disebut dengan lembaga tataniaga.

Sudut pandang fikih islam mengenai pemasaran dan atau tataniaga yaitu *wakala*, *wikala* (penerangan, pendelegasian dan pemberi mandat). Oleh karena itu, Allah SWT selalu mengingatkan untuk senantiasa menjauhi perbuatan dzalim dalam hal proses penciptaan, penawaran dan proses perubahan nilai dalam *bermuamalah* (Amrin, 2007). Sebagaimana firman Allah dalam Qur'an surat As-Shaad ayat 24:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالٍ نَعَجْتِكِ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي
بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا
فَتَنَّهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۖ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۝

Artinya: Daud berkata: "Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini".

Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.

Dari definisi diatas dijabarkan bahwa pemasaran dan atau tataniaga adalah suatu kegiatan yang kompleks dari menyelidiki dan mengetahui keinginan serta kebutuhan konsumen, penetapan harga, penentuan promosi dan penyaluran barang atau jasa guna untuk memenuhi kepuasan konsumen serta dalam islam aktivitas *muamalah* tidak diharamkan selama kegiatan tersebut tidak bertentangan dengan syariat islam.

2.2.2 Lembaga Tataniaga

Kotler dan Amstrong (2013), menjelaskan lembaga tataniaga adalah badan-badan tataniaga yang melakukan kegiatan atau fungsi tataniaga. Lembaga tataniaga dapat berupa golongan produsen, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa. Secara sistematis lembaga perantara diartikan sebagai pihak yang berperan dalam mentransformasikan produk dari produsen ke konsumen. Lembaga tataniaga berkaitan langsung dengan barang yang akan diperjualbelikan.

Lebih lanjut Kotler (2010) menambahkan bahwa lembaga perantara berguna untuk memperlancar arus barang dan jasa dikarenakan menghubungkan ketidaksesuaian berbagai macam barang yang diminta konsumen, ketidaksesuaian tersebut dihasilkan dari keragaman barang yang terbatas dari produsen akan tetapi konsumen menginginkan jumlah terbatas dari banyaknya ragam.

Berdasarkan penguasaan terhadap barang, lembaga tataniaga dibagi menjadi tiga kategori yaitu:

1. Lembaga tataniaga yang menguasai dan memiliki barang, diantaranya pedagang kecil, pedagang pengecer, grosir dan *eksportir*.
2. Lembaga tataniaga yang menguasai barang namun tidak memiliki barang, diantaranya perantara, *broker*, dan agen.
3. Lembaga tataniaga yang tidak menguasai dan tidak memiliki barang, diantaranya pergudangan, asuransi, fasilitas pengangkutan dan lain-lain.

2.2.3 Marjin Tataniaga dan Efisiensi Tataniaga

Marjin tataniaga menurut Sudiyono (2002) adalah selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Jadi, selama proses tataniaga berlangsung terdapat beberapa lembaga-lembaga yang ada didalamnya, maka dapat dianalisis distribusi marjin tiap lembaga tataniaga yang terlibat. Harga ditingkat produsen (petani) adalah perpotongan antara kurva permintaan turunan (*derived demand curve*) dengan kurva penawaran primer (*primer supply curve*). Sedangkan harga konsumen/*eksportir* adalah perpotongan antara kurva permintaan primer (*primary demand curve*) dengan kurva penawaran turunan (*derived supply curve*).

Untuk mengetahui selisih harga ditingkat produsen (petani) dan *eksportir* maka menggunakan analisis marjin pemasaran yaitu, $MP = Pr - Pf$ dimana MP adalah marjin pemasaran, Pr adalah harga tingkat *eksportir* dan Pf adalah harga tingkat petani. Selain analisis marjin pemasaran dan atau tataniaga untuk mengetahui efisiensi tataniaga maka menggunakan analisis efisiensi tataniaga.

Efisiensi tataniaga merupakan selisih atau nisbah antara biaya pengeluaran produk dibagi dengan nilai produk. Analisis efisiensi tataniaga digunakan untuk mengetahui efisiensi masing-masing lembaga tataniaga dengan menggunakan perhitungan yaitu, $EP = \text{Biaya pemasaran} : \text{Nilai produk yang dipasarkan}$. Dimana jika hasil efisiensi < 1 maka lembaga tataniaga tersebut efisien sebaliknya jika > 1 maka tidak efisien (Sudiyono, 2002).

Produsen dalam melakukan kegiatan tataniaganya harus menganalisis saluran tataniaganya efisien atau tidak produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, lembaga tataniaga khususnya mempunyai alat ukur untuk menganalisisnya. Seperti dalam surah Al-Isra' (17:35) berikut:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya : “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.

2.2.4 Saluran Tataniaga

2.2.4.1 Definisi Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga secara umum dapat dipandang sebagai serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Kotler (2010), saluran tataniaga adalah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Produsen memiliki peran utama dalam menghasilkan barang-barang dan sering melakukan sebagian kegiatan pemasaran, sementara itu pedagang menyalurkan komoditas dalam waktu, tempat, bentuk yang diinginkan konsumen. Hal ini berarti bahwa saluran tataniaga yang berbeda akan memberikan keuntungan yang berbeda pula kepada masing-masing lembaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga tersebut.

Saluran tataniaga untuk produk pertanian yaitu ketika produk bergerak dari *farm gate* (petani produsen) ke pengguna atau pemakai terakhir. Produk pertanian yang berbeda akan mengikuti saluran tataniaga yang berbeda pula. Kotler (2010) mengemukakan panjang pendeknya saluran tataniaga tergantung faktor berikut:

1. Jarak antara produsen ke konsumen.
2. Cepat tidaknya produk rusak.
3. Skala produksi.
4. Posisi keuangan lembaga tataniaga terlibat.

Secara sistematis dapat disimpulkan saluran tataniaga terdiri dari produsen dan pembeli akhir. Dalam pertanian petani sebagai produsen dan konsumen atau *eksportir* sebagai pembeli akhir didalamnya juga termasuk pedagang kecil atau besar sebagai perantara terlibat kepemilikan barang, karena perantara berperan sebagai pemindahan hak kepemilikan barang dari produsen sampai pembeli akhir.

2.2.4.2 Model-Model Saluran Tataniaga

Model saluran tataniaga menurut Kotler (2010) diantaranya:

1) Saluran tingkat nol

Saluran tataniaga ini disebut juga dengan saluran tataniaga langsung atau produsen menjual langsung ke pembeli akhir. Diantaranya dengan melakukan *door to door*, pemasaran melalui telepon, pesan lewat surat, penjualan melalui TV dan lainnya.

2) Saluran tingkat satu

Saluran tataniaga ini terdapat satu perantara yaitu pedagang eceran.

3) Saluran tingkat dua

Saluran tataniaga ini terdapat dua perantara diantaranya pedagang besar dan pedagang eceran.

4) Saluran tingkat tiga

Saluran tataniaga ini terdapat tiga perantara diantaranya pedagang besar, pedagang kecil serta pemborong .

Saluran tataniaga produk pertanian produsen adalah petani sedangkan pembeli akhir adalah konsumen atau *eksportir*. Pada dasarnya penentuan model pemasaran adalah cara produsen menyalurkan produk sampai kepada konsumen baik dengan perantara atau tidak.

2.2.4.3 Saluran Tataniaga Perspektif Islam

Menurut Qardhawi (2001), saluran tataniaga didasarkan kepada dua nilai yaitu :

1. Nilai kebebasan

Kebebasan ekonomi seseorang memiliki kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, akan tetapi harus tetap pada jalan yang benar. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam Qur'an surah Al-Baqarah ayat 195 berikut:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

2. Nilai Keadilan

Nilai kebebasan terikat dengan keadilan yang diwajibkan Allah. Diantara tabiat manusia adalah senang mengumpulkan harta sampai batas kewajaran seperti firman Allah berikut:

وَأِنَّهُ لِحُبِّ الْخَيْرِ لَشَدِيدٌ

Artinya: “Dan sesungguhnya dia sangat bakhil karena cintanya kepada harta.”

Kebebasan yang disyariatkan Islam dalam bidang ekonomi bukanlah kebebasan mutlak yang terlepas dari setiap ikatan, seperti kebebasan yang disalahpahami oleh kaum syu'aib:

قَالُوا يَشْعِيبُ أَسْلَوْتُكَ تَأْمُرُكَ أَنْ نَتْرُكَ مَا يَعْبُدُ آبَاؤُنَا أَوْ أَنْ نَفْعَلَ فِي أَمْوَالِنَا مَا نَشَاءُ إِنَّكَ لَأَنْتَ الْحَلِيمُ الرَّشِيدُ

Artinya : “Mereka berkata: "Hai Syu'aib, apakah sembahyangmu menyuruh kamu agar kami meninggalkan apa yang disembah oleh bapak-bapak kami atau melarang kami memperbuat apa yang kami kehendaki tentang harta kami. Sesungguhnya kamu adalah orang yang sangat penyantun lagi berakal.”

2.2.5 Pengembangan Kawasan dengan Konsep Agropolitan

Konsep agropolitan merupakan pengembangan wilayah desa dengan penggerak ekonomi utamanya adalah sektor pertanian. Pengembangan wilayah desa diharapkan dapat menarik aglomerasi urban dari wilayah perkotaan, sehingga wilayah desa menjadi terbangun. Kawasan agropolitan waktu dirancang sebagai cikal-bakal tumbuhnya kota kecil dengan penyebaran perembangan hingga ke kecamatan disekitarnya. Menurut Syahrani (2001), pengembangan agropolitan pada hakikatnya adalah memberikan pelayanan perkotaan seperti pelayanan pendidikan, kesehatan, infrastruktur dan industri di wilayah perdesaan sehingga masyarakat tidak perlu ke kota untuk mendapatkan pelayanan kehidupan sehari-hari, sosial budaya, pemasaran dan produksi.

Penetapan kebijakan pengembangan kawasan agropolitan didasari oleh adanya kesesuaian karakteristik yang dimiliki Kabupaten Bondowoso untuk

pengembangan sektor pertanian, kehutanan, perkebunan, pertanian hortikultura, pertanian tanaman pangan, peternakan dan perikanan air tawar. Konsep agropolitan difokuskan pada pengembangan ekonomi pedesaan yang mandiri untuk mengoptimalkan potensi lokal dan pengembangan kegiatan ekonomi berbasis agraris dengan komoditas unggulan kopi rakyat. Kebijakan ini didukung oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur dengan ditetapkannya Kabupaten Bondowoso sebagai lokasi pengembangan kawasan agropolitan di Jawa Timur melalui Surat Gubernur Jawa Timur No.520/1600/202.2/2010.

Menurut Departemen Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Tahun 2002 mengemukakan konsep-konsep dasar dalam pengembangan kewilayahan ada empat diantaranya:

- 1) Pengembangan wilayah sebagai *growth center*, yaitu pengembangan wilayah yang tidak hanya memperhatikan pengembangan dalam wilayah itu saja, namun juga mendorong pertumbuhan pada wilayah disekitarnya.
- 2) Pengembangan wilayah dengan konsep adanya kerjasama antar daerah.
- 3) Pola pengembangan wilayah dengan lebih memfokuskan pada integrasi daerah-daerah yang tercakup dalam wilayah dengan pendekatan kesetaraan.
- 4) Pengembangan wilayah dengan memperhatikan mekanisme pasar dalam perencanaan pengembangan kawasan.

2.2.6 Pengembangan Kawasan Agropolitan Dalam Islam

Pengembangan Agropolitan juga dijelaskan didalam Surah Luqman ayat 10 sebagai berikut:

خَلَقَ السَّمَوَاتِ بِغَيْرِ عَمَدٍ تَرَوْنَهَا ۚ وَاللَّيْلِ فِي الْأَرْضِ رُؤْيَا أَنْ تَمِيدَ بِكُمْ وَبَثَّ فِيهَا

مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَأَنْزَلْنَا مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ زَوْجٍ كَرِيمٍ

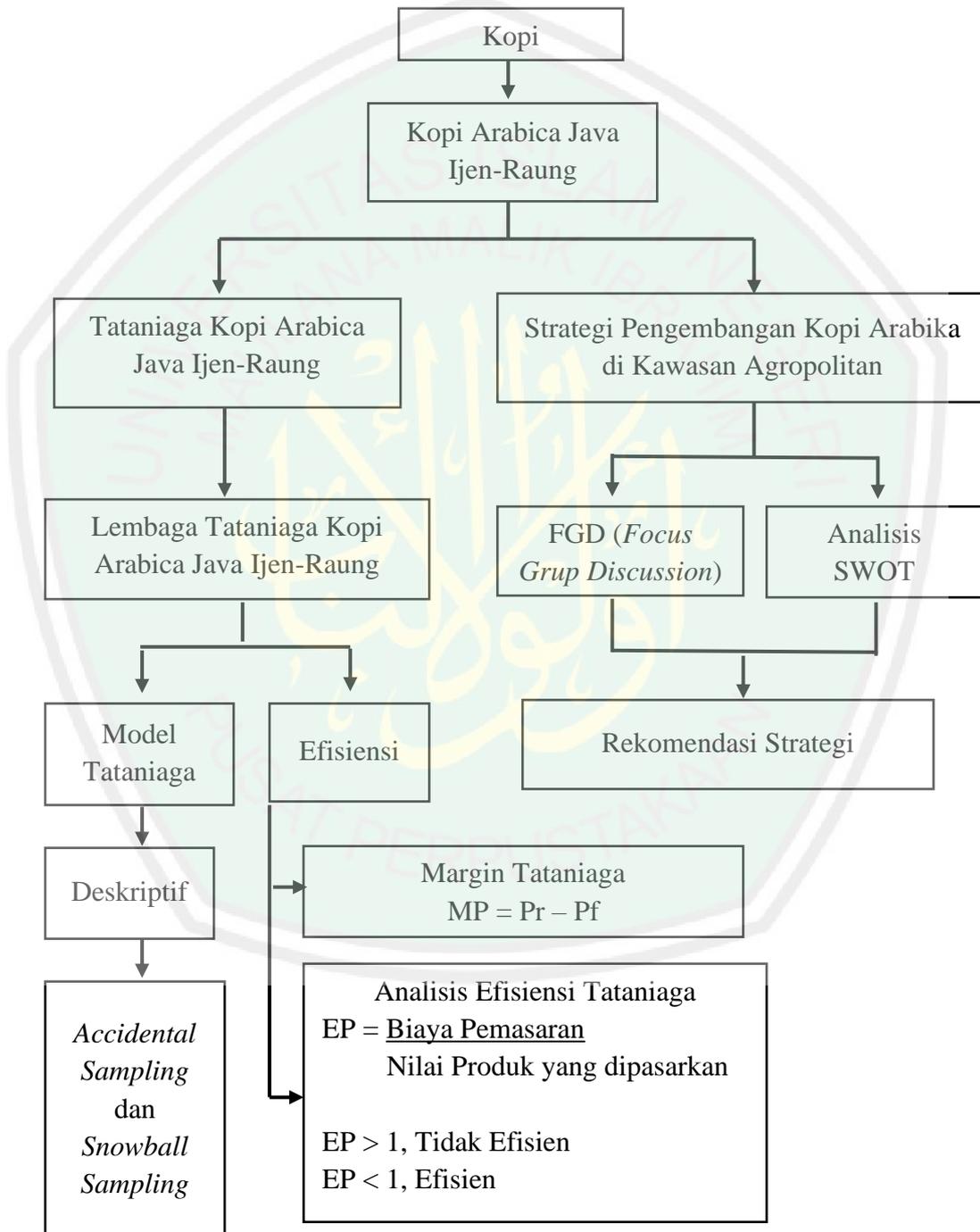
Artinya: “Dia menciptakan langit tanpa tiang yang kamu melihatnya dan Dia meletakkan gunung-gunung (di permukaan) bumi supaya bumi itu tidak menggoyangkan kamu; dan memperkembang biakkan padanya segala macam jenis binatang. Dan Kami turunkan air hujan dari langit, lalu Kami tumbuhkan padanya segala macam tumbuh-tumbuhan yang baik.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa dengan adanya tumbuhan dan hewan merupakan bukti adanya Allah SWT yang menciptakan bumi dan seisinya sebagai aset atau titipan dari-Nya untuk dirawat, dijaga, dikembangkan serta dimanfaatkan masyarakat untuk sumber pengidupan mereka. Kosep Agropolitan ini digunakan untuk memanfaatkan sumber daya alam unggulan di Kecamatan Sumberwringin yaitu kopi arabika (Syamsiar,2016)

2.3 Kerangka Konseptual

Kopi Arabika merupakan komoditi unggulan Kabupaten Bondowoso dan merupakan kabupaten yang mempunyai produktivitas kopi arabika tertinggi di Jawa Timur. Kopi Arabika Kabupaten Bondowoso dikenal dengan nama kopi arabika java ijen-raung karena letaknya yang berada di lereng pegunungan ijen dan raung tepatnya di kawasan agropolitan. Akan tetapi, dengan produktifitas yang tinggi kopi arabika Kabupaten Bondowoso tidak sejalan dengan pemasaran dan atau tataniaga serta pengembangan kopi arabika yang baik. Hal ini dibuktikan dengan petani yang lebih menjual (tataniaga) kopi dalam bentuk tebasan bahkan kopi belum masa panen, adanya *fluktuasi* harga ditiap lembaga tataniaga serta tidak stabilnya kualitas kopi yang dihasilkan. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian mengenai saluran tataniaga kopi arabika dan efisiensi tataniaga pada masing-masing saluran tersebut serta untuk merumuskan rekomendasi strategi yang tepat terhadap pengembangan kopi arabika guna untuk peningkatan produksi kopi, peningkatan produk olahan kopi atau nilai tambah komoditas kopi, peningkatan pendapatan petani, pertumbuhan UMKM kopi, penciptaan lapangan kerja serta peningkatan kualitas hidup masyarakat. Untuk memberikan gambaran mengenai kerangka konseptual yang dirumuskan peneliti, akan dijelaskan pada Gambar 2.1 berikut ini:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan perpaduan penelitian kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Penggunaan metode deskriptif kuantitatif dilakukan untuk mengetahui efisiensi tataniaga kopi arabika Java-Ijen Raung Bondowoso. Sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk mengetahui saluran tataniaga serta mendapatkan informasi yang lebih menguatkan dan menyeluruh tentang strategi keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan. Selain itu pendekatan kualitatif juga digunakan dalam analisis penyusunan strategi melalui analisis SWOT yang mengkolaborasikan persepsi dan apresiasi dari narasumber yang kompeten dalam pengembangan agribisnis kopi arabika. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah metode survei yaitu peneliti melakukan perlakuan terhadap sampel dari populasi dalam pengumpulan data dengan mengedarkan kuesioner dan wawancara terstruktur (Sugiyono,2017).

3.2 Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian ditentukan berdasarkan pada metode *sampling* secara sengaja (*Purposive Methode*). Daerah penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso. Dasar pertimbangan pemilihan lokasi atau daerah penelitian ini karena Kecamatan Sumber Wringin memiliki potensi besar dalam hal pengembangan kopi arabika. Masyarakat disana mayoritas sebagai petani kopi baik jenis Kopi Robusta maupun Kopi Arabika. Kecamatan Sumberwringin merupakan wilayah yang memiliki luas areal yang paling luas dan memiliki produksi kopi arabika tertinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Kopi Arabika yang dihasilkan di Kecamatan Sumberwringin lebih dikenal dengan sebutan Kopi Arabika Java Ijen-Raung.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Masyhuri dan Asnawi (2011), merupakan kumpulan dari kemungkinan individu yang menjadi perhatian. Maka populasi pada penelitian ini adalah petani kopi arabika java ijen-raung yang terdiri dari 17 GAPOKTAN (Gabungan Kelompok Tani) yang tertera pada Tabel 3.1 yang berjumlah 530 orang petani dan lembaga tataniaga yang melakukan proses tataniaga kopi arabika java ijen-raung di Kabupaten Bondowoso.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang hendak diteliti. Oleh karena itu, pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* untuk petani kopi arabika java-ijen raung.

Penentuan besarnya sampel untuk petani dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

N = Besaran Populasi

n = Besaran Sampel

e = Nilai Kritis (batas ketelitian) 10 % (0,1). (Masyhuri dan Asnawi, 2011)

Dari perhitungan rumus Slovin, didapatkan sampel yang diambil sebanyak 87 petani kopi arabika. Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{530}{1 + 530 (0,1)^2}$$

$$= 87 \text{ petani kopi arabika.}$$

Batasan untuk penelitian ini adalah *eksportir* sebagai konsumen akhirnya karena petani menjual produk kopi dalam bentuk *Hard Skin* (HS) basah.

Penentuan sampel untuk lembaga tataniaga dengan menggunakan *Snowball Sampling*. Karena lembaga tataniaga tidak diketahui alamat, jumlah dan sebagainya sehingga pada prinsipnya anggota sampel yang dipilih berdasarkan dari anggota

sampel (Masyhuri dan Asnawi, 2011). Sedangkan Batasan sampel untuk lembaga tataniaga adalah pedagang dalam Kabupaten Bondowoso.

Penentuan besarnya sampel untuk informan pada analisis SWOT dalam perumusan strategi pengembangan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu proses pemilihan informan yang ditentukan secara sengaja oleh peneliti dengan mempertimbangkan pengetahuan informan tentang pengembangan konsep agropolitan. Informan dipilih dari unsur petani pemilik kebun kopi, petani penggarap kebun kopi, pelaku usaha penolahan kopi, instansi terkait pengembangan agropolitan, serta tokoh masyarakat di lokasi pengembangan kawasan agropolitan. Pada teknik ini informan terdiri dari informan kunci dan tambahan. Kriteria utama informan kunci adalah yang tinggal di kawasan penelitian sejak sebelum tahun 2009 (sebelum adanya konsep agropolitan) hingga saat ini, atau mengikuti pengembangan agropolitan sejak awal. Setelah dilakukan penentuan informan kunci, akan diterapkan metode pencarian informasi yang menguatkan pada informan tambahan dengan menggunakan teknik *snowball sampling* atas dasar arahan informan kunci.

Informan kunci adalah informan yang dianggap mengetahui segala seluk-beluk proses produksi, pengolahan hingga pemasaran. Informan kunci dalam hal ini merupakan informan dalam FGD (*Focus Grup Discussion*) akan diwakili oleh 8 informan. *Focus Grup* ini digunakan guna untuk mendapatkan penggalian topik yang lebih ekstensif (Malhotra,2009). Informan tersebut terdiri atas: (1) 2 orang petani pemilik lahan kopi; (2) 1 orang petani penggarap kebun kopi; (3) 2 orang pelaku usaha pengolah kopi; (4) 1 orang dari kelembagaan kelompok tani; (5) 1 orang dari kelembagaan koperasi; (6) 1 orang dari instansi terkait. Pemilihan informan kunci dari unsur petani diatas berdasarkan masa pengalaman mengelola usaha budidaya dan pengolahan kopi di Kecamatan Sumberwringin lebih dari 8 tahun. Sedangkan informan dari instansi terkait dipilih informan yang menangani program pengembangan agribisnis kopi arabika atau program perencanaan pengembangan wilayah berbasis agropolitan.

Informan tambahan merupakan informan yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam (*indepth interview*) atau diarahkan oleh informan kunci yang

dianggap memiliki informasi penting dan mendukung terkait tema dan fokus penelitian yang tidak diketahui oleh informan kunci.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dan *sowball sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara kebetulan bertemu dengan populasi oleh peneliti di lapangan. Sedangkan, *snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampling dari responden satu menuju responden lain atau secara bergulir (Masyhuri dan Asnawi, 2011).

Adapun kriteria pemilihan sampel adalah :

1. Petani kopi arabika minimal 8 Tahun.
2. Memiliki pengalaman dalam berusaha tani kopi arabika.
3. Memiliki IUP (Izin Usaha Perkebunan) di Dinas Pertanian Kabupaten Bondowoso
4. Lembaga tataniaga yang melakukan proses pemasaran kopi arabika java-ijen raung secara berkelanjutan.

Tabel 3.1

Data GAPOKTAN (Gabungan Kelompok Tani) Kopi Arabika Kecamatan Sumberwringin

No.	Nama Kelompok Tani	Luas (ha)	Anggota	No.	Nama Kelompok Tani	Luas (ha)	Anggota
1.	Usaha Tani I	50	34	10.	Usaha Tani X	74	30
2.	Usaha Tani II	20	28	11.	Usaha Tani XI	31	20
3.	Usaha Tani III	44	39	12.	Usaha Tani XII	75	23
4.	Usaha Tani IV	54,5	43	13.	Sumber Karya I	54	31
5.	Usaha Tani V	46,5	32	14.	Sumber Karya II	83,5	36
6.	Usaha Tani VI	56	32	15.	Sumber Karya III	42	29
7.	Usaha Tani VII	25	45	16.	Tani Maju I	52	24
8.	Usaha Tani VIII	20	31	17.	Tani Maju II	56	26
9.	Usaha Tani IX	33	27	Total			530

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Bondowoso, data diolah peneliti 2019

3.5 Data dan Jenis Data

Menurut Masyhuri dan Asnawi (2011), data merupakan sekumpulan simbol-simbol, fakta-fakta dan informasi yang menerangkan objek penelitian. Berdasarkan cara penentuan data, penelitian ini menggunakan data sekunder dan primer. Data primer merupakan data baru atau asli yang didapat dari lapangan melalui wawancara, observasi/pengamatan langsung peneliti dan FGD (*Focus Grup Discussion*). Data primer didapatkan dari petani kopi arabika, lembaga tataniaga dan instansi terkait.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapatkan dari perantara lain yang berhubungan dengan penelitian (Masyhuri dan Asnawi,2011). Pada penelitian ini data sekunder didapatkan dari Badan Pusat Statistika (BPS) Kabupaten Bondowoso, Dinas Pertanian Kabupaten Bondowoso dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Bondowoso serta instansi lain yang berkaitan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi dengan beberapa cara sebagai berikut :

1. Observasi

Arikunto (2014) menjelaskan observasi merupakan pengamatan langsung atau pengamatan terhadap suatu obyek yang menggunakan alat indra. Hasil data yang akan diperoleh dengan metode observasi berkaitan pemasaran kopi arabika petani, bentuk penjualan kopi, permasalahan penjualan kopi, lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses pemasaran kopi arabika Java-Ijen Raung Kabupaten Bondowoso, sistem budidaya kopi setelah ditetapkan agropolitan.

2. Wawancara

Sugiyono, (2017) menjelaskan wawancara merupakan proses memperoleh data melalui pertemuan antara dua orang atau lebih yang berlangsung secara lisan untuk bertukar informasi terhadap topik tertentu. Wawancara yang dipakai pada penelitian ini adalah wawancara terstruktur dan mendalam (*indepth interview*) dimana wawancara dilakukan dengan membuat pedoman wawancara. Hal ini untuk

memudahkan pewawancara dalam memahami komunikasi yang terjadi selama proses wawancara sehingga proses wawancara dapat berjalan lancar dan peneliti mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penggunaan pedoman wawancara dalam penelitian ini bukan untuk membatasi pertanyaan atau jawaban yang akan diberikan oleh informan, tetapi hanya sebagai pengontrol agar jalannya wawancara tidak terlalu jauh dari tema dan fokus penelitian. Pewawancara tetap memberikan kesempatan yang luas bagi informan dalam memberikan jawaban.

3. Dokumentasi

Menurut Irawan (2004) Dokumentasi merupakan pendukung data-data yang dibutuhkan terkait subjek penelitian. Dokumentasi pada penelitian ini berguna sebagai penggunaan pengumpulan data dengan observasi atau wawancara.

4. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberi pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner dalam penelitian ini merupakan bentuk kuesioner terbuka, yaitu kuesioner yang responden diberikan kebebasan untuk menjawab serta tidak disediakan pilihan jawaban.

3.7 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan serta batasan-batasan penelitian dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Definisi operasional digunakan untuk memberikan arahan agar penelitian tidak menyimpang dari fokus penelitian yang telah ditetapkan.

Penelitian ini terdapat 3 tujuan yang pada rumusan masalah bab 1 sebagai berikut:

1. Tataniaga dan Saluran Tataniaga

Limbong dan Sitorus (1987) tataniaga merupakan serangkaian proses kegiatan atau aktivitas yang ditujukan untuk menyalurkan barang-barang atau jasa-jasa dari titik produsen ke konsumen. Kotler (2010), saluran tataniaga adalah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen..

Saluran tataniaga untuk produk pertanian yaitu ketika produk bergerak dari *farm gate* (petani produsen) ke pengguna atau pemakai terakhir. Pola saluran tataniaga kopi merupakan alur penjualan kopi dari produsen (petani) ke *eksportir* melalui lembaga-lembaga tataniaga yang efektif

2. Efisiensi Tataniaga

Efisiensi tataniaga merupakan selisih atau nisbah antara biaya pengeluaran produk dibagi dengan nilai produk. Analisis efisiensi tataniaga digunakan untuk mengetahui efisiensi masing-masing lembaga tataniaga dengan menggunakan perhitungan yaitu, $EP = \text{Biaya pemasaran} : \text{Nilai produk yang dipasarkan}$. Dimana jika hasil efisiensi <1 maka lembaga tataniaga tersebut efisien sebaliknya jika >1 maka tidak efisien.

Efisiensi harga menurut Sudiyono (2002) adalah selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Jadi, selama proses tataniaga berlangsung terdapat beberapa lembaga-lembaga yang ada didalamnya, maka dapat dianalisis dengan distribusi margin tiap lembaga tataniaga yang terlibat serta analisis efisiensi tataniaganya.

3. Kawasan Agropolitan

Kawasan agropolitan adalah kawasan yang dikembangkan dengan konsep agropolitan, yaitu konsep pembangunan dengan pendekatan pembangunan perdesaan yang bertumpu pada potensi lokal kawasan untuk meminimalisir ketergantungan desa terhadap kota. Kawasan agropolitan Kabupaten Bondowoso meliputi 4 (empat) wilayah kecamatan dengan pusatnya di Kecamatan Sumberwringin. Konsep agropolitan di Kecamatan Sumberwringin ditekankan kepada pengembangan kopi arabika.

3.8 Analisis Data

Pada penelitian ini terdapat tiga pertanyaan empiris yang dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu :

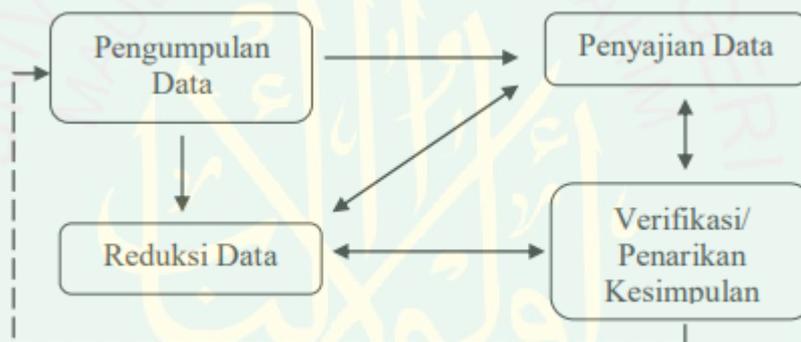
- 1) Untuk mengetahui model/pola saluran tataniaga kopi di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso.
- 2) Untuk mengetahui efisiensi tataniaga kopi arabika pada masing-masing

model/pola saluran tataniaga di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso.

- 3) Untuk mengetahui permasalahan yang ada serta menyusun strategi terbaik untuk pengembangan kopi di kawasan agropolitan Kabupaten Bondowoso.

Untuk menjawab 3 tujuan tersebut maka digunakan analisis data dengan metode sebagai berikut :

1. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian saluran tataniaga kopi arabika adalah dengan metode interkatif dari Miles dan Huberman (2014). Dalam metode analisis *interactive model analysis* yang dikembangkan menggunakan tiga komponen yang digambarkan dalam gambar 3.1 di bawah ini:



Gambar 3.1: Komponen Analisis Data Pada Metode Interaktif

Sumber: Miles dan Huberman, 2014

a. Reduksi Data (*data reduction*)

Reduksi data dilakukan dengan cara melakukan proses pemilihan, pemuatan perhatian pada penyederhanaan data “kasar” yang muncul dalam catatan-catatan tertulis di lapangan. Hal ini bertujuan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasikan data. Proses edukasi data dilakukan secara berulang dan terus menerus selama penelitian berlangsung. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan lengkap sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

b. Penyajian Data (*data display*)

Data display disajikan dengan cara menyusun sekumpulan informasi dalam bentuk Tabel, matrik, grafik, jaringan ataupun bagan sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dapat membantu peneliti dalam memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Data yang diperoleh dikelompokkan sesuai dengan tujuan penelitian kemudian dilakukan pengkajian empiris dan teoritis untuk memberikan gambaran dalam logika ilmiah.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion drawing*)

Penarikan kesimpulan dilakukan terhadap data yang telah dikaji secara logika ilmiah untuk menghasilkan saran dan rekomendasi yang terjadi selama di lapangan. Kesimpulan yang diambil dapat menggambarkan inti dari tema dan focus penelitian. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan maksud untuk mengetahui kebenaran, kekokohan dan kecocokan yang merupakan validitasnya.

Validitas data dapat dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi yaitu:

1. Triangulasi sumber, yaitu informasi yang diperoleh dari seorang informan dibandingkan dengan informasi dari informan lain yang memiliki pola pemikiran atau sudut pandang yang berbeda;
2. Triangulasi waktu, yaitu proses verifikasi data dengan mengulang proses wawancara pada informan di waktu yang berbeda untuk mendapatkan informasi yang benar. Informasi yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan informasi sebelumnya untuk melihat konsistensi jawaban dari informan; dan
3. Triangulasi teoritis, yaitu dengan mencari teori-teori empiris dan teori ilmiah yang mendukung dan berseberangan dengan data analisis pola, hubungan yang muncul dalam penelitian dengan teori yang ada. (Moleong,2017)

Metode penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* atau proses pemilihan informan secara sengaja oleh peneliti kepada petani kopi arabika java-ijen raung, dan pemilihan informan lembaga tataniaga dengan menggunakan *Snowball Sampling*. Karena lembaga tataniaga

tidak diketahui alamat, jumlah dan sebagainya sehingga pada prinsipnya anggota sampel yang dipilih berdasarkan dari anggota sampel (Masyhuri dan Asnawi, 2011). Tujuan pertama akan dijawab dengan menggunakan pengumpulan data sekunder dan teknik wawancara (*indept interview*) dan kuesione. Pengumpulan data sekunder didapat dengan melaksanakan survey instansional yaitu ke SKPD di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bondowoso dan data BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Bondowoso untuk mengetahui ketua kelompok tani (POKTAN) serta jumlah anggota petani di tempat penelitian. Sedangkan teknik wawancara (*indepth interview*) dimana wawancara dilakukan dengan cara berhadapan langsung dengan orang yang di wawancarai dan menggunakan pedoman wawancara.

2. Efisiensi tataniaga digunakan untuk mengetahui efisiensi masing-masing lembaga tataniaga yang di analisis dengan menggunakan rumus secara matematik dituliskan :

$$E_p = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang dipasarkan}}$$

Jika : $E_p > 1$ maka tidak efisien

$E_p < 1$ maka efisien (Sudiyono,2002)

Sedangkan untuk menghitung marjin tataniaga tiap lembaga tataniaga digunakan penghitungan sebagai berikut:

$$MP = P_r - P_f$$

Dimana :

MP = Marjin Pemasaran

P_r = Harga Ditingkat *Eksportir*

P_f = Harga Ditingkat Petani Kopi

Marjin keuntungan dari tiap-tiap lembaga tataniaga dihitung dengan rumus:

$$\text{Profit margin} = \text{Margin Pemasaran} - \text{Biaya Pemasaran}$$

Dari analisis marjin tataniaga atau pemasaran diatas maka akan diketahui :

- a. Perbandingan efisiensi tataniaga dari setiap lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso.
- b. Perbandingan profit marjin dari masing-masing lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso.

3. Sedangkan untuk menjawab tujuan ketiga yaitu mengetahui permasalahan dalam pengembangan kawasan agropolitan serta merumuskan strategi keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan, teknik pengumpulan datanya menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi kebijakan yang tepat dalam keberlanjutan pengembangan kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin dengan berbasis pada pengamatan *brain storming* dengan melalui metode *focus grup discussion* (FGD) kepada Ketua Kelompok Tani dan Pengolah kopi arabika serta wawancara (*indepth interview*) kepada instansi terkait. Pemilihan metode FGD dan wawancara bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai kendala, kebutuhan, keinginan yang lebih lengkap dari narasumber perorangan mengenai permasalahan yang terjadi di lapangan untuk kemudian dirumuskan strategi penanganannya yang tepat.

Dalam penelitian ini, pelaksanaan FGD dilakukan dalam satu tahapan yang diikuti oleh beberapa anggota petani, pelaku usaha pengolah kopi serta ketua kelompok tani. Sedangkan wawancara (*indepth interview*) dilakukan kepada instansi pemerintah yaitu, Diskoperindag Kabupaten Bondowoso dan Bappeda Kabupaten Bondowoso serta ditambah pelaku UMKM Pengolah Kopi Arabika.

Rangkuti (2018) menyatakan analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman pada suatu organisasi dengan mengidentifikasi factor internal dan eksternal guna untuk penentuan tujuan organisasi. Faktor-faktor tersebut di atas dapat digambarkan dalam bentuk matrik dibawah ini yang secara jelas menjelaskan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Model Analisis SWOT

OT \ SW	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	Daftar Kekuatan Internal	Daftar Kelemahan Internal
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
Daftar Peluang Eksternal	Strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang.	Strategi untuk mengambil keuntungan dari peluang dengan mengatasi kelemahan.
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
Daftar Ancaman Eksternal	Strategi dengan menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti, 2018

Keterangan:

- a. Strategi SO
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran organisasi, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST
Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Terdapat dua macam pendekatan yang digunakan dalam analisis SWOT, yaitu:

a. Pendekatan Kualitatif Matriks SWOT

Pendekatan kualitatif matriks SWOT sebagaimana dikembangkan oleh Kearns (Tabel 3.3) menampilkan delapan kotak, yaitu dua paling atas adalah faktor eksternal (peluang dan tantangan) dan kotak kiri adalah faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Kotak lainnya merupakan kotak isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemuan antara faktor-faktor internal dan eksternal.

Tabel 3.3
Matriks SWOT Kearns

	EKSTERNAL	OPPORTUNITY	THREATS
INTERNAL			
STRENGTH		<i>Comparative Advantage</i>	<i>Mobilization</i>
WEAKNESS		<i>Divestment/Investment</i>	<i>Damage Control</i>

Sumber: Freddy Rangkuti, 2018

Keterangan:

1. *Comparative Advantages*, merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan bagi suatu organisasi untuk bias berkembang lebih cepat.
2. *Mobilization*, merupakan interkasi antara ancaman dan kekuatan. Pada sisi ini harus dilakukan upaya mobilisasi sumber daya yang dimiliki yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kemudian merubah ancaman itu menjadi sebuah peluang.
3. *Divesment/Investmen*, merupakan interaksi antara kelemahan organisasi dan peluang dari luar. Situasi seperti ini memberikan suatu pilihan pada situasi yang kabur, seperti tersedianya peluang yang cukup aman tidak dapat dimanfaatkan karena kekuatan tidak cukup untuk menggarapnya. Pada akhirnya organisasi

harus menentukan pilihan keputusan untuk diambil, antara lain melepas peluang yang ada untuk dimanfaatkan organisasi lain atau memaksakan menggarap peluang itu (investasi).

4. *Damage Control*, merupakan kondisi paling lemah karena merupakan pertemuan antara kelemahan organisasi secara internal dengan ancaman dari luar. Oleh karena keputusan yang salah akan membawa bencana yang besar bagi organisasi maka strategi yang harus diambil adalah *Damage Control* (mengendalikan kerugian) agar tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.

b. Pendekatan Kuantitatif Matriks SWOT

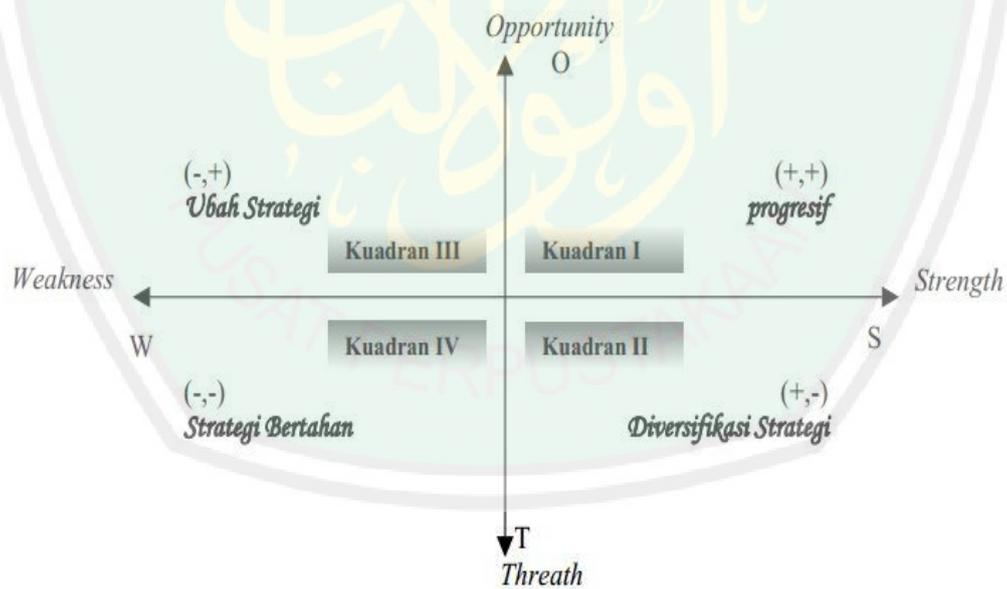
Data SWOT kualitatif di atas dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya.

Perhitungan dalam pendekatan ini dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor serta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T; menghitung skor (a) masing-masing point faktor dilakukan secara saling bebas (penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap point faktor lainnya) Perhitungan bobot (b) masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya, penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan point faktor lainnya. Sehingga formulasi perhitungannya adalah nilai yang telah didapat (rentang nilainya sama dengan banyaknya point faktor) dibagi banyaknya jumlah point faktor).
2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e). Perolehan angka ($d = x$) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka ($e = y$) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y.
3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadran SWOT.

Tabel 3.4
Pembobotan dalam Analisis SWOT (IFAS/EFAS)

No.	STRENGTH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Kekuatan			
No.	WEAKNESS	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.				
	Total Kelemahan			
$\text{Selisih Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan} = S - W = x$				
No.	OPPORTUNITY	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Peluang			
No.	TREATH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	dst			
	Total Tantangan			
$\text{Selisih Total Peluang} - \text{Total Tantangan} = O - T = y$				



Gambar 3.2 Kuadran dalam Analisis SWOT

Keterangan:

- a. Kuadran I (Positif, Positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif, artinya organisasi

dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

b. Kuadran II (Positif, Negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi strategi, artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karena itu, organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi.

c. Kuadran III (Negatif, Positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah ubah strategi, artinya organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Sebab strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.

d. Kuadran IV (Negatif, Negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi bertahan, artinya kondisi internal organisasi berada pada pilihan dilematis. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membenahi diri.

BAB IV

HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Kondisi Geografis Kabupaten Bondowoso

Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang terletak di bagian timur berbatasan dengan Kabupaten Situbondo pada sebelah barat dan utara, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Banyuwangi dan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Jember. Kabupaten Bondowoso terletak pada 7°50'10" sampai 7°56'41" LS dan 113°48'10" sampai 113°48'26" BT (Gambar 4.1).



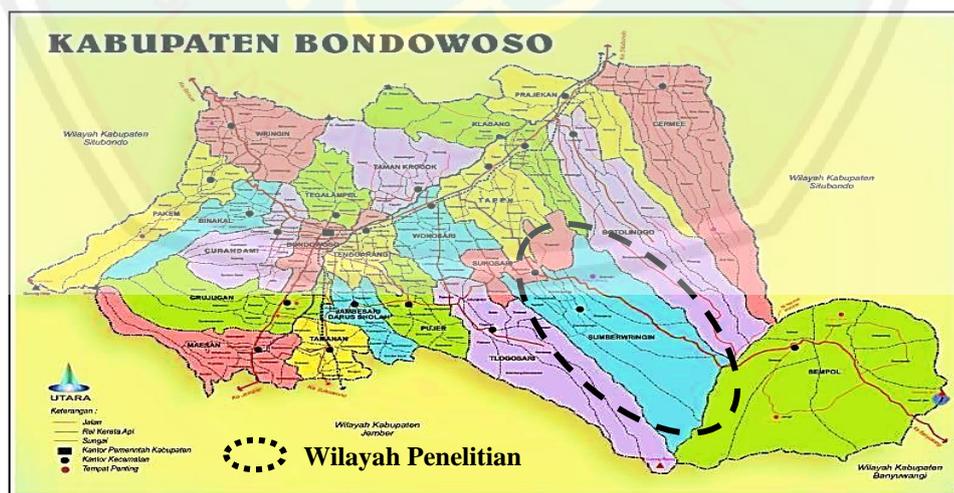
Gambar 4.1 Peta Letak Geografis Kabupaten Bondowoso

Sumber : Bappeda Kabupaten Bondowoso, 2019

Kabupaten yang terletak pada ketinggian rata-rata ± 253 meter di atas permukaan laut ini memiliki luas wilayah 1.560,10 Km². Kondisi bentang alam terdiri dari pegunungan dan perbukitan yang luasnya 44,4% dataran tinggi 24,9 % dan dataran rendah 30,7% dari luas wilayah secara keseluruhan. Pegunungan yang terdapat di Kabupaten Bondowoso yaitu pegunungan Ijen-Raung (pada bagian

timur) dan pegunungan Hyang dengan puncak Gunung Argopuro (pada bagian barat). Kondisi geografis dan topografis tersebut berpengaruh terhadap rata-rata curah hujan yang terjadi di Kabupaten Bondowoso yaitu sebesar 4.189 mm/tahun dengan temperatur rata-rata 26,5⁰ C.

Karakteristik wilayah dengan bentang alam yang demikian menjadikan Kabupaten Bondowoso sangat berpotensi untuk pengembangan sektor agraris, baik pertanian tanaman pangan, hortikultura, perkebunan dan sub sektor berbasis agraris lainnya. Beberapa komoditas agraris yang sudah sebagai produk lokal Kabupaten Bondowoso antara lain padi, jagung, ketela pohon, tembakau, kopi dan sayuran. Kecamatan Sumberwringin berada di bagian tenggara wilayah Kabupaten Bondowoso, berbatasan dengan Kecamatan Sukosari dan Tapen di sebelah Utara, dengan Kecamatan Botolinggo dan Sempol di sebelah Timur, dengan Kecamatan Sempol di sebelah Selatan dan Kecamatan Tlogosari di sebelah Barat (Gambar 4.2). Secara geografis terletak pada 7°53'50" sampai 8°06'28" LS dan 113°56'36" sampai 114°05'58" BT, dan memiliki karakteristik wilayah pegunungan dan perbukitan karena berada di lereng Gunung Raung. Kondisi iklim mikro yang sejuk dan tanah yang subur menjadikan Kecamatan Sumberwringin sangat potensial untuk pengembangan agribisnis.



Gambar 4.2 Wilayah Administrasi Kabupaten Bondowoso

Sumber : Bappeda Kabupaten Bondowoso, 2019

4.1.2 Kondisi Administrasi Pemerintahan

Kabupaten Bondowoso terdiri dari 23 kecamatan, 10 kelurahan, 209 desa dan 1.309 dusun, dengan sebaran kecamatan sebagaimana disajikan pada Gambar 4.2 tentang wilayah administrasi di Kabupaten Bondowoso. Kecamatan paling kecil wilayahnya adalah Kecamatan Bondowoso seluas 21,42 Km², dan kecamatan terluas adalah Kecamatan Sempol dengan luas 217,2 Km². Sedangkan kecamatan dengan jumlah desa paling sedikit adalah Kecamatan Sukosari (4 desa), dan Kecamatan Cermee dengan jumlah desa terbanyak yaitu 15 desa.

Kecamatan Sumberwringin sebagai wilayah penelitian terdiri dari 6 desa dengan jumlah luas wilayah 138,61 Km². Penggunaan lahan terluas pada tahun 2014 adalah hutan 8.198,83 ha, disusul perkebunan 2.148,38 ha, tegalan 1.215,32, sawah 1.894,75 ha, permukiman 240,64 ha dan lain-lain 96,81. Pusat pemerintahan sekaligus pusat pelayanan masyarakat berada di Desa Sumberwringin berjarak sekitar 27 Km dari ibukota Kabupaten Bondowoso.

4.1.3 Pengembangan Wilayah Kabupaten Bondowoso

Kebijakan pengembangan wilayah Kabupaten Bondowoso tertuang dalam dokumen Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Bondowoso Tahun 2011-2031 (Peraturan Daerah Kabupaten Bondowoso No. 12 Tahun 2011). Didalamnya terdapat arahan pengembangan kawasan strategis ekonomi kabupaten yang meliputi :

- a. Kawasan Agropolitan yang terintegrasi dengan Kawasan Segitiga Emas Ijen dan Agropolitan Regional Ijen meliputi wilayah Kecamatan Sumberwringin, Sukosari, Sempol dan Tlogosari;
- b. Kawasan Strategis Perkotaan Bondowoso yang meliputi wilayah Kecamatan Bondowoso, Tegalampel, Tenggarang dan Curahdami;
- c. Kawasan Strategis Tanaman an yang meliputi wilayah Kecamatan Tamanan, Pujer dan Jambesari Darus Sholah;
- d. Kawasan Industri yang meliputi wilayah Kecamatan Grujungan, Maesan, Tamanan, Prajekan, Klabang dan Botolinggo;

- e. Kawasan Daerah Tertinggal yang meliputi Kecamatan Binakal dan sekitarnya, Kecamatan Botolinggo dan sekitarnya, dan kecamatan Taman Krocok dan sekitarnya.

Kawasan strategis ekonomi akan menjadi prioritas penanganan dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi kabupaten. Pada kawasan yang potensial diharapkan akan menjadi pengungkit perekonomian daerah, sedangkan pada kawasan tertinggal diharapkan akan segera tertangani untuk mengangkat taraf hidup masyarakat dari bawah ambang garis kemiskinan dan ketertinggalan. Peta sebaran Kawasan Strategis Ekonomi Kabupaten Bondowoso disajikan pada Gambar 4.3 berikut :



Gambar 4.3 Peta Sebaran Kawasan Strategis Ekonomi Kabupaten Bondowoso

Sumber : Bappeda Kabupaten Bondowoso, 2020

Kawasan agropolitan sebagai salah satu kawasan strategis kabupaten telah diprioritaskan pengembangannya. Perencanaan dan perumusan kebijakan pengembangan agropolitan telah dilaksanakan sejak tahun 2008. Diharapkan kawasan agropolitan menjadi model pengembangan perekonomian daerah yang terintegrasi dengan pendekatan spasial yaitu pengembangan Kawasan khusus yang memiliki keunggulan komoditas.

4.1.4 Kebijakan Pengembangan Kawasan Agropolitan

Kawasan Agropolitan Kabupaten Bondowoso ditetapkan sejak tahun 2009 dengan SK Bupati Bondowoso Nomor 650/730/430.42/2009 yang meliputi 4 (empat) wilayah kecamatan, yaitu Kecamatan Sumberwringin, Sukosari, Sempol dan Tologosari. Pusat atau simpul kawasan agropolitan ditetapkan di Kecamatan Sumberwringin. Selain *delineasi* kawasan SK tersebut juga menetapkan komoditas unggulan kawasan agropolitan adalah kopi rakyat, sedangkan komoditas penunjang meliputi strawbery, makadamia, kubis, alpukat, durian dan ikan air tawar.

Gambar 4.4 menyajikan diagram sinkronisasi program dan kegiatan yang dilaksanakan Kelompok Kerja Agropolitan Kabupaten Bondowoso mulai tahun 2008 hingga 2022 berikut ini :

PROGRAM	KEGIATAN	TAHUN KE														
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1. Perencanaan Pengembangan Kawasan	1. Penyusunan Master Plan Kawasan Agropolitan															
	2. Penyusunan <i>Feasibility Studi</i> (FS) Kawasan Agropolitan															
	3. Penetapan Kawasan Agropolitan Kabupaten Bondowoso															
	4. Perencanaan Tapak Kawasan Sentra Agropolitan															
	5. Penyusunan RIPJM Kawasan Agropolitan															
	6. Pengusulan Menjadi Ke Propinsi dan Nasional															
2. Pengembangan Agribisnis	1. Pengembangan Sub Sistem Agro Input															
	2. Pengembangan Sub Sistem <i>Agro Proses On Farm</i>															
	3. Pengembangan Sub Sistem <i>Agro Proses Off Farm</i>															
3. Pengb. Lembaga Usaha Ekonomi Masyarakat	1. Peningkatan Kerja Sama															
	2. Penataan Kelambagaan															
	3. Bantuan Modal Usaha															
4. Pengembangan SDM	1. Peningkatan SDM Petani Kopi															
	2. Peningkatan SDM Pelaku Usaha Agribisnis Lainnya															
	1. Penyediaan Sarana Angkutan Umum															
	2. Peningkatan Akses Utama Kawasan															
	3. Peningkatan Jalur Utama Antar Sub Pusat Agropolitan															
	4. Peningkatan Jalur Akses Sentra Produksi Komoditas															
	5. Pemeliharaan Jalan dan Jembatan															
5. Pengembangan Infrastruktur Kawasan	6. Peningkatan Jaringan Irigasi															
	7. Pemeliharaan Jaringan Irigasi															
	8. Pembangunan Prasarana Air Bersih															
	9. Pembangunan Kawasan Sentra Agropolitan (KSA)															
	10. Pembangunan Sarana Wisata Rekreasi dalam KSA															
	11. Pembangunan Jaringan Listrik SUTR PLN															
	12. Pembangunan Sistem Listrik Mikrohidro															
	13. Pembangunan Sistem Listrik Tenaga Surya															

Gambar 4.4 Roadmap Pengembangan Kawasan Agropolitan Bondowoso

Sumber : Bappeda Kabupaten Bondowoso, 2009

Berbagai program dan kegiatan pembangunan digelontorkan pada kawasan agropolitan melalui pokja (kelompok kerja) yang dibentuk yaitu: pengembangan sumber daya manusia (SDM), pengembangan agribisnis, pengembangan usaha ekonomi dan pengembangan infrastruktur. Sebagian besar program dan kegiatan diarahkan pada peningkatan kualitas dan produktivitas kopi rakyat (arabika dan robusta) dalam bentuk bantuan bibit, bantuan alat pertanian, bantuan alat pengolahan kopi dan bantuan modal usaha agribisnis yang disertai upaya pembinaan, pelatihan dan pendampingan. Karena luas lahan kopi rakyat dan jumlah petani kopi sebagian besar berada di Kecamatan Sumberwringin, maka sebagian besar bantuan fasilitasi dalam rangka program pengembangan agropolitan dialokasikan di Kecamatan Sumberwringin. Dengan terfokusnya program dan kegiatan pembangunan yang dilaksanakan Pemerintah Kabupaten Bondowoso di Kecamatan Sumberwringin, maka untuk mengamati dampak pembangunan kawasan agropolitan dapat dilakukan dengan melihat fenomena kopi dalam hal pemasaran serta perkembangan sosial ekonomi masyarakat di wilayah Kecamatan Sumberwringin.

4.1.5 Deskripsi Penelitian

4.1.5.1 Analisis Nilai Tambah Komoditas Kopi

Sebelum penerapan kebijakan agropolitan, kopi rakyat di Kecamatan Sumberwringin produksinya sangat sedikit, kualitasnya rendah dan harga jualnya pun sangat rendah. Hal ini menjadikan petani kopi cenderung menelantarkan tanaman kopi dan sebagai pengganti tanaman kopi dengan komoditas lain, seperti tebu dan tembakau. Petani kopi umumnya menjual kopi dengan sistem “gelondongan” yaitu menjual ke tengkulak dalam kondisi kopi basah atau kopi yang baru dipetik dari pohonnya. Harga kopi gelondongan berkisar Rp. 3.000 per Kg. bahkan dalam kondisi sangat membutuhkan dana atau mendesak, petani kopi menjual dengan sistem “tebasan pohon”, yaitu menjual kopi dalam kondisi belum dipetik secara paket. Komoditas kopi pada saat itu dianggap tidak mampu membawa perekonomian masyarakat menjadi lebih baik.

Sejak dilakukan pembinaan, pelatihan dan pendampingan dalam meremajakan kebun kopi, merawat tanaman kopi dan mengolah biji kopi menjadi biji kering (HS dan *oce*), serta bubuk kopi dalam kemasan, maka secara perlahan kualitas kopi rakyat semakin baik dan meningkat produktivitasnya. Tanaman kopi yang terlantar mulai dibersihkan, diremajakan, bahkan memulai membuka lahan kopi baru pada lahan magersaren Perhutani. Hasilnya, mulai tahun 2012 kopi rakyat di Kecamatan Sumberwringin mulai diminati pasar baik lokal hingga internasional. Ekspor kopi rakyat dari kawasan agropolitan telah dilakukan sejak tahun 2014 dengan pasar Eropa dan Amerika.

Secara bertahap harga kopi mengalami kenaikan karena kualitas kopi semakin baik. Sudah tidak ada lagi petani yang menjual tebasan pohon dan sedikit yang masih menjual gelondongan. Sebagian besar telah mengolah kopi menjadi biji dan bubuk untuk mendapatkan nilai tambah ekonomi. Harga jual kopi rakyat jenis arabika telah mencapai Rp. 75.000,00 dalam bentuk biji kering *Oce*. Selengkapnya gambaran perubahan nilai tambah kopi rakyat dengan asumsi disajikan pada Tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1

**Peningkatan Nilai Tambah Komoditas Kopi Rakyat di Kecamatan Sumberwringin
Tahun 2009-2019**

No.	Bentuk Penjualan Kopi	Harga Per Kg pada Tahun (Rp.)	
		2009	2010-2019
1	Biji kulit basah (glondongan)	3.000	7.000-10.000
2	Biji kulit kering (glondongan kering)	7.000	10.000-15.000
3	Biji kering tanduk (HS) pasar lokal	12.000	22.500-25.000
4	Biji kering tanduk (HS) pasar ekspor	12.000	30.000-40.000
5	Biji kering pecah (<i>oce</i>)	15.000	60.000-75.000
6	Bubuk kopi (<i>powder</i>)	25.000	120.000-150.000

Sumber : Data Primer (*Interview*) dengan beberapa pelaku usaha kopi, 2019

Berdasarkan Tabel 4.1 maka dapat dilihat besarnya nilai tambah komoditas kopi yang dijual biji kering *oce* bisa mencapai 75 % dari jual basah gelondongan. Sedangkan dampak peningkatan kualitas kopi rakyat telah meningkatkan harga kopi dalam berbagai bentuk kurun waktu 10 tahun berkisar antara 21,67 % - 100%

per tahun. Tentu ini sangat menjanjikan bagi petani kopi dan semakin menyemangati dalam mengolah kopinya menjadi biji *oce*, bahkan menjadi kopi bubuk dalam kemasan.

4.1.5.2 Analisis Tingkat Penjualan Kopi

Tabel 4.2

Analisis Tingkat Penjualan Kopi Produsen/Petani Kopi Arabika Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019

No.	Keterangan	Sebanyak
1.	Rata-rata luas lahan	4.000 m ²
2.	Rata-rata produksi	4.500 Kg (basah)
3.	Rata-rata jumlah pohon kopi	1.200 Pohon
4.	Rata-rata jumlah penjualan kopi	4.490 (basah)
5.	Rata-rata harga jual	Rp. 60.000 (<i>oce</i>)
6.	Rata-rata jumlah kopi dikonsumsi	10 Kg

Sumber: Hasil Analisis Primer, 2019

Pengolahan biji kopi arabika dari bentuk basah menjadi bentuk *oce*/kopi tanduk (kulit luar dan dalam sudah tidak ada) menghasilkan perbandingan 4 : 1 maksudnya 100 Kg biji arabika basah setara dengan 25 Kg biji arabika *oce*/tanduk. Jumlah produksi kopi arabika di tempat penelitian rata-rata sebanyak 4.500 Kg dalam keadaan basah atau setara dengan 1.125 Kg biji kopi berbentuk *oce*.

Tabel 4.3

Responden Petani yang Menjual dan Menyimpan Kopi Arabika di Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019

No.	Keterangan	Responden	Persentase
1.	Menjual Keseluruhan	35	40
2.	Menjual dan Menyimpan Sebagian	52	60
Total		87	100

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

Hasil penelitian mendapatkan sebesar 80 persen petani menjual kopi arabika digabung dengan yang mengkonsumsi sebagian kopi, karena penjualan kopi merupakan pendapatan utama petani selain pendapatan sampingan.

4.1.5.3 Analisis Karakteristik Responden

A. Responden Petani Kopi Arabika

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Petani Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019

No.	Keterangan	Banyak responden (orang)	Persentase (%)
1	Rata-rata usia (tahun)		
	a. Usia 20 – 29	2	2
	b. Usia 30 – 39	12	14
	c. Usia 40 – 49	28	32
	d. Usia 50 – 59	26	30
	e. Usia 60 – 69	17	20
	f. Usia 70 – 79	2	2
	Jumlah	87	100
2	Tingkat Pendidikan		
	Tidak Tamat SD (orang)	6	7
	SD (orang)	37	42
	SMP (orang)	26	30
	SMA (orang)	18	21
	Jumlah	87	100
3.	Rata-rata jumlah anggota keluarga	4	
4.	Rata-rata Jumlah Luas Lahan	4.000 m ²	

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan responden petani kopi arabika dari penelitian yang dilakukan, responden petani kopi arabika tergolong usia yang produktif di tempat penelitian. Diketahui bahwa responden petani kopi arabika paling banyak di usia 40 – 49 tahun dan usia 50 – 59 terbanyak kedua. Usia petani menentukan kinerja petani di mana jika petani termasuk dalam usia yang produktif kinerjanya lebih baik dari pada usia yang tidak produktif. Menurut Sudiyono (2002) menyatakan bahwa penduduk yang berada pada kisaran umur 15-54 tahun tergolong pada tenaga kerja produktif sedangkan pada umur 0 – 14 tahun dan > 54 tahun tergolong pada tenaga kerja tidak produktif.

B. Responden Pedagang Kecil

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Pedagang Kecil Kabupaten Bondowoso Tahun 2019

No	Keterangan	Banyak responden (orang)	Persentase (%)
1.	Rata-rata usia (tahun)		
	b. Usia 30 – 39	2	22
	c. Usia 40 – 49	4	45
	d. Usia 50 – 59	3	33
	Jumlah	9	100
2.	Tingkat Pendidikan		
	SD (orang)	6	67
	SMP (orang)	2	22
	SMA (orang)	1	11
	Jumlah	9	100
3.	Rata-rata Jumlah anggota keluarga	4	

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, jumlah responden pedagang kecil tergolong usia yang produktif di tempat penelitian. Diketahui bahwa paling banyak usia 40 – 49 tahun dan usia 50 – 59 terbanyak kedua.

C. Responden Pedagang Besar

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Pedagang Besar Kopi Arabika Kabupaten Bondowoso Tahun 2019

No.	Keterangan	Banyak responden (orang)	Persentase (%)
1.	Rata-rata usia (tahun)		
	c. Usia 40 – 49	1	33,33
	d. Usia 50 – 59	1	33,34
	e. Usia 60 – 69	1	33,33
	Jumlah	3	100
2.	Tingkat Pendidikan		
	SMP (orang)	2	67
	SMA (orang)	1	33
	Jumlah	3	100

3.	Rata-rata jumlah anggota keluarga	4
----	-----------------------------------	---

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, karakteristik tiga orang responden pedagang besar masing-masing golongan usia 40 – 49 tahun, usia 50 – 59 tahun dan 60 – 69 tahun terdapat 1 orang responden pedagang besar kopi arabika.

D. Karakteristik *Eksportir*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap *eksportir* peneliti menemukan 1 orang responden *eksportir* dengan kriteria : usia 44 tahun, pendidikan SMA dan jumlah anggota keluarga 4 orang.

4.1.6 Analisis Data

4.1.6.1 Analisis Biaya Pemasaran

Hasil penelitian ini menunjukkan tanaman kopi di daerah penelitian merupakan tanaman yang panen pasca kopi berumur 5 tahun dari masa tanam. Oleh karena itu, biaya produksi dari petani kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin dianggap tidak ada. Jika menghitung biaya produksi maka akan meliputi banyak biaya, misalnya biaya input, biaya pemeliharaan, biaya penanaman dan sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti langsung membahas mengenai harga jual kopi dari petani selaku produsen. Penelitian ini mengambil produksi kopi *oce*, atau kopi yang sudah tidak terdapat kulit luar dan kulit dalamnya.

A. Petani Kopi Arabika

Tabel 4.7

Rata-rata Harga Jual Kopi Arabika Oleh Petani Kopi Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019

No.	Keterangan	Nominal
1.	Rata-rata Harga Jual	Rp. 60.000 / kg
2.	Harga Jual Terendah	Rp. 50.000 / kg
3.	Harga Jual Tertinggi	Rp. 75.000 / kg

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

Hasil penelitian yang didapat, harga jual kopi arabika dari petani rata-rata sebesar Rp. 60.000 /kg dengan harga jual tertinggi sebesar Rp. 75.000 /kg dan harga jual terendah sebesar Rp. 50.000 /kg. Harga terendah dari petani dikarenakan responden petani kopi arabika tempat tinggalnya dekat dari pasar serta kopi yang dihasilkan dengan kualitas rendah. Sedangkan dijual dengan harga tertinggi dikarenakan jarak petani kopi arabika jauh dengan pasar.

Analisis biaya pemasaran yang dikeluarkan pada masing-masing lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso dijelaskan sebagai berikut :

B. Pedagang Kecil Kopi Arabika

Tabel 4.8

**Biaya Pemasaran Responden Pedagang Kecil Kopi Arabika per Kg
Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso
Tahun 2019**

No.	Keterangan	Nominal
1.	Rata-rata Harga Jual	Rp. 63.000
2.	Rata-rata Harga Beli	Rp. 60.000
3.	Rata-rata Biaya Pemasaran	
	➤ Biaya Penyimpanan	Rp. 25
	➤ Biaya Angkut	Rp. 50
	➤ Biaya Operasional	Rp. 300
4.	Keuntungan	Rp. 2.625

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

Hasil Penelitian yang didapat, harga jual kopi arabika dari pedagang kecil rata-rata sebesar Rp. 63.000 dengan harga jual tertinggi sebesar Rp. 65.000 dan harga jual terendah sebesar Rp. 61.000 dilihat dari kualitas kopi arabika. Rata-rata biaya pemasaran responden pedagang kecil diantaranya biaya penyimpanan sebesar Rp. 25, biaya angkut sebesar Rp.50 dan biaya operasional sebesar Rp. 300. Adapun keuntungan yang diperoleh pedagang kecil sebesar Rp. 2.625. Untuk biaya operasional responden pedagang kecil sebesar Rp. 30.000 / kuintal kopi dikarenakan jarak antara petani kopi dengan pasar yang jauh, biaya penyimpanan sebesar Rp. 2.500 / kuintal dan biaya angkut sebesar Rp. 5.000 / kuintal kopi.

C. Pedagang Besar Kopi Arabika

Tabel 4.9

**Biaya Pemasaran Responden Pedagang Besar Kopi Arabika per Kg
Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso
Tahun 2019**

No.	Keterangan	Nominal
1.	Rata-rata Harga Jual	Rp. 65.000
2.	Rata-rata Harga Beli	Rp. 63.000
3.	Rata-rata Biaya Pemasaran	
	➤ Biaya Penyimpanan	Rp. 25
	➤ Biaya Angkut	Rp. 50
	➤ Biaya Operasional	Rp. 100
4.	Keuntungan	Rp. 1.825

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

Hasil Penelitian yang didapat, harga jual kopi arabika pedagang besar rata-rata sebesar Rp. 65.000 dengan harga jual tertinggi sebesar Rp. 68.000 dan harga jual terendah sebesar Rp. 63.000 dilihat dari kualitas kopi arabika. Rata-rata biaya pemasaran responden pedagang besar diantaranya biaya penyimpanan sebesar Rp. 25, biaya angkut sebesar Rp.50 dan biaya operasional sebesar Rp. 100. Adapun keuntungan yang diperoleh pedagang besar sebesar Rp. 1.825. Untuk biaya operasional responden pedagang besar sebesar Rp. 10.000 / kuintal kopi, biaya penyimpanan sebesar Rp. 2.500 / kuintal dan biaya angkut sebesar Rp. 5.000 / kuintal kopi.

D. *Eksportir* Kopi Arabika

Tabel 4.10

**Biaya Pemasaran Responden *Eksportir* Kopi Arabika per Kg Kecamatan
Sumberwringin Kabupaten Bondowoso
Tahun 2019**

No.	Keterangan	Nominal
1.	Rata-rata Harga Jual	Rp. 67.500
2.	Rata-rata Harga Beli	Rp. 65.000
3.	Rata-rata Biaya Pemasaran	
	➤ Biaya Penyimpanan	Rp. 250
	➤ Biaya Angkut	Rp. 100
	➤ Biaya Operasional	Rp. 150
4.	Keuntungan	Rp. 2.000

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

Hasil Penelitian yang didapat, harga jual kopi arabika *eksportir* sebesar Rp. 67.500 dengan harga jual tertinggi sebesar Rp. 70.000 dan harga jual terendah sebesar Rp. 65.000 dilihat dari kualitas kopi arabika. Rata-rata biaya pemasaran responden pedagang besar diantaranya biaya penyimpanan sebesar Rp. 250, biaya angkut sebesar Rp.100 dan biaya operasional sebesar Rp. 150. Keuntungan yang didapat responden *eksportir* adalah sebesar Rp. 2.000. Untuk biaya operasional *eksportir* sebesar Rp. 15.000 / kuintal, biaya penyimpanan sebesar Rp. 25.000 / kuintal (*eksportir* mempunyai gudang lebih besar yang digunakan untuk penyimpanan kopi *oce* nantinya dijadikan sebagai kopi *powder* (bubuk) dan biaya angkut Rp. 10.000 / kuintal.

Dari setiap lembaga tataniaga tentunya tidak ingin mengalami kerugian. Oleh karena itu, harga beli dan harga jual setiap lembaga tataniaga dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 4.11

**Harga Beli dan Harga Jual Setiap Lembaga Tataniaga Kopi Arabika di
Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso
Tahun 2019**

Lembaga Tataniaga	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
Petani Kopi Arabika	-	60.000
Pedagang Kecil	60.000	63.000
Pedagang Besar	63.000	65.000
<i>Eksportir</i>	65.000	67.500

Sumber : Hasil Analisis Data Primer, 2019

4.1.6.2 Analisis Keuntungan Lembaga Tataniaga

Keuntungan dari lembaga tataniaga merupakan selisih harga jual dengan harga pembelian dikurangi biaya pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan produsen dengan harga yang diberikan konsumen.

Tabel 4.12
Analisis Keuntungan Lembaga Tataniaga Kopi arabika Kecamatan
Sumberwringin Kabupaten Bondowoso
Tahun 2019

Lembaga Tataniaga	Harga Beli	Harga Jual	Biaya Pemasaran	Keuntungan
Petani Kopi	-	60.000	-	-
Pedagang Kecil	60.000	63.000	375	2.625
Pedagang Besar	63.000	65.000	175	1.825
<i>Eksporir</i>	65.000	67.500	500	2.000

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

Hasil penelitian yang didapat, pedagang kecil mendapatkan keuntungan yang terbesar sebesar Rp. 2.625. Sedangkan yang terkecil pada pedagang besar sebesar Rp. 1.825.

4.1.6.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk merumuskan strategi kebijakan yang tepat dalam keberlanjutan pengembangan kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso dengan berbasis pada pengamatan dan *brain storming* yang dilakukan oleh peneliti kepada para petani dan *stakeholder* melalui FGD (*Focus Grup Discussion*) serta wawancara mendalam (*indepth interview*) yang tertera pada lampiran.

Hasil identifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*treaths*) dalam pengembangan agribisnis kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin sebagai berikut:

- a. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) dalam pengembangan kopi arabika, yaitu :
 1. Potensi alam (tanah dan iklim) sangat mendukung pengembangan kopi arabika sebagai komoditas utama dan menjadi identitas kawasan agropolitan Bondowoso.
 2. Kopi Arabika di Sumberwringin dan sekitarnya memiliki keunikan dan telah dikenal di pasar internasional dengan *brand* Kopi Arabica Java Ijen-Raung.

3. Ketersediaan lahan budidaya yang luas, baik kebun dan tegal milik masyarakat maupun lahan Magersaren Perhutani yang dapat dimanfaatkan untuk perluasan area budidaya kopi.
 4. Tersedia infrastruktur jalan dan jembatan yang semakin baik yang menghubungkan antar kawasan produksi kopi, baik lokasi kebun kopi, lokasi pengolahan kopi dan titik pemasaran.
 5. Adanya dukungan anggaran dari pemerintah melalui berbagai skema dalam pengembangan kawasan agropolitan, baik APBN, APBD maupun dana masyarakat serta peran serta swasta melalui CSR untuk berbagai pembangunan infrastruktur kawasan, prasarana dan sarana pelayanan masyarakat, bantuan usaha tani, serta program pendampingan terhadap pelaku usaha agribisnis kopi arabika.
- b. Faktor-faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) dalam pengembangan kopi arabika, yaitu:
1. Keterampilan dan pengetahuan petani atau pelaku agribisnis di Kecamatan Sumberwringin dalam budidaya kopi relatif masih kurang. Belum semua petani kopi memiliki keterampilan budidaya kopi dengan teknik yang baik dan modern.
 2. Keterampilan pelaku agribisnis dalam pengolahan kopi pasca panen relatif masih kurang. Sebagian besar petani atau kelompok pengolah kopi masih belum memiliki SOP teknik pengolahan sehingga belum ada standarisasi cita rasa (*taste*) Kopi Arabica Sumberwringin.
 3. Tradisi budidaya kopi yang sudah turun temurun di Kecamatan Sumberwringin kurang diminati oleh generasi muda saat ini. Pemuda dan remaja setempat pada umumnya kurang tertarik dengan budidaya dan pengolahan kopi.
 4. Produktivitas komoditas kopi arabika sangat rentan oleh perubahan pola cuaca (*el nino, la-nina*, dan sebagainya) sementara masa produksi kopi arabika berlangsung satu tahun sekali.
 5. Petani kopi arabika pada umumnya kekurangan modal dalam mengembangkan usaha agribisnis hulu sampai hilir.

- c. Faktor-faktor yang menjadi peluang (*opportunity*) dalam pengembangan kopi arabika, yaitu:
1. Prospek pasar kopi arabika masih sangat luas baik lokal, regional maupun internasional dan kebutuhan (*demand*) kopi cenderung meningkat.
 2. Minum/menyeduh kopi dan berkunjung ke cafe semakin menjadi *trend* atau gaya hidup masyarakat saat ini yang berimplikasi pada meningkatnya permintaan kopi.
 3. Semakin banyak calon pembeli kopi dari luar negeri (*buyer* atau *eksportir*) yang tertarik dan berkunjung langsung ke kawasan agropolitan.
 4. Kawasan agropolitan dapat dikemas menjadi daya tarik atau destinasi wisata, misalnya memadukan antara wisata alam dengan pertanian serta kuliner.
 5. Lembaga keuangan dan perbankan dapat memberikan fasilitas modal usaha di sektor pertanian/perkebunan.
- d. Faktor-faktor yang menjadi ancaman (*treaths*) dalam pengembangan kopi arabika, yaitu:
1. Persaingan pasar kopi di tingkat regional dan internasional semakin ketat dalam menuntut kualitas kopi yang berstandar baik.
 2. Fluktuasi harga kopi menjadi tidak menguntungkan bila pasokan kopi di pasar melimpah.
 3. Prospek tanaman perkebunan dan kehutanan lainnya seperti tebu, sengon, gamelina, jabon dan lainnya dapat mengurangi minat petani untuk budidaya kopi.
 4. Adanya anomali cuaca yang dapat mempengaruhi produksi kopi.
 5. Generasi muda (petani muda) lebih tertarik pada mata pencaharian non pertanian, yaitu pekerjaan atau usaha di sektor perdagangan dan jasa di perkotaan.

Berikut disajikan pada Tabel 4.13 untuk memberikan gambaran mengenai strategi yang dapat dipilih dalam pengembangan kopi arabika di bawah ini:

Tabel 4.13

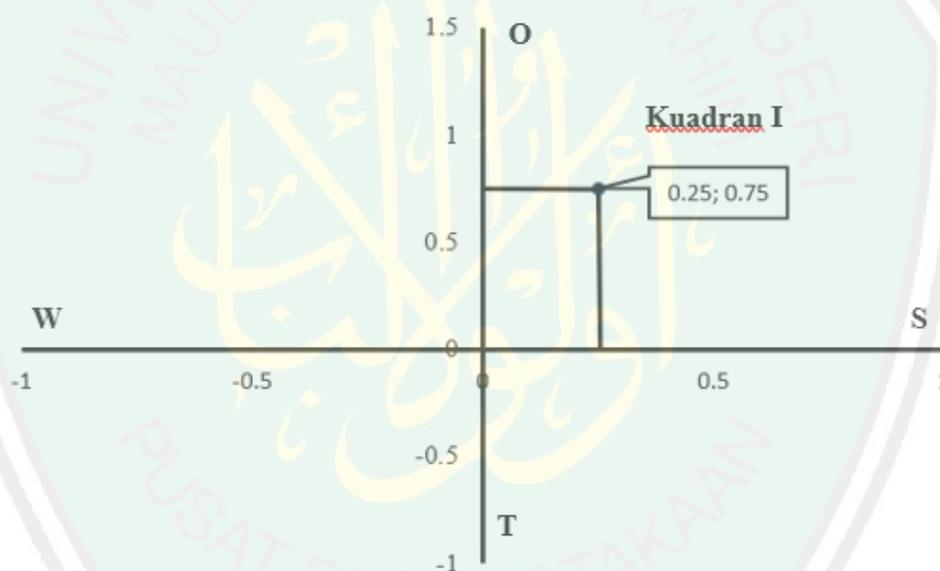
Matrik Faktor internal dan Eksternal pada Analisis Swot

	<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prospek pasar kopi arabika masih sangat luas. 2. Minum/menyeduh kopi dan berkunjung ke cafe semakin menjadi <i>trend</i> atau gaya hidup. 3. Semakin banyak calon pembeli kopi dari luar negeri (<i>buyer</i> atau <i>eksportir</i>). 4. Kawasan agropolitan dapat dikemas menjadi daya tarik atau destinasi wisata. 5. Lembaga keuangan dan perbankan dapat memberikan fasilitas modal usaha. 	<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan pasar kopi di tingkat regional dan internasional semakin ketat. 2. Fluktuasi harga kopi menjadi tidak menguntungkan bila pasokan kopi di pasar melimpah. 3. Prospek tanaman perkebunan dan kehutanan dapat mengurangi minat petani. 4. Adanya anomali cuaca yang dapat mempengaruhi produksi kopi. 5. Generasi muda (petani muda) lebih tertarik pada mata pencaharian non pertanian.
<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi alam (tanah dan iklim) sangat mendukung. 2. Kopi Arabika di Sumberwringin (Java Ijen-Raung) telah dikenal di pasar internasional. 3. Ketersediaan lahan, kebun, tegal dan magersen, 4. Adanya dukungan anggaran dari pemerintah. 	<p style="text-align: center;">Strategi menggunakan kekuatan untuk menangkap peluang (S-O) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kapasitas stakeholder kopi arabika dalam hal teknik budidaya, pengolahan, pemasaran dan akses permodalan. 2. Pengembangan fungsi kawasan agropolitan sebagai kawasan wisata edukasi. 3. Peningkatan sarana dan prasarana penunjang pariwisata. 	<p style="text-align: center;">Strategi menggunakan kekuatan untuk mengurangi ancaman (S-T) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan kelembagaan pengaturan ketersediaan kopi antisipasi saat panen raya. 2. Peningkatan SDM petani dalam teknik budidaya kopi arabika dan meminimalisir kegagalan panen akibat anomali cuaca. 3. Pengenalan agribisnis kopi dan prospeknya pada generasi muda.
<p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterampilan dan pengetahuan berbudidaya kopi relatif masih kurang. 2. Keterampilan pelaku agribisnis dalam pengolahan kopi pasca panen relatif masih kurang. 3. Tradisi budidaya kopi kurang diminati oleh generasi muda saat ini. 4. Produktivitas komoditas kopi arabika sangat rentan oleh perubahan pola cuaca. 	<p style="text-align: center;">Strategi menggunakan kelemahan untuk menangkap peluang (W-O) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan kerjasama antar lembaga untuk peningkatan nilai tambah agribisnis kopi arabika. 2. Peningkatan kapasitas stakeholder kopi rakyat dalam hal teknik budidaya, pengolahan, pemasaran dan akses permodalan. 3. Penelitian varietas kopi arabika yang sesuai dengan kondisi iklim saat ini. 	<p style="text-align: center;">Strategi menggunakan kelemahan untuk mengurangi ancaman (W-T) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan kerjasama antar sektor untuk pengenalan agribisnis kopi arabika dan prospeknya kepada generasi muda. 2. Pengembangan kerjasama antar lembaga untuk peningkatan nilai tambah agribisnis kopi arabika. 3. Pembinaan petani muda untuk berwirausaha sebagai petani kopi modern.

5. Petani kopi arabika pada umumnya kekurangan modal dalam mengembangkan usaha agribisnis.		
--	--	--

Sumber: Pengolahan Hasil FGD, 2019.

Berdasarkan hasil pembobotan terhadap faktor internal dan faktor eksternal pengembangan kopi arabika sebagaimana di uraikan pada Lampiran VII , maka diperoleh hasil pengolahan matrik SWOT melalui *Microsoft excel 2016* yang menunjuk kondisi kebijakan pengembangan kawasan agropolitan berbasis agribisnis kopi arabika ini berada pada **Kuadran I** sebagaimana Gambar 4.5.



Gambar 4.5 Kuadran Hasil Perhitungan Matrik SWOT

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Gambar 4.5 menunjukkan hasil analisis SWOT berada pada **Kuadran I (positif, positif)**. Hal ini menjelaskan bahwa pengembangan agropolitan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dikembangkan, yaitu :

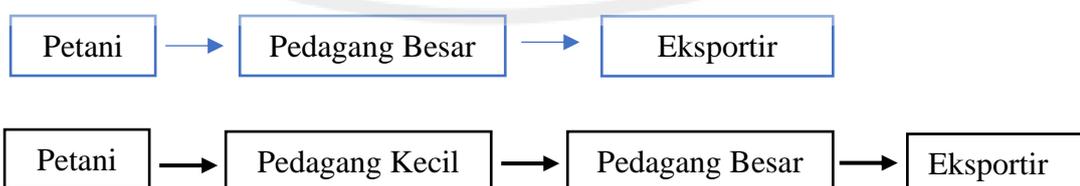
- 1) Peningkatan kapasitas *stakeholder* kopi rakyat dalam hal teknik budidaya, pengolahan, pemasaran dan akses permodalan.
- 2) Pengembangan fungsi kawasan agropolitan sebagai kawasan wisata edukasi.
- 3) Peningkatan sarana dan prasarana penunjang pariwisata.

Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **progresif**, artinya Pemerintah Kabupaten Bondowoso dalam kondisi prima sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melanjutkan kebijakan pengembangan wilayah dengan pengembangan kawasan agropolitan yang berbasis agribisnis kopi arabika untuk meningkatkan kondisi sosial ekonomi masyarakat.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis Saluran Tataniaga

Penelitian terkait analisis saluran tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso dengan melibatkan petani, pedagang kecil, pedagang besar dan *eksportir*. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2019 hingga Maret 2020. Penelitian ini melibatkan 100 responden diantaranya 87 petani, 3 responden pedagang besar, 9 pedagang kecil dan 1 *eksportir* kopi arabika. Penentuan responden lembaga tataniaga dilakukan dengan teknik *snowball sampling*. Hasil dari penelitian ini mendapatkan rantai saluran kopi dari mulai budidaya atau pascapanen sampai pengiriman ke pembeli/*eksportir*. Dari petani kopi sampai dengan *eksportir* menunjukkan saluran tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso terdapat 2 saluran tataniaga yaitu : 1) Saluran tingkat 2 (Produsen → Pedagang Besar → *Eksportir*), 2) saluran tataniaga tingkat 3 (Produsen → Pedagang Kecil → Pedagang Besar → *Eksportir*). Biji kopi dari petani dikelola terlebih dahulu ke Unit Pengolahan Hasil (UPH) untuk pengolahan lanjutan, setelah itu petani menjualkan biji tersebut kepada saluran tataniaga berikutnya. Apabila digambarkan sebagai berikut :



Gambar 4.6 : Bagan Model/Pola Saluran Tataniaga Kopi Arabika Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso.

Keterangan : = Saluran Tataniaga Tingkat 2
 = Saluran Tataniaga Tingkat 3

Hasil analisis data primer didapatkan, saluran tataniaga tingkat 2 dari 87 responden petani kopi arabika di tempat penelitian menjual kopi ke pedagang besar sebanyak 35 responden atau sebesar 40 persen. Sedangkan saluran tataniaga tingkat 3 dari 87 petani kopi arabika yang menjual ke pedagang kecil sebanyak 52 orang atau 60 persen dan 1 pedagang besar yang membeli langsung kepada petani.

Tabel 4.14

**Arah Penjualan Responden Petani Kopi Arabika di Kecamatan
Sumberwringin Kabupaten Bondowoso
Tahun 2019**

No.	Arah Penjualan	Banyak Responden	Persentase
1.	Pedagang Kecil	52	40
2.	Pedagang Besar	35	60
Total		87	100

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

4.2.2 Analisis Marjin Tataniaga

Tabel 4.15 mendapatkan hasil penelitian bahwa nilai marjin tertinggi lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso adalah pedagang kecil sebesar Rp. 3.000. Nilai marjin kedua adalah *eksportir* sebesar Rp. 2.500 dan terkecil adalah pedagang besar sebesar Rp. 2.000. Oleh karena itu, besarnya marjin tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso dihitung dengan rumus :

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana :

MP : Marjin Pemasaran

Pr : Harga Ditingkat *Eksportir*

Pf : Harga Ditingkat Petani

$$\begin{aligned} MP &= Pr - Pf \\ &= \text{Rp. } 67.500 - \text{Rp. } 60.000 \\ &= \text{Rp. } 7.500 \end{aligned}$$

Tabel 4.15
Analisis Marjin Pemasaran Lembaga Tataniaga Kopi Arabika per Kg di
Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso
Tahun 2019

Lembaga Tataniaga	Harga Beli	Harga Jual	Marjin
Petani Kopi Arabika	-	60.000	-
Pedagang Kecil	60.000	63.000	3.000
Pedagang Besar	63.000	65.000	2.000
<i>Eksportir</i>	65.000	67.500	2.500

Sumber : Hasil Analisis Data Primer, 2019

Tabel 4.16
Analisis Marjin Keuntungan Lembaga Tataniaga Kopi Arabika per Kg
Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso
Tahun 2019

Lembaga Tataniaga	Harga Beli	Harga Jual	Marjin	Biaya Pemasaran	Keuntungan
Petani Kopi	-	60.000	-	-	-
Pedagang Kecil	60.000	63.000	3.000	375	2.625
Pedagang Besar	63.000	65.000	2.000	175	1.825
<i>Eksportir</i>	65.000	67.500	2.500	500	2.000

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

Hasil penelitian diatas menunjukkan lembaga tataniaga pedagang kecil adalah mempunyai keuntungan terbesar dibandingkan lainnya sebesar Rp. 2.625, sedangkan pedagang besar mempunyai keuntungan yang kecil sebesar Rp. 1.825.

4.2.3 Analisis Efisiensi Tataniaga

Analisis efisiensi tataniaga kopi di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso digunakan rumus untuk mengetahui efisiensi tataniaga adalah :

$$E_p = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang dipasarkan}}$$

Jika : $E_p > 1$ maka tidak efisien

$E_p < 1$ maka efisien

Tabel 4.17

Analisis Efisiensi tataniaga Lembaga Tataniaga Kopi Arabika Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2019

Lembaga Tataniaga	Biaya	Nilai Jual	Nilai Efisiensi
Petani Kopi Arabika	-	60.000	-
Pedagang Kecil	375	63.000	0,0059
Pedagang Besar	175	65.000	0,0026
<i>Eksportir</i>	500	67.500	0,0074

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

Hasil penelitian yang didapat menunjukkan nilai efisiensi lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso adalah < 1 yang merupakan efisien. Lembaga tataniaga pedagang besar adalah paling efisien dibandingkan dengan lainnya, karena nilai produknya besar dengan biaya pemasaran yang kecil.

Tabel 4.18 menyatakan saluran tataniaga tingkat 2 adalah yang paling efisien, dikarenakan marjinnya besar dan biaya pemasaran yang kecil, serta dilalui oleh pedagang besar dan *eksportir*. Akan tetapi, petani kopi arabika yang menjual langsung ke pedagang besar yang melalui saluran tingkat 2 sebanyak 35 responden atau 40 persen, 1 responden atau 33,33 persen pedagang besar langsung membeli ke petani kopi. Penelitian ini menyatakan responden banyak melalui saluran tingkat 3.

Tabel 4.18
Analisis Saluran Tataniaga Kopi Arabika per Kg Kecamatan
Sumberwringin Kabupaten Bondowoso
Tahun 2019

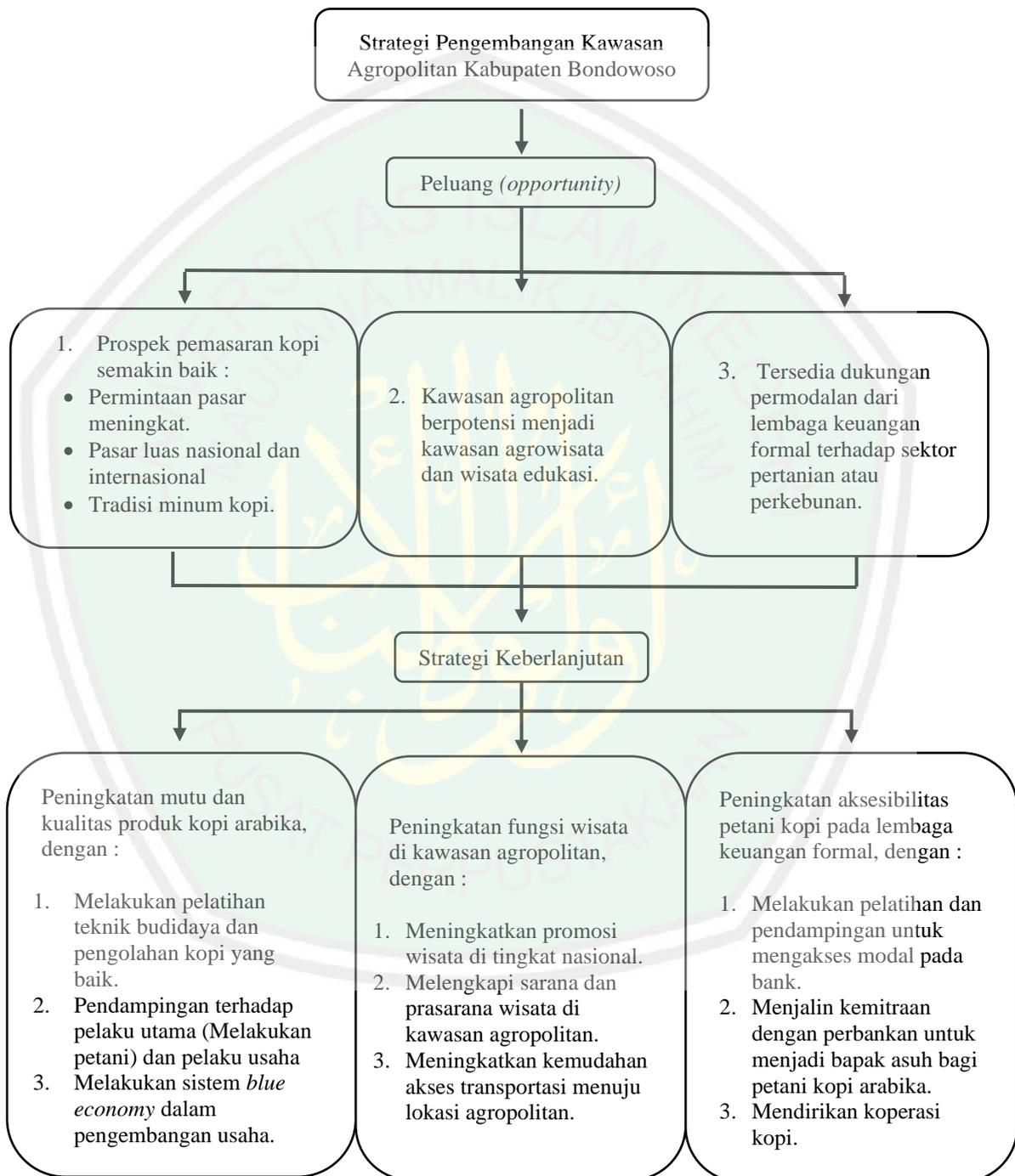
No	Lembaga Tataniaga	Harga Beli	Harga Jual	Biaya Pemasaran	Keuntungan	Marjin	Nilai Efisiensi
Saluran Tingkat 2							
1.	Petani	-	60.000	-	-	-	-
2.	Pedagang Besar	60.000	65.000	375	4.625	5.000	0.0057
3.	<i>Eksportir</i>	65.000	67.500	500	2.000	2.500	0.0074
Saluran Tingkat 3							
1.	Petani	-	60.000	-	-	-	-
2.	Pedagang Kecil	60.000	63.000	375	2.625	3.000	0.0059
3.	Pedagang Besar	63.000	65.000	175	1.825	2.000	0.0026
4.	<i>Eksportir</i>	65.000	67.500	500	2.000	2.500	0.0074

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019

4.2.4 Strategi Keberlanjutan Pengembangan Kawasan Agropolitan

Salah satu tujuan pengembangan kawasan agropolitan melalui S.K. Bupati Bondowoso No.650/730/430.42/2009 adalah untuk menggali potensi dan mengembangkan komoditas unggulan pertanian, yaitu kopi arabika sebagai komoditas utama dan komoditas lainnya sebagai pendukung. Konsep agropolitan merupakan pengembangan kawasan perdesaan dengan penggerak ekonomi utamanya adalah sektor pertanian khususnya perkebunan. Analisis matriks SWOT dilakukan oleh peneliti untuk merumuskan strategi kebijakan yang tepat dalam keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan di Kecamatan Sumberwringin dengan berbasis pada pengamatan (observasi) dan *brain storming* yang dilakukan oleh peneliti kepada para petani dan *stakeholder* melalui FGD dan wawancara mendalam (*indepth interview*). Dalam hal ini, fokus pengembangan kawasan agropolitan dilakukan terhadap pengembangan usaha agribisnis kopi arabika sebagai produk unggulan Kabupaten Bondowoso.

Desain strategi keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan dianalisis oleh peneliti sebagaimana pada Gambar 4.7 secara rinci berikut :



Gambar 4.7 : Desain Strategi Keberlanjutan Pengembangan Kawasan Agropolitan.

Sumber : Hasil Analisis, 2019.

Berdasarkan Gambar 4.7 diatas dijabarkan sebagai berikut :

1. Peningkatan mutu atau kualitas produk kopi arabika.

Strategi ini merupakan strategi untuk menangkap peluang pasar Kopi Java-Ijen Raung yang sudah memiliki *brand* yang kuat di pasar kopi nasional dan internasional. Strategi dapat dilakukan melalui beberapa langkah berikut ini :

- a. Pemerintah melakukan pelatihan terhadap petani dan pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuannya dalam budidaya kopi yang baik serta mampu melakukan pengolahan kopi sesuai standart operasional prosedur (SOP) yang baik sehingga kualitas dapat terjaga dan cita rasa produk menjadi standar dengan keunikannya. Pelatihan dapat dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan pihak akademisi ataupun lembaga lembaga penelitian serta LSM (lembaga swadaya masyarakat) yang memiliki kompetensi. Pelatihan dilakukan secara berkala dan kontinyu agar diperoleh hasil yang nyata dan menyentuh sebagian besar pelaku usaha kopi arabika di kawasan agropolitan khususnya Kecamatan Sumberwringin.
- b. Pemerintah melakukan pendampingan terhadap petani kopi dan pengolah kopi dalam melakukan usahanya. Hal ini bertujuan untuk dapat membantu pelaku usaha dalam menangani masalah dan hambatan yang terjadi dalam pengembangan usaha, baik secara teknik budidaya, pengolahan, pemasaran, ataupun dalam manajemen tata kelola usaha. Pada titik ini, pemerintah hadir menjadi jembatan/fasilitator dalam menemukan solusi permasalahan yang ada di lapangan. Pendampingan dapat dilakukan secara berkala oleh petugas yang disediakan pemerintah. Selama ini, pendampingan telah dilakukan, namun demikian masih minimnya jumlah dan kompetensi pendamping menyebabkan upaya pendampingan tidak berjalan optimal.
- c. Pengembangan kawasan agropolitan harus juga memperhatikan keselarasan alam dan lingkungan yang merupakan modal dasar terwujudnya kawasan agropolitan. Sistem *blue economy* harus dapat diterapkan oleh pelaku usaha agribisnis di kawasan agropolitan sehingga usaha dapat berjalan efektif dan efisien dengan sedikit limbah (*zero waste*) dan bersifat ramah lingkungan. Maka perlu dilakukan pengawasan secara berkala terhadap proses agribisnis

yang berlangsung pada setiap kelompok atau unit usaha. Pengawasan bertujuan untuk menjamin proses budidaya kopi, pengelolaan kopi pasca panen hingga pengolahannya menjadi berbagai produk kemasan dan khususnya terhadap penanganan limbah yang baik.

2. Pengembangan pariwisata kawasan agropolitan

Strategi ini dilakukan untuk menangkap peluang potensi alam kawasan agropolitan yang sejuk dan indah. Pastinya sangat sesuai menjadi kawasan pariwisata atau tujuan wisata yang terintegrasi dengan pengembangan agribisnis. Strategi yang dapat diterapkan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan promosi wisata ditingkat nasional dan internasional yang dilakukan guna mengenalkan potensi wisata Kabupaten Bondowoso sehingga dapat menjadi destinasi wisata baru. Promosi wisata dapat dilakukan melalui penyelenggaraan acara (*event*) budaya yang ada di Kabupaten Bondowoso, membuat iklan wisata di media cetak maupun elektronik dan memasukkan kawasan agropolitan sebagai salah satu tujuan wisata yang layak di kunjungi.
- b. Melengkapi sarana dan prasarana wisata di kawasan agropolitan untuk mendukung promosi wisata yang dilakukan. Upaya tersebut dapat dilakukan oleh pemerintah sendiri atau bermitra dengan swasta dalam mengembangkan wisata di kawasan agropolitan. Sarana dan prasarana yang dapat dibangun seperti arena permainan *outbond*, *area camping ground*, *resort*, *resto* dan *cafe* di sekitar perkebunan kopi arabika.
- c. Meningkatkan kemudahan akses transportasi menuju lokasi kawasan agropolitan, mengingat kemudahan mencapai lokasi wisata menjadi salah satu pertimbangan wisatawan untuk dapat berwisata ke suatu destinasi.

3. Peningkatan aksesibilitas petani kopi pada lembaga keuangan formal.

Strategi ini dilakukan untuk menangkap peluang adanya dukungan lembaga keuangan formal terhadap sektor pertanian/perkebunan. Hal ini dapat dilakukan melalui beberapa langkah berikut ini :

- a. Pemerintah dapat melakukan pembinaan dan pendampingan agar petani, kelompok tani atau unit usaha dapat mengakses modal pada bank. Pembinaan dan pendampingan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha

kopi arabika secara administrasi dan manajemen usaha agar memenuhi persyaratan untuk mengakses modal pada lembaga keuangan formal seperti perbankan. Adanya sistem pembatasan kredit (*credit rationing*) yang dilakukan perbankan seringkali menjadi hambatan bagi masyarakat untuk mendapatkan kredit dari bank. Pembatasan kredit umumnya dilakukan atas dasar adanya risiko atau ketidakpastian usaha yang menimbulkan ketidakpercayaan bank terhadap calon nasabah dalam pengembalian kreditnya. Hal ini tentunya dapat diminimalisasi dengan melakukan sistem manajemen usaha yang baik dan administrasi yang lengkap, serta menjalin hubungan yang baik dengan bank sehingga bank memiliki kepercayaan bahwa calon nasabah adalah orang yang layak mendapat kredit.

- b. Menjalinkan kemitraan dengan perbankan untuk menjadi bapak asuh bagi pelaku utama kopi arabika. Dalam hal ini pemerintah menjadi fasilitator untuk menjembatani kemitraan antara perbankan dan pelaku usaha kopi arabika atau disebut dengan memanfaatkan CSR lembaga perbankan yang hendaknya dapat terus dilanjutkan dengan lebih efektif.
- c. Mendirikan koperasi petani kopi yang dapat menjadi sarana bagi petani dan usaha pengolah kopi dalam bergotong royong mengatasi permasalahan usaha agribisnis, termasuk penyedia modal usaha dan pengaturan ketersediaan kopi di tingkat lokal kawasan. Hal ini tentunya akan mendorong petani dan pengelolah kopi dalam penyediaan modal dan manajemen ketersediaan produk kopi sehingga dapat mengantisipasi fluktuasi harga akibat berlimpahnya produk pada saat panen raya dan supaya petani kopi tidak lagi menjual kopi dalam keadaan basah (gelondongan atau tebasan).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengamatan yang dilakukan di wilayah penelitian, maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain :

1. Saluran tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin terdapat 2 macam pola saluran. (1) saluran tingkat 2 (Petani selaku produsen → pedagang besar → *eksportir* ; (2) saluran tingkat 3 : Petani kopi → Pedagang kecil → Pedagang besar → *eksportir*. Hasil analisis data primer didapatkan, Saluran tataniaga tingkat 2 dari 87 responden petani kopi arabika di tempat penelitian menjual kopi ke pedagang besar sebanyak 35 responden atau sebesar 40 persen. Sedangkan Saluran tataniaga tingkat 3 dari 87 petani kopi arabika yang menjual ke pedagang kecil sebanyak 52 orang atau 60 persen dan 1 pedagang besar yang membeli langsung kepada petani.. Dari hasil penelitian, jika dianalisis lebih lanjut dari 2 saluran tataniaga kopi arabika tersebut terdapat perbedaan, baik biaya pemasaran, keuntungan serta marjin tataniaga dari lembaga tataniaga kopi yang terlibat.
2. Analisis efisiensi tataniaga menyatakan bahwa lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin <1 (sudah efisien). Sedangkan saluran tataniaga tingkat 2 adalah yang paling efisien, dikarenakan marjinnya besar dan biaya pemasaran yang kecil, serta dilalui oleh pedagang besar dan *eksportir*. Dan pedagang besar merupakan lembaga tataniaga yang paling efisien yaitu sebesar 0,0026, karena nilai produknya besar dengan biaya pemasaran yang kecil.
3. Strategi yang dapat dilaksanakan untuk keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan agar lebih optimal antara lain :
 - a. Peningkatan kualitas produk kopi arabika, dengan cara :
 1. Pendampingan terhadap petani dan pelaku usaha pengolahan kopi dalam aspek teknik budidaya, pengolahan, pemasaran dan manajemen usaha.

2. Melakukan pelatihan teknik budidaya dan pengolahan kopi yang baik.
 3. Melakukan sistem *blue economy* dalam pengembangan usaha.
- b. Pengembangan pariwisata kawasan agropolitan, dengan cara :
1. Meningkatkan promosi wisata di tingkat nasional.
 2. Melengkapi sarana dan prasarana wisata di kawasan agropolitan.
 3. Meningkatkan kemudahan akses transportasi menuju lokasi agropolitan.
- c. Peningkatan akses petani kopi pada lembaga keuangan formal, dengan cara :
1. Melakukan pelatihan dan pendampingan untuk mengakses modal pada bank.
 2. Menjalinkan kemitraan dengan perbankan untuk menjadi bapak asuh bagi petani kopi arabika.
 3. Mendirikan koperasi kopi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan diatas, maka dapat disusun beberapa saran untuk dapat mengoptimalkan pemasaran kopi arabika dan pengembangan kawasan agropolitan di Kabupaten Bondowoso, sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah Kabupaten Bondowoso, diantaranya :
 - a. Mengkaji dan menyusun strategi pengembangan usaha agribisnis kopi arabika yang dapat diimplementasikan sesuai dengan kondisi SDM petani kopi dan pelaku pengolahan kopi.
 - b. Melakukan pembangunan secara terpadu dan komprehensif yang melibatkan multisektor pembangunan dengan mengoptimalkan SKPD terkait dan kelompok kerja (POKJA) agropolitan yang sudah dibentuk.
 - c. Mempercepat pembangunan Sub Terminal agropolitan agar kawasan agropolitan Bondowoso memiliki titik penarik (*pole attraction*) yang mampu menarik investasi baru dan menjadi pusat kegiatan masyarakat sehingga dapat mengurangi perpindahan tenaga kerja ke perkotaan.

- d. Mengkaji dan menggali komoditas lain yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk unggulan baru selain kopi arabika, mengingat masa panen kopi tidak berlangsung sepanjang tahun (musiman) serta untuk memunculkan *brand* baru, misalnya alpukat, durian atau ikan air tawar.
2. Bagi petani kopi arabika dan pelaku usaha pengolahan kopi, diantaranya :
 - a. Meningkatkan kemampuan bekerja sama dan berorganisasi sehingga dapat membentuk kelompok-kelompok UMKM dan sejenisnya sebagai wadah bagi petani kopi dan pelaku usaha untuk saling membantu dan berbagi peran dalam mengembangkan usaha agribisnis kopi arabika.
 - b. Meningkatkan modal sosial diantara petani kopi, pengolah kopi dan pekerja (buruh) serta masyarakat kawasan sehingga usaha kopi arabika ini, baik budidaya kopi maupun pengolahannya tidak hanya memberi manfaat langsung bagi kelompok tertentu namun juga bagi masyarakat sekitarnya.
 3. Bagi akademisi atau peneliti lain, diantaranya :
 - a. Melakukan penelitian tentang kemungkinan penetapan komoditas unggulan baru selain kopi arabika sebagai *brand* baru Kabupaten Bondowoso dalam keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan.
 - b. Melakukan penelitian terkait kelembagaan ekonomi yang diperlukan di masyarakat akibat meningkatnya usaha budidaya dan pengolahan kopi arabika khususnya serta adanya kebijakan pengembangan kawasan agropolitan.
 - c. Kekurangan penelitian ini diantaranya bergantung pada kemampuan dan pengamatan peneliti serta dimungkinkan perubahan perilaku dari objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahannya.

Amrin, Abdullah. (2007). *Bisnis, Ekonomi, Asuransi dan Keuangan syariah*. Penerbit Grasindo: Jakarta.

Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Penerbit Rineka Cipta: Jakarta.

Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Bondowoso. (2019).

Badan Pusat Statistika. (2019). *Kabupaten Bondowoso dalam Angka 2019*. Diakses 1 November 2019

Chandra, Gregorius. (2005). *Strategi dan Program Pemasaran*. Penerbit: Andi :Yogyakarta.

Dahl Dc, Hammond JW. (1977). *Market and Price Analysis The Agricultural Industry*. Mc. Grawhill Book Company. New York.

Dinas Pertanian Kabupaten Bondowoso. (2019). Jawa Timur

Freddy, Rangkuti. (2018). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT (Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI)*. Jakarta: PT. Gramedia.

Hibatullah, M. Fikri. (2016). *Analisis Model Pemasaran Kacang Shanghai (Studi Pada Perusahaan Gangsar Snack And Food Tulungagung)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Jujur T N Sitanggang dan Syaad Afifuddin Sembiring. (2013). *Pengembangan Potensi Kopi Sebagai Komoditas Unggulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Dairi*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.1 No.6, Juni 2013.

Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2018). *Outlook Kopi*. Jakarta.

Kotler dan Amstrong. (2013). *Prinsip-prinsip Marketing*. Edisi Ke-12, Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 2. Penerbit Erlangga: Jakarta.

- Limbong W.H, Sitorus. (1987). *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Malhotra, Naresh K. (2009). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Masyhuri dan Asnawi, Nur. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.
- Miles,M.B, Huberman,A.M, dan Saldana,J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nelli Cahya Mitra, Evita Soliha Hani dan Triana Dewi Hapsari. (2015). *Analisis Peluang Pilihan Saluran Pemasaran Kopi Rakyat Di Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember*. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian: Universitas Jember.
- Pranoto, Sugimin., Ma'arif, M. Syamsul., Sutjahjo, Surjono H dan Siregar, Hermanto. (2006). *Pembangunan Perdesaan Berkelanjutan Melalui Model Pengembangan Agropolitan*. Jurnal Manajemen dan Agribisnis Vol.3 No.1 Maret 2006.
- Qardhawi, Yusuf. (2001). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Penerbit Rabbani Press: Jakarta.
- Rika Hariance, Rudi Febriamansyah dan Faidil Tanjung. (2016). *Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta Di Kabupaten Solok*. AGRISEP Vol 15 No.1 Maret 2016. ISSN: 1412-8837
- Soehartono, Irawan. (2004). *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*. Penerbit: PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Sudiyono, Arman. (2002). *Pemasaran Pertanian*. Cetakan ketujuh, Edisi II. UMM Press: Malang.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Syahrani, H.A Husainie. (2001). *Penerapan Agropolitan dan Agrobisnis dalam Pembangunan Ekonomi Daerah*. FRONTIR No.33, Maret 2001

Syamsiar, Nur Ratika. (2016). *Pengembangan Kawasan Agropolitan Berbasis Partisipasi Di Kecamatan Malunda Kabupaten Majene Dengan Pendekatan ABCD (Asset Based Community Development)*. Fakultas Sains dan Teknologi. UIN Alauddin Makassar.

Widyaningtyas, Raharto dan Agustina. (2014). *Analisis Efisiensi tataniaga Kopi Arabika Di Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Jember.





LAMPIRAN

Lampiran 1 :

Adapun teknik pengumpulan data dijabarkan sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi			
No	Aspek	Fenomena	Data yang didapatkan
1	Pemasaran kopi arabika petani	Jenis penjualan kopi yang dilakukan petani.	Jenis Penjualan Kopi arabika tertinggi dari petani sebagai produsen.
2	Bentuk penjualan kopi	Jenis penjualan kopi arabika.	Harga per Kg jenis penjualan kopi arabika.
3	Permasalahan penjualan kopi arabika	Macam-macam permasalahan terhadap penjualan kopi arabika.	Permasalahan yang sering muncul terhadap penjualan kopi.
4.	Sistem budidaya kopi setelah ada agropolitan.	Pelatihan yang diberikan pemerintah terhadap budidaya kopi.	Macam-macam pelatihan yang diberikan pemerintah.

2. Wawancara

Pedoman Wawancara		
No	Informan	Daftar Pertanyaan
1	Ketua Kelompok Tani Kopi Arabika	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana awalnya dulu bapak memulai usaha kopi ? 2. Permasalahan apa yang sering muncul pada usaha kopi ? 3. Seberapa banyak lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin ini Bapak ? 4. Seberapa besar keuntungan yang Bapak peroleh dari penjualan kopi arabika ? 5. Seberapa besar tingkat efisiensi harga yang ditetapkan petani kopi arabika ? 6. Menurut bapak, apakah pemerintah sudah tepat menerapkan kebijakan agropolitan ?
2	Petani Kopi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana bentuk penjualan kopi arabika yang bapak lakukan ? 2. Berapa harga jual kopi arabika dari masing-masing bentuk tersebut bapak ? 3. Berapa keuntungan atau laba yang bapak dapatkan dari masing-masing penjualan ? 4. Biasanya bapak menjual Kopi arabika langsung kepada siapa ?

		<ol style="list-style-type: none"> 5. Adakah <i>eksportir</i> yang langsung membeli kopi ke Bapak ? 6. Menurut Bapak, adakah dukungan pemerintah dalam pemasaran kopi ? 7. Apa bentuk dukungan pemerintah dalam pengembangan kawasan agropolitan ? 8. Apakah menurut bapak pembangunan pengembangan kawasan ini meningkat dengan adanya agropolitan ? 9. Apakah sistem budidaya kopi sebelum agropolitan dengan setelah ada agropolitan berbeda Bapak ? 10. Bagaimana Bapak memenuhi kebutuhan modal untuk usaha kopi ? 11. Apakah modal menjadi kendala saat ini Bapak ? 12. Bagaimana kelangsungan usaha kopi arabika dalam satu tahun Bapak, apakah menjanjikan ?
3	Pedagang Kecil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah Bapak membeli kopi arabika Java-Ijen langsung dari petani ? 2. Berapa Biaya pemasaran yang dikeluarkan Bapak dalam membeli kopi arabika tersebut ? 3. Berapa rata-rata harga jual kopi arabika ini Bapak ? 4. Berapa harga jual tertinggi dan terendah kopi arabika ini Bapak ? 5. Apakah ada pedagang besar yang membeli kepada Bapak ?
4.	Pedagang Besar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah Bapak membeli kopi arabika Java-Ijen langsung dari petani ? 2. Berapa Biaya pemasaran yang dikeluarkan Bapak dalam membeli kopi arabika tersebut ? 3. Berapa rata-rata harga jual kopi arabika ini Bapak ? 4. Berapa harga jual tertinggi dan terendah kopi arabika ini Bapak ? 5. Apakah Bapak membeli kopi arabika kepada pedagang kecil ? 6. Apakah ada <i>eksportir</i> yang membeli kepada Bapak ?
5.	<i>Eksportir</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah Bapak membeli kopi arabika Java-Ijen langsung dari petani ?

		<p>2. Berapa Biaya pemasaran yang dikeluarkan Bapak dalam membeli kopi arabika tersebut ?</p> <p>3. Berapa rata-rata harga jual kopi arabika ini Bapak ?</p> <p>4. Berapa harga jual tertinggi dan terendah kopi arabika ini Bapak ?</p>
--	--	--

3. Dokumen

Data Penelitian			
No	Data	Jenis data	Data yang didapatkan
1.	Data Luas Areal dan Produksi Kopi Arabika Kabupaten Bondowoso Tahun 2019.	Data BPS	1. Data Luas Areal Tanam Kopi Arabika. 2. Data Produksi Kopi Arabika (Ton). 3. Data Perkembangan
2.	Data Kecamatan Produktif Tanaman Kopi Arabika Kabupaten Bondowoso .	Data BPS	Luas Lahan dan Peningkatan Produksi Kopi Arabika. 4. Data jumlah Gapoktan
3.	Data GAPOKTAN (Gabungan Kelompok Tani) Kabupaten Bondowoso 2019.	Data BPS	Kecamatan Sumberwringin. 5. Data Jumlah Petani
4.	Data Kecamatan Kawasan Agropolitan Kabupaten Bondowoso.	Data BPS	Kopi Arabika Kecamatan Sumberwringin. 6. Data Kecamatan Agropolitan . 7. Data Potensi
5.	S.K Bupati Bondowoso No. 650/730/430.42/2009	Deskriptif	Pengembangan Kawasan Agropolitan Kabupaten Bondowoso.

Lampiran 2 :**PANDUAN KUESIONER UNTUK PETANI**

Kuesioner penelitian dengan judul : “**Analisis Tataaniaga Kopi arabika (Coffee Arabika) Java Ijen-Raung di Kabupaten Bondowoso**”.

Tujuan dari pengisian kuesioner adalah untuk menyelesaikan skripsi. Petunjuk pengisian: Saudara diminta memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dan menjawab pertanyaan yang tertera dibawah, yang menurut saudara atau saudari sesuai dengan kenyataan. Atas bantuan dan partisipasinya dalam mengisi kuesioner diucapkan terima kasih.

A. Identitas Petani

No. Responden :

Tanggal Wawancara :

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
4. Umur :
5. Pendidikan :

<input type="checkbox"/> Tidak sekolah	<input type="checkbox"/> Tamat SMP
<input type="checkbox"/> Tidak tamat sekolah	<input type="checkbox"/> Tamat SMA/K
<input type="checkbox"/> Tamat SD	<input type="checkbox"/> Lainnya
6. Jumlah tanggungan : ... orang
7. Pekerjaan utama :
8. Pekerjaan sampingan :
9. Luas lahan :
10. Luas lahan usaha tani kopi arabika :
11. Status lahan :

12. Komoditi yang di usahakan selain kopi arabika :

[] Jagung [] Sayur-mayur

[] Kentang [] Kacang tanah

[] Lainnya :

13. Dalam satu (1) tahun berapa kali panen kopi arabika :

B. Aspek Pemasaran

1. Apa alasan saudara melakukan usahatani kopi arabika?

.....

2. Jenis kopi apa saja yang saudara jual ke lembaga tataniaga?

No.	Jenis Kopi	Jumlah Hasil Panen Kopi / Tahun	Harga Jual (Rp/Kg)

3. Bagaimana saudara memperoleh informasi harga jual kopi arabika ?

.....

4. Bagaimana proses penyaluran kopi arabika ke lembaga tataniaga? Mohon diuraikan.

.....

5. Jika terjadi perunan harga, apa yang saudara lakukan?

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

6. Apakah saudara melakukan hubungan kerjasama dengan lembaga tataniaga dalam memasarkan kopi arabika dan bentuk kerjasama seperti apa yang di lakukan?

Ya Tidak

Jika “Ya”, jelaskan:

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

7. Adakah kesulitan yang saudara hadapi dengan lembaga tataniaga dalam menjual kopi arabika?

Ya Tidak

Jika “Ya”, jelaskan :

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

PANDUAN KUESIONER UNTUK LEMBAGA TATANIAGA

Kuesioner penelitian dengan judul : “**Analisis Tataniaga Kopi arabika (Coffee Arabika) Java Ijen-Raung di Kabupaten Bondowoso**”.

Tujuan dari pengisian kuesioner adalah untuk menyelesaikan skripsi. Petunjuk pengisian: Saudara diminta memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dan menjawab pertanyaan yang tertera dibawah, yang menurut saudara atau saudari sesuai dengan kenyataan. Atas bantuan dan partisipasinya dalam mengisi kuesioner diucapkan terima kasih.

A. Identitas Lembaga Tataniaga

- No. Responden** :
- Tanggal Wawancara** :
1. Nama :
 2. Alamat :
 3. Jenis kelamin :
 4. Umur :
 5. Pendidikan Formal :
 - [] SD [] SMA/K
 - [] SMP [] Univesitas
 6. Pekerjaan utama :
 7. Pekerjaan sampingan :
 8. Apakah saudara :
 - [] Tengkulak [] pedagang kecil
 - [] Pedagang besar [] lainnya :
 - [] *Eksportir*

B. Aspek Pemasaran

1. Apa alasan saudara melakukan usaha atau bisnis kopi arabika?

.....

2. Manfaat yang diperoleh dari menjadi pedagang kopi arabika?

.....

3. Bagaimana proses penyaluran kopi arabika yang saudara beli ? Mohon diuraikan.

.....

4. Dalam membeli kopi arabika, adakah standar yang saudara tetapkan ?

.....

5. Jenis kopi apa yang saudara beli ?

Jenis Pedagang	Jenis Kopi arabika	Jumlah Pembelian	Harga Beli

6. Apakah saudara memiliki penjual kopi arabika tetap (langganan)?

[] Ya [] Tidak

Jika “ya”, mohon sebutkan :

.....

7. Adakah hambatan yang dihadapi dalam membeli kopi arabika?

.....

8. Kepada siapa saudara menjual kopi arabika?

Jenis Pedagang	Jumlah yang di jual (Kg/ton)	Harga Jual

9. Biaya pemasaran apa saja yang saudara keluarkan, sebelum menjual kopi arabika?

No.	Keterangan	Biaya yang dikeluarkan (Rp/Kuintal)
1.	Biaya Penyimpanan	
2.	Biaya Angkut	
3.	Biaya Operasional	

10. Bagaimana saudara menetapkan harga jual dan beli kopi arabika?

.....

11. Jika terjadi perunan harga, apa yang saudara lakukan ?

.....

12. Apakah saudara menjalin hubungan kerjasama dengan *eksportir* ?
 Ya Tidak

Jika "Ya" mohon jelaskan :

.....

Lampiran 3

HASIL WAWANCARA

Berikut ini disajikan cuplikan hasil wawancara dengan beberapa informas yang telah peneliti tentukan dalam penelitian :

1. Bapak Abdul Latif - Ketua Kelompok Tani

Peneliti : Bagaimana awalnya dulu mulai usaha kopi pak ?

Informan : Saya dulu hanya menanam kopi serius sekitar 0,5 ha Mas, tapi lambat laun meningkat sekarang sudah lebih 10 ha. Petani kopi arabika lainnya rata-rata juga tambah telaten ngopeni lahan kopinya. Sekarang permintaan kopi meningkat mas, bahkan sekarang sudah empat *eksportir* kopi yang langsung gerilya ke kelompok tani mencari kopi arabica.

Peneliti : Permasalahan apa yang sering muncul pada usaha kopi ?

Infroman : Permasalahan yang sering kali muncul itu masalah *fluktuasi* harga kopi. Pada saat musim raya, harga kopi cenderung turun dan tidak stabil. Selain harga kopi menjadi rendah sampai-sampai petani menjual dengan sistem tebasan atau gelondongan karena petani butuh uang mendesak. Mungkin pemerintah perlu membantu kelompok tani membentuk koperasi khusus untuk menangani stok kopi pada saat melimpah atau saat petani butuh dana sementara kopi belum siap panen. Bisa juga dengan BUMD yang melayani resi gudang kopi. Jadi harga tidak fluktuatif, maksudnya harga nggak langsung jatuh dan petani mendapat jaminan. Nah sampai sekarang belum ada.

Peneliti : Seberapa banyak lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin ini, Bapak ?

Informan : Lembaga tataniaga disini paling banyak pedagang kecil mas, rata-rata pedagang kecil sudah berhubungan dengan petani atau sudah menjadi akses pedagang membeli kopi. Kalau *Eksportir* ada bahkan sampai dari Bandung.

Peneliti : Seberapa besar keuntungan yang Bapak peroleh dari penjual kopi arabika ?

Informan : Tergantung kualitas kopinya Mas, kalau kopinya bagus dan baik petani mengambil keuntungan Rp.9000-Rp.11.000 perkilonya.

Peneliti : Menurut Bapak, Apakah pemerintah sudah tepat menerapkan kebijakan pengembangan kopi arabika di kawasan agropolitan ini ?

Informan : Sudah tepat Mas. Karena kawasan kopi di Kecamatan Sumberwringin menjadi semakin berkembang, ekonomi masyarakat juga bergerak. Usaha ini banyak menyerap tenaga kerja di wilayah ini, bahkan kalau musim panen harus mendatangkan tenaga buruh dari luar. Sampai ada orang pengepul tenaga buruh kopi. Hanya saja butuh beberapa kebijakan lagi terkait pemasarannya.

2. Bapak Yan – Petani Kopi

Peneliti : Bagaimana bentuk penjualan kopi arabika yang Bapak lakukan ?

Informan : Biasanya petani menjual biji kering pecah (*oce*) Mas atau kulit luar dan dalamnya sudah tidak ada, sebagian petani menjual kopinya dengan sistem tebasan atau gelondongan. Kalau saya tergantung Mas, kalau biji kopi arabika bagus maka kopi biasanya dikeringkan sampai kering pecah. Akan tetapi kalau sudah tidak ada uang atau kepepet kadang dijual kopi basah nya Mas.

Peneliti : Berapa harga jual kopi arabika dari masing-masing penjualan kopi itu Bapak ?

Informan : Kalau biji basah nya murah sekitar Rp. 7.000 – 10.000 kalau sudah kering bisa sampai Rp.40.000. Kalau biji ocenya lebih mahal karena prosesnya lama sekitar Rp.60.000 - 75.000 tergantung kualitasnya.

- Peneliti : Menurut Bapak, adakah dukungan pemerintah dalam pemasaran kopi arabika ?
- Informan : Kebijakan penerapan agropolitan ini kan sangat didukung oleh pemerintah, pemasaran kopi Bondowoso sekarang sudah sampai *ekspor*, malah punya *brand* nama yaitu Java-Ijen Raung. Jadi pemasaran sudah sangat terbuka. Permintaan pembeli atau *eksportir* tambah banyak datang kesini. Otomatis kan kalau pemasaran meningkat, pendapat kita juga akan meningkat karena produksi pasti di tingkatkan, kita maksimalkan supaya bisa memenuhi permintaan itu.
- Petani : Apa bentuk dukungan pemerintah dalam pengembangan kopi arabika ini, Bapak ?
- Informan : Salah satunya dengan adanya pendampingan kepada petani kopi seperti adanya pelatihan berbudidaya kopi, pelatihan pengolahan kopi serta pendampingan petani kopi untuk melakukan akses kredit kepada perbankan.
3. Bapak Kar – Petani Kopi Mandiri
- Peneliti : Apakah sistem budidaya kopi sebelum adanya agropolitan dengan setelah ada ini berbeda, Bapak ?
- Informan : Mulai 2010 Mas banyak pelatihan budidaya kopi arabika, jadi masyarakat mulai pintar. Terutama dengan menyambung *enteres* (pucuk bibit kopi unggul) ke kopi tua yang diremajakan. Dulu disini banyak lahan kopi yang nggak dikelola jadi dibiarkan begitu saja sampai tinggi dan rimbun, hanya dipanen dan hasilnya sedikit. Sejak adanya pendampingan dari pemerintah masyarakat jadi tau tentang budidaya kopi arabika yang baik. Mulai meremajakan tanaman kopi, merawat, memanen yang baik, mengolah menjadi biji dan membuat bubuk kopi, juga cara membuat kemasan. Apalagi kan sekarang permintaan meningkat untuk ekspor atau didalam negeri.

- Petani : Biasanya Bapak menjual kopi arabika langsung kepada siapa ?
- Informan : Kalau saya menjual ke pedagang kecil, kadang juga ada pedagang besar yang membeli disini. Pembelinya biasanya sudah yang ada kenalan dengan saya Mas.
- Petani : Adakah *eksportir* yang langsung membeli kopi ke Bapak ?
- Informan : Ada Mas, akan tetapi jarang. Biasanya *eksportir* membeli kepada pedagang besar atau pedagang kecil. Jarang *eksportir* membeli langsung kepada petani kecuali petani sudah mempunyai kenalan. Karena kualitas atau pilihan kopi arabika pilihan peng-*eksportir* harus bagus. Kopi yang dipanen petani masuk kepada UPH (unit pengolahan hilir). Biasanya pedagang kecil atau besar yang membeli kualitas bagus buat dijual lagi.

4. Bapak Suyitno – Ketua Koperasi Petani Kopi

- Peneliti : Bagaimana Bapak memenuhi kebutuhan modal untuk usaha kopi arabika ?
- Infroman : Dulu ndak dikelola itu Mas lahan yang disana, yang dilahan magersaren dengan Perhutani itu, karena dulu saya ndak punya modal yang cukup. Sekarang kan sudah bisa nambah modal, sudah banyak koperasi disini. Bisa akses ke bank juga, Pemda kan bantu petani kopi dapat bantuan Bank Indonesia, jadi lahan yang tadinya ndak saya kelola karena dapat modal tambahan. Hasilnya juga baik kan banyak pendampingan dari penyuluh perkebunan dan pendamping UPH dari pemerintah Mas. Banyak bantuan alat-alat pertanian juga bantuan bibit sambungan.
- Peneliti : Berarti modal sudah bukan menjadi kendala lagi saat ini yah Bapak ?
- Infroman : Bagi sebagian petani yang sudah bisa akses kredit ke bank mungkin tidak Mas, tapi bagi petani lain yang belum ya tetap menjadi kendala. Makanya perlu adanya koperasi kopi sehingga

petani yang nggak bisa akses ke bank bisa mendapat pinjaman dari koperasi.

Peneliti : Bagaimana kelangsungan usaha kopi arabika dalam satu tahun Bapak, apakah menjanjikan ?

Informan : Dengan adanya *ekspor* kopi memang ada pertanyaan tentang stok kopi untuk bubuk kemasan khas Sumberwringin. Kelompok tani bersepakat komposisi satu banding satu, maksudnya separuh di *ekspor* separuh diolah menjadi bubuk kemasan. Nyatanya saya merasakan stok kopi untuk penjualan bubuk kemasan mencukupi dan nyambung sampai panen tahun berikutnya.

5. Bapak Aris - Pedagang Kecil

Peneliti : Apakah Bapak membeli kopi arabika Java-Ijen langsung dari petani ?

Informan : Iya Mas, saya membeli kopi kepada petani yang sudah saya kenal sebelumnya.

Peneliti : Berapa biaya pemasaran yang dikeluarkan Bapak dalam membeli kopi arabika tersebut ?

Informan : Biaya pemasaran diantaranya biaya penyimpanan, biaya angkut sama operasionalnya saja Mas. Untuk biaya penyimpanan sebesar Rp. 2.500/kuintal, biaya angkut sebesar Rp.5.000/kuintal dan untuk operasionalnya Rp. 30.000 /kuintal karena jaraknya jauh.

Peneliti : Berapa rata-rata harga jual kopi arabika ini Bapak ?

Informan : Kalau harga jual biasanya saya mengambil laba Rp.3.000 perkilonya. Tergantung harganya dari petani Mas.

Peneliti : Berapa harga jual tertinggi dan terendah kopi arabika ini Bapak ?

Informan : Harga terendah biasanya mengambil laba Rp.1.000 karena kualitas biasanya Mas. Kalau tertingginya biasanya mengambil keuntungan Rp.5.000 bahkan lebih karena kualitas yang bagus dan permintaan banyak.

- Peneliti : Apakah ada pedagang besar yang membeli kepada Bapak ?
- Informan : Ada Mas. Pedagang besar biasanya mengambil ke saya karena stok yang dimilikinya sudah tinggal sedikit. Biaya operasionalnya lebih murah dibanding langsung mengambil ke petani.

4. Hj. Juri - Pedagang Besar

- Peneliti : Apakah Ibu membeli kopi arabika langsung dari petani ?
- Informan : Nggak Mas, biasanya ada orang yang kesini menawarkan kopi. Biasanya dari pedagang kecil atau para pedagang yang mengambil kopi dari petani kemudian menjual lagi kopinya ke saya. Kami hanya mengambil kopi yang sudah kering atau oцена Mas.
- Peneliti : Berapa biaya pemasaran yang dikeluarkan Ibu dalam membeli kopi arabika tersebut ?
- Informan : Kami sudah menetapkan biaya pemasarannya, kuli atau yang ngangkut kami bayar Rp. 5.000/ kuintalnya, untuk biaya operasionalnya Rp. 10.000/ kuintalnya. Kalo biaya gudangnya Rp.2.500 / kuintal mas.
- Peneliti : Berapa rata-rata harga jual kopi arabika ini Ibu ?
- Informan : Kalo Oцена Rp.65.000/kgnya mas. Tergantung kualitas bagus apa tidak. Biasanya ada serinya. Kopi A atau B.
- Peneliti : Berapa harga jual tertinggi dan terendah kopi arabika ini Ibu ?
- Informan : Kalo saya jual Rp.68.000 Mas biasanya pas lagi banyak permintaan. Kalo terendah saya jual Rp.63.000 itu jenis yang B atau kurang bagus.
- Peneliti : Apakah ada *eksportir* yang membeli kepada Ibu ?
- Informan : *eksportir* biasanya beli langsung ke petani atau pedagang kecil. Saya hanya menjual kepada konsumen. Tapi kadang ada juga mas yang beli ke saya, *eksportir* dari luar daerah.

5. H. Marhum - *Eksportir*.

Peneliti : Apakah Bapak membeli kopi arabika langsung dari petani ?

Informan : Saya beli kopi dari pedagang kecil atau besar Mas. Biasanya petani menjual kopinya ke pedagang kecil terlebih dahulu baru saya beli. Rata-rata petani disini menjualnya dengan sistem gelondongan atau tebasan yang buah kopinya masih di pohon.

Peneliti : Berapa biaya pemasaran yang dikeluarkan Bapak dalam membeli kopi arabika tersebut ?

Informan : Biaya transport per kuintalnya Rp. 15.000, biaya gudangnya atau penyimpanan kopinya Rp. 25.000 kala kulinya atau yang ngangkut kopi disini Rp. 10.000 per kuintalnya.

Peneliti : Berapa rata-rata harga jual kopi arabika ini Bapak untuk jenis oce ?

Informan : Kalau oce rata-rata Rp.67.500 tapi kalau sudah dikemas dan kopinya di sangar lebih mahal. Bisa per 250 gram harganya Rp.60.000.

Peneliti : Berapa harga jual tertinggi danterendah kopi ocenya ini Bapak ?

Informan : Harga jual tertinggi ya Rp. 70.000 Mas itu belum di sangar. Kalau terendahnya ya Rp.65.000 .

6. Bapak Erfandi, tenaga kerja pada UPH (unit pengolahan hilir) kopi

Peneliti : Menurut Bapak, apakah pengembangan kopi arabika di wilayah ini meningkat ?

Informan : Iya Mas, dulu kalau mau sekolah SMK harus ke kota, sekarang disini kan sudah ada. Rumah sakit, maksudnya rawat inap di Puskesmas juga sudah ada, sudah kayak kota lah.

Peneliti : Apakah pendapatan bapak meningkat dengan bekerja pada usaha kopi ?

Informan : Saya mulai tahun 2010 kerja di pengolahan kopi, istri saya juga. Sekarang anak saya juga kerja disana. Kalau ke pendapatan

keluarga jelas ngaruh mas, saya dulu kerja bangunan di luar desa dapatnya yah ndak sebanyak sekarang. Sekarang kerja disini saja, lebih banyak dapatnya. Jadi bisa membeli sepeda motor sama benerin rumah. Anak saya juga sudah bisa membeli sepeda motor.

7. Bapak Candra – tenaga kerja pada UPH (unit pengolahan hilir) kopi.

Peneliti : Menurut Bapak, apakah pengembangan kopi arabika di wilayah ini meningkat dengan adanya sistem agropolitan ?

Informan : Iya Mas, dulu kopi tidak ada harganya, orang menjemur kopi di jalan, asal jemur aja. Makanya harganya sangat murah. Sekarang sudah pinter mengolah kopi dengan bersih, kualitas bijinya bagus standar. Kebun tambah luas, pekerjanya tambah banyak, pendapatan bertambah. Pembangunan disini juga tambah drastis, jalan dan fasilitas pelayanan terus diperbaiki. Sekarang nggak perlu jauh-jauh ke kota lagi. Pelayanan kesehatan dan sekolah sudah tersedia lengkap disini.

Lampiran 4 :**HASIL FGD DAN WAWANCARA MENDALAM**

1. Pada hari Kamis, tanggal 24 Oktober 2019 bertempat di ruang tamu rumah Bapak Chandra di Kecamatan Sumberwringin telah dilaksanakan *Focus Grup Discussion* (FGD) tentang Analisis Tataniaga Kopi Arabika (*Coffee Arabica*) Java Ijen-Raung di Kabupaten Bondowoso.
2. Pelaksanaan wawancara mendalam dilakukan secara terpisah dari responden satu ke responden lainnya mengingat jarak setiap responden yang ditempuh cukup jauh. Pelaksanaan wawancara mendalam dimulai dari 29 Oktober 2019 sampai 3 November 2019.
3. FGD serta wawancara mendalam dipilih beberapa responden, yaitu:
 - a. Bapak Chandra (45 Tahun), Petani Kopi Mandiri serta Tenaga Kerja pada UPH.
 - b. Bapak Tuki (43 Tahun), Petani Kopi Mandiri.
 - c. Bapak Yan (50 Tahun), Petani Kopi.
 - d. Bapak Suyitno (58 Tahun), Ketua Koperasi.
 - e. Bapak Abdul Latif (55 Tahun), Ketua Kelompok Tani.
 - f. Bapak Dendi (38 Tahun), Diskoperindag Kab. Bondowoso.
 - g. Bapak Irfan (40 Tahun), Bappeda Kab. Bondowoso.
4. Moderator dalam pelaksanaan FGD adalah Firman Restu Hikmatullah (selaku peneliti)
5. FGD dan wawancara mendalam (*indepth interview*) diawali dengan melakukan *brain storming* untuk menemukan faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi dalam pengembangan kopi arabika di kawasan agropolitan Kabupaten Bondowoso.
6. Ringkasan dari *brainstorming* tersebut adalah sebagai berikut:
 - a. Bapak Chandra : Masalah yang sering dihadapi oleh petani adalah ketersediaan modal. Rendahnya modal petani kopi menjadi kendala bagi petani dalam mengembangkan usahanya menjadi usaha agribisnis mandiri.

Dalam hal ini dibutuhkan adanya dukungan permodalan dari lembaga permodalan seperti perbankan atau koperasi yang khusus mendukung sektor pertanian dan perkebunan. Disisi lain, potensi alam yang sangat mendukung di Sumberwringin, serta ketersediaan lahan menjadi faktor kekuatan dalam pengembangan kopi arabika. Faktor eksternal yang menjadi ancaman dalam budidaya kopi adalah adanya anomali cuaca sehingga mempengaruhi produktivitas kopi. Hal ini menyebabkan petani mulai mencari peluang usaha lain seperti pertanian tebu dan usaha kayu. Oleh karena itu dibutuhkan adanya pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan petani.

- b. Bapak Tuki : Adanya dukungan dari pemerintah menjadi faktor kekuatan yang dapat mendukung perkembangan kopi arabika. Dukungan tersebut dapat berupa peningkatan infrastruktur di kawasan agropolitan seperti akses transportasi, fasilitas kesehatan dan pendidikan serta ketersediaan lembaga formal yang mendukung akses permodalan petani kopi. Selain itu, pengembangan kawasan menjadi wisata edukasi dan menjadi peluang yang dapat dikembangkan di kawasan agropolitan.
- c. Bapak Yan : Rendahnya minat generasi muda untuk melanjutkan usaha budidaya kopi yang diwarisi oleh orang tuanya. Mereka lebih tertarik untuk mencari pekerjaan diluar sektor pertanian. Hal ini disebabkan karena generasi muda merasa kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam berbudidaya kopi. Sehingga diperlukan upaya untuk menarik minat generasi muda terhadap usaha budidaya kopi melalui kemitraan dengan sekolah yang ada untuk membentuk minat generasi muda ini terhadap kopi.
- d. Bapak Suyitno : Kopi Sumberwringin yang sudah memiliki *brand* yang baik dan terkenal, baik di tingkat nasional maupun internasional menjadi salah satu kekuatan dalam pengembangan kawasan agropolitan. Namun adanya persaingan kopi yang semakin ketat dengan produk kopi dari berbagai daerah merupakan ancaman tersendiri bagi usaha kopi di Kabupaten Bondowoso. Dilain sisi, rendahnya produktivitas kopi menjadi hambatan yang harus dicarikan jalan keluarnya dengan cara melakukan pendampingan untuk

meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam berbudidaya kopi dengan baik.

- e. Bapak Abdul Latif : Beberapa faktor yang menjadi kelemahan dalam pengembangan kopi arabika di kawasan agropolitan adalah rendahnya keterampilan dan pengetahuan petani kopi dalam melakukan budidaya kopi dengan sistem intensif dan pengolahan kopi secara baik dan standart. Selain itu, kaum muda (anak-anak petani kopi) kurang berminat dalam mengembangkan usaha budidaya kopi karena dianggap usaha yang kuno atau tradisional.
- f. Bapak Dendi : Dengan adanya brand kopi Bondowoso yang sudah terkenal merupakan salah satu peluang dalam meningkatkan prospek penjualan kopi secara luas. Hal ini didukung oleh semakin meningkatnya tingkat konsumsi kopi yang semakin menjadi *trend* atau gaya hidup baik dikalangan orang dewasa ataupun remaja.
- g. Bapak Irfan : Dukungan yang diberikan oleh pemerintah baik berupa dukungan anggaran dalam pengembangan kopi arabika di kawasan agropolitan, pendampingan ataupun promosi wisata di daerah agropolitan menjadi faktor kekuatan yang dapat mendukung pengembangan kawasan agropolitan. Selain itu, dukungan pemerintah dalam penyediaan infrastruktur yang mendukung kawasan agropolitan menjadi sentra pembangunan sehingga dapat memberikan efek ke daerah sekitarnya.

Lampiran 5 :

PERHITUNGAN PEMBOBOTAN SWOT

5.1 Pembobotan pada Faktor Internal

No.	Faktor Internal	Informan								Rata-rata Bobot
		1	2	3	4	5	6	7	8	
A.	Kekuatan (S)									
1	Potensi alam sangat mendukung.	0.11	0.10	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11
2	Kopi Sumberwringin dan sekitarnya telah dikenal di pasar internasional.	0.10	0.11	0.09	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
3	Ketersediaan lahan kebun dan tegal.	0.11	0.10	0.11	0.11	0.11	0.10	0.10	0.11	0.10
4	Tersedia infrastruktur yang memadai.	0.10	0.11	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
5	Adanya dukungan dari pemerintah dalam pengembangan kawasan agropolitan	0.11	0.11	0.10	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11
B.	Kelemahan (W)									
1	Keterampilan dan pengetahuan berbudidaya kopi masih kurang.	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
2	Keterampilan melakukan pengolahan kopi masih rendah.	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
3	Tradisi berbudidaya kopi kurang diminati oleh generasi muda.	0.11	0.10	0.10	0.10	0.11	0.10	0.10	0.11	0.10
4	Produktivitas kopi olahan masih rendah dan belum kontinyu.	0.11	0.10	0.10	0.11	0.11	0.10	0.10	0.11	0.10
5	Petani pada umumnya tidak mempunyai modal yang cukup untuk usaha agribisnis	0.07	0.08	0.08	0.07	0.07	0.09	0.08	0.08	0.08
Total		1.00								

5.2 Pembobotan Pada Faktor Eksternal

No.	Faktor Eksternal	Informan								Rata-rata Bobot
		1	2	3	4	5	6	7	8	
A.	Ancaman (T)									
1	Persaingan pasar kopi semakin ketat.	0.11	0.10	0.10	0.11	0.11	0.11	0.10	0.10	0.10
2	Fluktuasi harga kopi pada saat panen.	0.10	0.10	0.09	0.10	0.09	0.09	0.10	0.10	0.10
3	Prospek tebu dan tanaman kayu kehutanan dapat mengurangi minat.	0.11	0.11	0.10	0.11	0.11	0.10	0.11	0.10	0.11
4	Adanya anomali cuaca yang dapat mempengaruhi produksi kopi rakyat.	0.10	0.09	0.10	0.10	0.1	0.10	0.09	0.09	0.10
5	Pemuda lebih tertarik lapangan pekerjaan non pertanian	0.11	0.10	0.10	0.11	0.1	0.10	0.10	0.10	0.10
B.	Peluang (O)									
1	Prospek pasar kopi masih sangat luas.	0.10	0.09	0.09	0.09	0.09	0.10	0.09	0.10	0.09
2	Minum kopi menjadi trend atau gaya hidup.	0.09	0.10	0.09	0.10	0.1	0.10	0.1	0.10	0.10
3	Semakin banyak kunjungan calon pembeli kopi (<i>buyer</i>) dari luar negeri.	0.11	0.10	0.10	0.10	0.1	0.11	0.11	0.11	0.11
4	Kawasan agropolitan dapat menjadi daya tarik wisata.	0.11	0.11	0.11	0.10	0.11	0.10	0.1	0.10	0.10
5	Dukungan permodalan dari lembaga di sektor pertanian/perkebunan.	0.09	0.09	0.09	0.10	0.09	0.10	0.1	0.10	0.09
Total		1.00								

Lampiran 6 :**PERHITUNGAN SKORING SWOT**

6.1 Pemberian Peringkat Pada Faktor Internal

No.	Faktor Internal	Informan								Rata-rata Rating
		1	2	3	4	5	6	7	8	
A.	Kekuatan (S)									
1	Potensi alam sangat mendukung.	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	Kopi Sumberwringin dan sekitarnya telah dikenal di pasar internasional.	4	3	3	4	4	3	4	4	4
3	Ketersediaan lahan kebun dan tegal.	2	2	2	2	4	3	4	3	3
4	Tersedia infrastruktur yang memadai.	4	4	3	3	4	4	4	3	4
5	Adanya dukungan dari pemerintah dalam pengembangan kawasan agropolitan	2	2	3	2	3	4	3	3	3
B.	Kelemahan (W)									
1	Keterampilan dan pengetahuan berbudidaya kopi masih kurang.	4	4	3	4	4	3	4	4	4
2	Keterampilan melakukan pengolahan kopi masih rendah.	2	3	2	1	1	2	2	2	2
3	Tradisi berbudidaya kopi kurang diminati oleh generasi muda.	4	3	3	4	4	3	4	4	4
4	Produktivitas kopi olahan masih rendah dan belum kontinyu.	2	3	3	2	2	1	1	2	2
5	Petani pada umumnya tidak mempunyai modal yang cukup untuk usaha agribisnis	4	3	3	4	4	3	4	4	4

6.2 Pemberian Peringkat Pada Faktor Eksternal

No.	Faktor Eksternal	Informan								Rata-rata Rating
		1	2	3	4	5	6	7	8	
A.	Ancaman (T)									
1	Persaingan pasar kopi semakin ketat.	3	3	3	2	2	2	2	3	3
2	<i>Fluktuasi</i> harga kopi pada saat panen.	1	1	2	2	1	2	2	1	2
3	Prospek tebu dan tanaman kayu kehutanan dapat mengurangi minat.	2	3	3	2	1	2	2	2	2
4	Adanya <i>anomali</i> cuaca yang dapat mempengaruhi produksi kopi rakyat.	1	1	2	2	3	3	1	1	2
5	Pemuda lebih tertarik lapangan pekerjaan non pertanian	2	3	3	2	2	1	1	2	2
B.	Peluang (O)									
1	Prospek pasar kopi masih sangat luas.	4	4	4	3	3	4	3	4	4
2	Minum kopi menjadi <i>trend</i> atau gaya hidup.	3	3	3	4	4	4	3	4	4
3	Semakin banyak kunjungan calon pembeli kopi (<i>buyer</i>) dari luar negeri.	4	4	3	4	3	4	4	3	4
4	Kawasan agropolitan dapat menjadi daya tarik wisata.	3	3	4	4	4	3	3	4	4
5	Dukungan permodalan dari lembaga di sektor pertanian/perkebunan.	3	3	3	3	3	4	4	4	3

Lampiran 7 :

PERHITUNGAN AKHIR SWOT

7.1 Matriks Faktor-faktor Internal

No.	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
A.	Kekuatan (S)			
1	Potensi alam sangat mendukung.	0.11	4	0.44
2	Kopi Sumberwringin dan sekitarnya telah dikenal di pasar internasional.	0.10	4	0.40
3	Ketersediaan lahan kebun dan tegal.	0.10	3	0.30
4	Tersedia infrastruktur yang memadai.	0.10	3	0.30
5	Adanya dukungan dari pemerintah dalam pengembangan kawasan agropolitan	0.11	3	0.33
JUMLAH				1.77
B.	Kelemahan (W)			
1	Keterampilan dan pengetahuan berbudidaya kopi masih kurang.	0.10	4	0.40
2	Keterampilan melakukan pengolahan kopi masih rendah.	0.10	2	0.20
3	Tradisi berbudidaya kopi kurang diminati oleh generasi muda.	0.10	4	0.40
4	Produktivitas kopi olahan masih rendah dan belum kontinyu.	0.10	2	0.20
5	Petani pada umumnya tidak mempunyai modal yang cukup untuk usaha agribisnis	0.08	4	0.32
JUMLAH		1.00		1.52

7.2 Matriks Faktor-faktor Eksternal

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
A.	Ancaman (T)			
1	Persaingan pasar kopi semakin ketat.	0.10	3	0.30
2	Fluktuasi harga kopi pada saat panen.	0.10	2	0.20
3	Prospek tebu dan tanaman kayu kehutanan dapat mengurangi minat.	0.11	2	0.22
4	Adanya anomali cuaca yang dapat mempengaruhi produksi kopi rakyat.	0.10	2	0.20
5	Pemuda lebih tertarik lapangan pekerjaan non pertanian	0.10	2	0.20
JUMLAH				1.12
B.	Peluang (O)			
1	Prospek pasar kopi masih sangat luas.	0.09	4	0.36
2	Minum kopi menjadi trend atau gaya hidup.	0.10	4	0.40
3	Semakin banyak kunjungan calon pembeli kopi (buyer) dari luar negeri.	0.11	4	0.44
4	Kawasan agropolitan dapat menjadi daya tarik wisata.	0.10	4	0.40
5	Dukungan permodalan dari lembaga di sektor pertanian/perkebunan.	0.09	3	0.27
JUMLAH		1.00		1.87

Hasil Akhir Perhitungan SWOT :

- Koordinat Analisis Internal = skor total (S) - skor total (W) = 1.77 - 1.52 = 0.25
- Koordinat Analisis Eksternal = skor total (O) - skor total (T) = 1.87 - 1.12 = 0.75

Lampiran 8**BIODATA PENELITI**

Nama Lengkap : Firman Restu Hikmatullah
 Tempat, Tanggal Lahir : Bondowoso, 30 Juni 1998
 Alamat Asal : Desa Mangli Timur, RT/RW 01/01 Kecamatan Pujer
 Kabupaten Bondowoso.
 Alamat Malang : Jl. Villa Bukit Tidar Blok A1 No. 267 Merjosari
 Lowokwaru Kota Malang.
 Telepon/WA : 082 271 632 898
 E-mail : firmanrestuh@gmail.com
 Facebook : Firman Restu Hikmatullah

Pendidikan Formal

2002 – 2004 : TK A1 – Ma’arif Kecamatan Pujer Bondowoso.
 2004 – 2010 : SDN Mangli 01 Kecamatan Pujer Bondowoso.
 2010 – 2013 : MTsN 2 Bondowoso.
 2013 – 2016 : MAN Bondowoso.
 2016 – 2020 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Malang.

Pendidikan Non Formal

2016 – 2017 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN
 Malang.
 2017 : English Language Center (ELC) UIN Malang.

Pengalaman Organisasi

2015 – 2016 : MPK (Majelis Perwakilan Kelas) MAN Bondowoso
 2017 – 2018 : Ketua Umum Alumni MAN Bondowoso Malang Raya
 (ILMAN)

Lampiran 9**BUKTI KONSULTASI**

Nama : Firman Restu Hikmatullah
 NIM/Jurusan : 16510056 / Manajemen
 Pembimbing : Dr. Ir. H. Masyhuri, MP.
 Judul Skripsi : Analisis Tataniaga Kopi Arabika (*Coffee Arabica*) Java Ijen-Raung Di Kabupaten Bondowoso.

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	3 Oktober 2019	Klarifikasi & Justifikasi Problematik	1.
2	7 Oktober 2019	Bab I – III Revisi	2.
3	17 Oktober 2019	ACC Kuesioner dan Wawancara	3.
4	28 Oktober 2019	ACC Proposal	4.
5	14 Februari 2020	Seminar Proposal	5.
6	19 Februari 2020	ACC Revisi Proposal	6.
7	10 Maret 2020	Bab IV – V	7.
8.	12 Maret 2020	ACC Skripsi	8.
9.	6 April 2020	Sidang Skripsi Online (Daring)	9.
10.	13 April 2020	ACC Revisi Skripsi	10.

Malang, 13 April 2020

Mengetahui:

Ketua Jurusan,

Drs. Agus Sucipto, MM., CRA.
NIP. 196708162003121001

Lampiran 10

DOKUMENTASI FOTO









Lampiran 11**Hasil Pengolahan Kuesioner Oleh Petani**

1. Identitas Responden Petani

No	Nama	Umur	Status Lahan
1	Bapak Chandra	45	Milik Sendiri
2	Bapak Yan	50	Milik Sendiri
3	Bapak Kar	43	Milik Sendiri
4	Bapak Mita	30	Milik Sendiri
5	Bapak Fita	34	Milik Sendiri
6	Bapak Nawari	55	Milik Sendiri
7	Bapak Ib	43	Milik Sendiri
8	Bapak Kus	54	Milik Sendiri
9	Bapak Yani	48	Milik Sendiri
10	Bapak Um	60	Milik Sendiri
11	Bapak Agus	47	Milik Sendiri
12	Bapak Didit	50	Milik Sendiri
13	Bapak Surolis	64	Milik Sendiri
14	Bapak Am (Solek)	62	Milik Sendiri
15	Bapak Fira	40	Milik Sendiri
16	Bapak Jumas	35	Milik Sendiri
17	Bapak Ida	47	Milik Sendiri
18	Bapak Rosi	47	Milik Sendiri
19	Bapak Faid	51	Milik Sendiri
20	Bapak Suna'am	70	Milik Sendiri
21	Bapak Pandi	48	Milik Sendiri
22	Bapak Yoga	43	Milik Sendiri
23	Bapak Fega	47	Milik Sendiri
24	Bapak Yan (Kluncing)	50	Milik Sendiri
25	Bapak Kikit	48	Milik Sendiri
26	Bapak Suhardin	68	Milik Sendiri
27	Bapak Mar	75	Milik Sendiri
28	Bapak Ar (Kluncing)	40	Milik Sendiri
29	Bapak Faqih	35	Milik Sendiri
30	Bapak Yoyok	52	Milik Sendiri
31	Bapak Ervan	39	Milik Sendiri
32	Bapak Rian	35	Milik Sendiri
33	Bapak Fian	37	Milik Sendiri
34	Bapak Filo	30	Milik Sendiri
35	Bapak Fadeh	50	Milik Sendiri
36	Bapak Sun	52	Milik Sendiri
37	Bapak Nijan	59	Milik Sendiri

38	Bapak Untung	42	Milik Sendiri
39	Bapak Febri	40	Milik Sendiri
40	Ibu Sas	50	Milik Sendiri
41	Bapak Rudi	53	Milik Sendiri
42	Bapak Eka	51	Milik Sendiri
43	Bapak Hasan (Kepala Desa)	60	Milik Sendiri
44	Bapak Siseh	48	Milik Sendiri
45	Ibu Hayati	55	Milik Sendiri
46	Bapak Adi	48	Milik Sendiri
47	Bapak Musey	52	Milik Sendiri
48	Bapak Suradi	65	Milik Sendiri
49	Bapak Bains	38	Milik Sendiri
50	Bapak Dus	50	Milik Sendiri
51	Bapak Tus	60	Milik Sendiri
52	Bapak Mila	52	Milik Sendiri
53	Bapak Subali	60	Milik Sendiri
54	Bapak Rolis	48	Milik Sendiri
55	Ibu Wiwik (Kluncing)	50	Milik Sendiri
56	Bapak Evi	40	Milik Sendiri
57	Bapak Iwan	48	Milik Sendiri
58	Bapak Yayuk	51	Milik Sendiri
59	Bapak Yit	63	Milik Sendiri
60	Bapak Am (Kluncing)	54	Milik Sendiri
61	Bapak Zinal	52	Milik Sendiri
62	Bapak Nur (Kluncing Barat)	67	Milik Sendiri
63	Bapak Tija	60	Milik Sendiri
64	Bapak Tohari	32	Milik Sendiri
65	Bapak Tohaji	34	Milik Sendiri
66	Bapak Kodir	30	Milik Sendiri
67	Bapak Suasnan	67	Milik Sendiri
68	Bapak Sip (Jebung Kidul)	60	Milik Sendiri
69	Bapak Jasmito	40	Milik Sendiri
70	Bapak Kur	48	Milik Sendiri
71	Bapak Yul	47	Milik Sendiri
72	Bapak Wuwul (Kluncing)	48	Milik Sendiri
73	Bapak Da	58	Milik Sendiri
74	Bapak Agus (Pondok Jeruk)	60	Milik Sendiri
75	Bapak Pur (Tol-tol)	63	Milik Sendiri
76	Bapak Suwaris (Sumber Gading)	50	Milik Sendiri
77	Bapak Nur (Kluncing Timur)	63	Milik Sendiri
78	Bapak Faris	42	Milik Sendiri
79	Bapak Us	48	Milik Sendiri
80	Bapak Har	51	Milik Sendiri
81	Bapak Lusi (Kluncing)	48	Milik Sendiri

82	Bapak Wiwik (Kosabe)	52	Milik Sendiri
83	Bapak Edi	53	Milik Sendiri
84	Bapak Susmastik	60	Milik Sendiri
85	Bapak Rikwan	48	Milik Sendiri
86	Bapak Husin (Sukosari)	29	Milik Sendiri
87	Bapak Hasan (Sukosari)	29	Milik Sendiri

2. Pendidikan

Tidak Taman SD	6
SD	37
SMP	26
SMA	18
Total	87

3. Luas Lahan

1 Hektar	4
2 Hektar	15
3 Hektar	26
4 Hektar	42
Total	87

4. Komoditi yang diusahakan selain kopi arabika :

Jagung	6
Kentang	-
Sayur-mayur	13
Kacang tanah	3
Kubis	65
Total	87

5. Dalam satu (1) tahun berapa kali panen kopi arabika :

1 Kali	34
2 Kali	49
Total	87

6. Jawaban Para Responden

Apa alasan Saudara melakukan usaha tani kopi arabika ?	Jawaban
Memenuhi Kebutuhan Ekonomi	25
Memenuhi Kebutuhan Rumah Tangga	12
Membiayai Kebutuhan Rumah Tangga dan Membiayai Sekolah Anak	36
Membiayai Sekolah Anak	14
Total	87

Jenis kopi apa saja yang Saudara jual ke lembaga pemasar ?	Jumlah Hasil Panen	Harga Jual (Hs Kering)/Kg	Jawaban
Arabika	4.500 Kg	60.000	55
Arabika, Lanang dan Robusta	5.000 Kg	50.000 – 60.000	32
Total			87

Bagaimana Saudara memperoleh informasi harga jual kopi arabika ?	Jawaban
Sesuai dengan permintaan pasar	28
Harga ditentukan sesuai kualitas kopi	59
Total	87

Bagaimana proses penyaluran kopi arabika ke lembaga tataniaga ? Mohon diuraikan.	Jawaban
Tebasan	20
Menunggu di tempat, lembaga tataniaga mendatangangi.	14
Disalurkan ke UPH (Unit Pengolahan Hasil)	53
Total	87

Jika terjadi penurunan harga apa yang Saudara lakukan ?	Jawaban
Disimpan di UPH (Unit Pengolahan Hasil)	21
Kami tetap menjual meskipun harga naik turun	66
Total	87

Apakah Saudara melakukan hubungan kerjasama dengan lembaga tataniaga ?	Jawaban
Ya	79
Tidak	8
Total	87

Jika “Ya” Jelaskan ?	Jawaban
Untuk mengetahui ketersediaan produk kopi di lembaga tataniaga	23
Bekerjasama dalam proses penyaluran produk kopi	31
Membagi informasi mengenai meningkatkan kualitas kopi	14
Untuk mengetahui informasi harga kopi di pasar	19
Total	87

Adakah kesulitan yang saudara hadapi dengan lembaga tataniaga dalam menjual kopi ?	Jawaban
Harga setiap panen raya cenderung naik turun	13
Harga <i>Fluktuatif</i>	21
Anomali cuaca yang tidak menentu sehingga kualitas kopi kurang baik	17
Harga naik turun dan adanya jalan yang rusak	15
Perubahan cuaca	11
Kurang tersedianya modal	10
Total	87

Sumber: Data Primer, diolah peneliti 2020

Lampiran 12

HASIL PENGOLAHAN KUESIONER LEMBAGA TATANIAGA

1. Identitas Lembaga Tataniaga

No	Nama	Umur (Tahun)	Lembaga Pemasar
1	Bapak Aris	31	Pedagang Kecil
2	Bapak Hairul	52	Pedagang Kecil
3	Masykur	33	Pedagang Kecil
4	Kholil	42	Pedagang Kecil
5	Rosidin	32	Pedagang Kecil
6	Sunarto	47	Pedagang Kecil
7	Matdjari	45	Pedagang Kecil
8	Totok	49	Pedagang Kecil
9	Jumanto	43	Pedagang Kecil
10	Hj. Juri	54	Pedagang Besar
11	Indah	30	Pedagang Besar
12	Anton	40	Pedagang Besar
13	H. Marhum	53	<i>Eksporir</i>

2. Pertanyaan

Apakah alasan Saudara melakukan usaha atau bisnis kopi arabika ?	Jawaban
Mencari keuntungan	5
Memenuhi kebutuhan rumah tangga	4
Mempromosikan kopi arabika Kabupaten Bondowoso	3
Menjual kopi dan mengekspor kopi ke pasar internasional	1
Total	13

Manfaat yang diperoleh dari menjadi pedagang kopi arabika ?	Jawaban
Meningkatkan pendapatan petani	6
Belajar menjual kopi dengan baik	1
Mempromosikan kopi arabika Bondowoso	1
Meningkatkan keuntungan petani serta Lembaga tataniaga lainnya	2
Memperoleh keuntungan	3
Total	13

Bagaimana proses penyaluran kopi arabika yang Saudara beli?	Jawaban
Kami membeli dari UPH (unit pengolahan hasil)	6
Kami membeli langsung ke tempat petani	1
Membeli dari pedagang	1
Memperoleh keuntungan	3
Total	13

Dalam membeli kopi arabika, adakah standar yang Saudara terapkan?	Jawaban
Kopi harus bersih	4
Kopi sudah kering dan bersih	6
Kopi bagus tidak terpecah	3
Total	13

Jenis kopi apa yang Saudara beli?	Jawaban
Arabika	3
Robusta	3
Arabika dan Robusta	3
Arabika, Lanang dan Robusta	4
Total	13

Apakah Saudara memiliki penjual kopi arabika tetap (langganan)?	Jawaban
Ya, Petani Sukosari	3
Ya, Petani Sukorejo	4
Ya, Pedagang Sumberwringin	2
Ya, Pedagang di Sukosari	4
Total	13

Adakah hambatan yang dihadapi dalam membeli kopi arabika ?	Jawaban
Ada, Harga kopi yang <i>Fluktuasi</i>	5
Jalan yang rusak sehingga susah untuk akses ke petani	3
Kualitas kopi tidak sesuai dengan standar yang diharapkan	4
Total	13

Kepada siapa Saudara menjual kopi arabika ?	Jumlah yang jual (kg/ton)	Harga Jual (Hs Kering)/Kg
1. Pedagang Kecil	250 Kg – 1 ton	63.000
2. Pedagang Besar	1 - 4 ton	65.000
3. <i>Eksportir</i>	> 5 ton	67.500

No.	Biaya Pemasaran Pedagang Kecil	Biaya yang dikeluarkan (Rp/Kuintal)
1.	Biaya Penyimpanan	Rp. 2.500
2.	Biaya Angkut	Rp. 5.000
3.	Biaya Operasional	Rp. 30.000

c	Biaya Pemasaran Pedagang Besar	Biaya yang dikeluarkan (Rp/Kuintal)
1.	Biaya Penyimpanan	Rp. 2.500
2.	Biaya Angkut	Rp. 5.000
3.	Biaya Operasional	Rp. 10.000

No.	Biaya Pemasaran <i>eksportir</i>	Biaya yang dikeluarkan (Rp/Kuintal)
1.	Biaya Penyimpanan	Rp. 25.000
2.	Biaya Angkut	Rp. 10.000
3.	Biaya Operasional	Rp. 15.000

Bagaimana Saudara menetapkan harga jual kopi ?	Jawaban
Berdasarkan pada biaya yang dikeluarkan	3
Berdasarkan pada kualitas kopi	4
Berdasarkan pada are penjualan dan biaya yang telah dikeluarkan	5
Total	13

Jika terjadi penurunan harga, apa yang Saudara lakukan ?	Jawaban
Tetap menjual tergantung pada permintaan pembeli	3
Menurunkan harga jual kopi	4
Menjual dengan harga yang berlaku	6
Total	13

Apakah Saudara melakukan hubungan kerjasama dengan <i>eksportir</i>?	Jawaban
Ya	1
Tidak	12
Total	13

Jika “Ya” Jelaskan ?
Untuk memberikan informasi harga kopi arabika terkini
Total

Sumber: Data Primer, diolah peneliti 2020

Lampiran 13**ANALISIS TATANIAGA KOPI ARABIKA (*Coffee Arabica*) JAVA IJEN-RAUNG
DI KABUPATEN BONDOWOSO****Firman Restu Hikmatullah¹, Masyhuri Mahfudz²**Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik
Ibrahim Malang¹

Email : firmanrestuh@gmail.com

Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang²

Email : masyhuri033@gmail.com

Abstract: *The Research on “ Analisis Tataniaga Kopi Arabika (Coffee Arabica) Java Ijen-Raung di Kabupaten Bondowoso” has been held for six months from October 2019 to March 2020. The focus of this research is (1) Knowing the pattern of coffee trading channels in Sumberwringin sub-district, Bondowoso regency; (2) Knowing the efficiency of Arabica coffee trading in each trading channel pattern in Sumberwringin sub-district, Bondowoso Regency; (3) Formulating recommendations for a coffee development sustainability strategy in the agropolitan area of Bondowoso Regency.*

Data analysis methods used are : (1) Interactive model analysis; (2) analysis of the trading efficiency, analysis of the trading margins, market share, and margin distribution ; (3) SWOT analysis uses FGD (Focus Grup Discussion) method and in-depth interview. Research result obtained include: (1) there are 2 Arabica coffee trading system channels in Sumberwringin sub-District, Bondowoso Regency, namely: 1) channel level 2 (Manufacturers → Wholesale merchant → exporter), 2) channel level 3 (Manufacturers → Retail merchant → Wholesale merchant → exporters) ; (2) the highest margin value of the Arabica Coffee trading institution in Sumberwringin sub-district is a Retail merchant amounting of 3,000 IDR with a profit of 2,625 IDR. (3) The efficiency value of Arabica coffee trading institutions in Sumberwringin sub-district is <1 which is efficient and the level 2 channel is the most efficient because the costs are small and the margin is large; (4) SWOT analysis result show that the development of the Bondowoso regency agropolitan area began in 2009 to 2019 has had an impact on: increased coffee production, increased coffee added value (21,67% - 100%) and level of coffee sales; (5) The sustainable strategy for developing agropolitan areas is recommended through improving the quality of coffee products, the development of agropolitan area tourism and increased farmer access to financial institutions.

Keywords: *Trading System Channels, Trading Efficiency, Regional Development, Agropolitan.*

Abstrak: *Penelitian mengenai “Analisis Tataniaga Kopi Arabika (Coffee Arabica) Java Ijen-Raung di Kabupaten Bondowoso” telah dilaksanakan selama 6 bulan terhitung dari Oktober 2019 hingga Maret 2020. Adapun fokus penelitian yang diamati yaitu: (1) mengetahui pola saluran tataniaga kopi di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso; (2) mengetahui efisiensi tataniaga kopi arabika pada masing-masing pola saluran tataniaga di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso; (3) merumuskan rekomendasi strategi keberlanjutan pengembangan kopi di kawasan agropolitan Kabupaten Bondowoso.*

Metode analisis data yang digunakan adalah: (1) Interactive model analysis; (2) analisis efisiensi tataniaga, analisis marjin tataniaga, market share dan distribusi marjin; (3) Analisis SWOT menggunakan metode FGD (Focus Grup Discussion) dan wawancara mendalam (indepth

interview). Hasil penelitian didapatkan diantaranya: (1) saluran tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso terdapat 2 saluran tataniaga yaitu : 1) saluran tingkat 2 (Produsen → Pedagang Besar → Eksportir), 2) Saluran tingkat 3 (Produsen → Pedagang Kecil → Pedagang Besar → Eksportir) ; (2) nilai margin tertinggi lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin adalah pedagang kecil sebesar Rp. 3.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 2.625. (3) nilai efisiensi lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin adalah < 1 yang merupakan efisien dan pola saluran tingkat 2 merupakan yang terefisien karena biaya yang dikeluarkan kecil dan marginnya besar; (4) hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Pengembangan Kawasan Agropolitan Kabupaten Bondowoso mulai tahun 2009 hingga tahun 2019 telah memberikan dampak terhadap: peningkatan produksi kopi, peningkatan nilai tambah kopi (21,67 % - 100 %) dan tingkat penjualan kopi; (5) strategi keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan direkomendasikan melalui peningkatan kualitas produk kopi, pengembangan pariwisata kawasan agropolitan dan peningkatan akses petani pada lembaga keuangan.

Kata Kunci: Saluran Tataniaga, Margin Tataniaga, Efisiensi Tataniaga, Pengembangan Kawasan, Agropolitan.

PENDAHULUAN

Kopi merupakan komoditi unggulan yang sangat prospektif di Kabupaten Bondowoso. Luas daerah Kabupaten Bondowoso 48 % adalah perbukitan dengan ketinggian 500 mdpl sampai diatas 1000 mdpl, artinya dataran tinggi di Kabupaten Bondowoso sangat potensial sebagai perkebunan penghasil kopi. Hasil kopi rakyat Bondowoso mampu menembus pasar ekspor ke Eropa setelah mendapat dukungan penuh dari Pemerintah Daerah (Pemkab) Bondowoso, salah satunya adalah kopi arabika sebagai kopi unggulan. Luas areal kopi di Kabupaten Bondowoso per tahun 2018 adalah 5243 hektar dengan dua jenis kopi yang dikembangkan yaitu kopi arabika dan kopi robusta. (Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Bondowoso, 2019)

Di samping itu, komoditas unggulan Kabupaten Bondowoso juga memiliki komoditas pendukung yang dapat dikembangkan seperti durian, alpukat, strawberry, kubis, makadamia dan ikan air tawar. Namun demikian prioritas pengembangan agribisnis melalui program pemerintah di kawasan agropolitan sejak tahun 2009

difokuskan pada pengembangan kopi rakyat. Salah satu pembangunan ekonomi dengan konsep kewilayahan yang diarahkan untuk *growth center* adalah konsep agropolitan yang diperkenalkan oleh Douglass dan Friedman pada tahun 1975 (Pranoto dkk, 2006).

Diantara kabupaten di Jawa Timur, Kabupaten Bondowoso mempunyai produktivitas kopi arabika tertinggi jika dibandingkan dengan Kabupaten lain di Jawa Timur, yaitu menghasilkan kopi sebesar 4.105 Ton/tahun. Sentra produksi kopi arabika di Kabupaten Bondowoso tersebar di tujuh kecamatan yaitu Sumber Wringin, Ijen, Botolinggo, Maesan, Cerme, Pakem dan Tlogosari. Sentra produksi terluas terletak di Kecamatan Sumber Wringin dengan luas 4405 Ha dengan produksi kopi sebanyak 962 ton/tahun yang merupakan produktivitas kopi paling baik diantara kecamatan yang lain.

Pada tahun 2009 Pemerintah Kabupaten Bondowoso menetapkan kebijakan pengembangan kawasan agropolitan untuk menggali potensi komoditas unggulan pertanian melalui Surat Keputusan Bupati Bondowoso No. 650/730/430.42/2009. Penetapan

kebijakan pengembangan kawasan Agropolitan didasari oleh adanya kesesuaian karakteristik yang dimiliki Kabupaten Bondowoso untuk pengembangan sektor pertanian, kehutanan, perkebunan, pertanian hortikultura, pertanian tanaman pangan, peternakan dan perikanan air tawar. Oleh karena itu, dibentuklah Peraturan Daerah Kabupaten Bondowoso tentang RTRW Kabupaten Bondowoso tahun 2011-2031 mengenai pengembangan kawasan agropolitan khususnya komoditas kopi.

Berdasarkan studi pendahuluan pada 4 Oktober 2019 yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode wawancara dengan Bapak Chandra selaku Ketua Kelompok Tani Desa Sukorejo menyatakan tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso, terdapat beberapa pola saluran tataniaga sebagaimana yang diungkapkan berikut ini :

“Saluran tataniaga kopi arabika disini terdiri dari petani kopi selaku produsen dan juga melibatkan beberapa lembaga tataniaga didalamnya, diantaranya pedagang kecil, pedagang besar sampai eksportir.”

Berdasarkan data penjualan yang didapatkan peneliti dari wawancara dengan Bapak Abdul Latif sebagai responden petani kopi arabika setiap tahunnya selalu mengalami *fluktuasi* harga, rata-rata pertahun mengalami penurunan sekitar 250 kg dan menurun dari harga Rp. 9000 – Rp. 11.000, kontinuitas penawaran yang cenderung tidak stabil membutuhkan penanganan yang lebih baik. Masih adanya petani yang menjual kopi dalam kondisi segar (glondongan) saat memasuki masa panen yang mengakibatkan pendapatan rendah karena harganya sangat murah, sehingga para petani menjual hasil

panennya dengan sistem tebasan, karena dianggap memudahkan petani memasarkan hasil panennya. Dalam hal ini dibutuhkan sebuah sistem kelembagaan ekonomi yang mampu mengatur ketersediaan produk dilapangan dan menjaga harga agar tidak terjadi *fluktuasi*. Sebagaimana kutipan wawancara dengan Bapak Abdul Latif sebagai berikut :

“Permasalahan yang sering kali muncul itu masalah fluktuasi harga kopi. Pada saat musim raya, harga kopi cenderung turun serta kualitas yang dihasilkan tidak stabil. Selain harga kopi menjadi rendah sampai-sampai petani menjual dengan sistem tebasan atau gelondongan karena petani butuh uang mendesak. Mungkin pemerintah perlu membantu kelompok tani membentuk koperasi khusus untuk menangani stok kopi pada saat melimpah atau saat petani butuh dana sementara kopi belum siap panen. Bisa juga dengan BUMD yang melayani resi gudang kopi. Jadi harga tidak fluktuatif, maksudnya harga nggak langsung jatuh dan petani mendapat jaminan. Nah sampai sekarang belum ada.”

Hal tersebut membuktikan bahwa sistem tataniaga kopi arabika java ijen-raung serta PERDA tentang RTRW pengembangan kopi arabika belum berjalan baik. Oleh karena itu, peneliti merumuskan rekomendasi strategi yang tepat dalam pengembangan kopi arabika di kawasan agropolitan Kecamatan Sumberwringin.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui saluran tataniaga kopi arabika java ijen-raung di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso.
2. Untuk mengetahui efisiensi tataniaga kopi arabika arabika java ijen-raung pada masing-masing pola saluran tataniaga di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso.

3. Untuk merumuskan rekomendasi strategi keberlanjutan pengembangan kopi di kawasan agropolitan Kabupaten Bondowoso.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso selama 6 bulan terhitung dari Oktober 2019 hingga Maret 2020, yang meliputi pengumpulan data, pengolahan data dan penyusunan proposal serta penulisan hasil penelitian. Penentuan lokasi penelitian ditentukan berdasarkan pada metode *sampling* secara sengaja (*Purposive Methode*). Dasar pertimbangan pemilihan lokasi atau daerah penelitian ini karena Kecamatan Sumberwringin merupakan wilayah yang memiliki luas areal yang paling luas dan memiliki produksi kopi arabika tertinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Masyarakat disana mayoritas sebagai petani kopi baik jenis Kopi Robusta maupun Kopi Arabika dan Kecamatan Sumber Wringin memiliki potensi besar dalam hal pengembangan kopi arabika.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah petani kopi arabika java ijen-raung yang terdiri dari 17 GAPOKTAN (Gabungan Kelompok Tani) yang berjumlah 530 orang petani dan lembaga tataniaga yang melakukan proses tataniaga kopi arabika java ijen-raung di Kabupaten Bondowoso. pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* untuk petani kopi arabika java-ijen raung.

Penentuan besarnya sampel untuk petani dengan menggunakan rumus slovin yaitu $n = N/(1+Ne^2)$, dimana (1) n = besaran populasi (2) N = Besaran Sampel (3) e = batas ketelitian 0,1.

Didapatkan sampel yang diambil sebanyak 87 petani kopi arabika. Sedangkan untuk penentuan sampel lembaga tataniaga dengan menggunakan *snowball sampling*, karena lembaga tataniaga tidak diketahui alamat, jumlah dan sebagainya sehingga sampel yang dipilih berdasarkan anggota sampel (Masyhuri dan Asnawi, 2011). Batasan untuk penelitian ini adalah eksportir sebagai konsumen akhirnya karena petani menjual produk kopi dalam bentuk *Hard Skin* (HS) basah.

Penentuan besarnya sampel untuk informan pada analisis SWOT dalam perumusan strategi pengembangan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu proses pemilihan informan yang ditentukan secara sengaja oleh peneliti dengan mempertimbangkan pengetahuan informan tentang pengembangan konsep agropolitan. Setelah dilakukan penentuan informan kunci, akan diterapkan metode pencarian informasi yang menguatkan pada informan tambahan dengan menggunakan teknik *snowball sampling* atas dasar arahan informan kunci.

Informan kunci adalah informan yang dianggap mengetahui segala seluk-beluk proses produksi, pengolahan hingga pemasaran. Informan kunci dalam hal ini merupakan informan dalam FGD (*Focus Grup Discussion*) akan diwakili oleh 8 informan. *Focus Grup* ini digunakan guna untuk mendapatkan penggalan topik yang lebih ekstensif (Malhotra,2009). Informan tersebut terdiri atas: (1) 2 orang petani pemilik lahan kopi; (2) 1 orang petani penggarap kebun kopi; (3) 2 orang pelaku usaha pengolah kopi; (4) 1 orang dari kelembagaan kelompok tani; (5) 1 orang dari kelembagaan koperasi; (6) 1 orang dari instansi terkait.

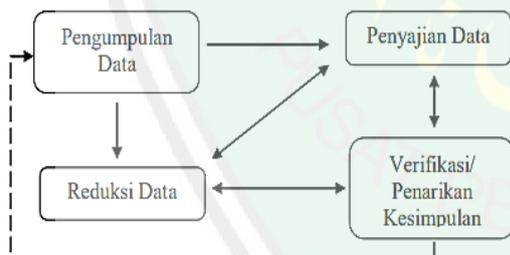
Adapun kriteria dalam pemilihan sampel adalah :

1. Petani kopi arabika minimal 8 tahun.
2. Memiliki pengalaman dalam berusaha tani kopi arabika.
3. Memiliki IUP (Izin Usaha Perkebunan) di Dinas Pertanian Kabupaten Bondowoso
4. Lembaga tataniaga yang melakukan proses pemasaran kopi arabika java-ijen raung secara berkelanjutan.

Analisis Data

Untuk menjawab 3 tujuan tersebut maka digunakan analisis data dengan metode sebagai berikut :

1. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian saluran tataniaga kopi arabika adalah dengan metode interkatif dari Miles dan Huberman (2014). Dalam metode analisis *interactive model analysis* yang dikembangkan menggunakan komponen yang digambarkan dalam Gambar 1 berikut:



Gambar 1: Komponen Analisis Data Pada Metode Interaktif.

Tujuan pertama akan dijawab dengan menggunakan pengumpulan data sekunder dan teknik wawancara mendalam (*indept interview*) dan kuesioner terbuka.

2. Efisiensi tataniaga digunakan untuk mengetahui efisiensi masing-masing lembaga tataniaga yang di analisis dengan menggunakan rumus: $E_p = \text{Biaya Pemasaran} / \text{Nilai Produk yang}$

dipasarkan. Jika, (1) $E_p > 1$ maka tidak efisien, (2) $E_p < 1$ maka efisien. Untuk menghitung margin tataniaga tiap lembaga tataniaga digunakan penghitungan: $MP = Pr - Pf$, dimana (1) Mp = margin pemasaran, (2) Pr = harga tingkat eksportir, (3) Pf = harga tingkat petani. Sedangkan menghitung margin keuntungan dari tiap-tiap lembaga tataniaga dihitung dengan rumus: $PM = MP - BP$, dimana (1) PM = profit margin, (2) MP = margin pemasaran dan (3) BP = biaya pemasaran. (Sudiyono, 2002)

3. Untuk menjawab tujuan ketiga yaitu mengetahui permasalahan dalam pengembangan kawasan agropolitan serta merumuskan strategi keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan, teknik pengumpulan datanya menggunakan analisis SWOT dengan berbasis pada pengamatan *brain storming* dengan melalui metode *focus grup discussion* (FGD) kepada Ketua Kelompok Tani dan Pengolah kopi arabika serta wawancara (*indepth interview*) kepada instansi terkait untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Nilai Tambah Komoditas Kopi

Sebelum penerapan kebijakan agropolitan, kopi rakyat di Kecamatan Sumberwringin produksinya sangat sedikit, kualitasnya rendah dan harga jualnya pun sangat rendah. Hal ini menjadikan petani kopi cenderung menelantarkan tanaman kopi dan sebagai mengganti tanaman kopi dengan komoditas lain, seperti tebu dan tembakau. Petani kopi umumnya menjual kopi dengan sistem "gelondongan" yaitu menjual ke tengkulak dalam kondisi kopi basah atau kopi yang baru dipetik dari

pohonnya. Harga kopi gelondongan berkisar Rp. 3.000 per Kg. bahkan dalam kondisi sangat membutuhkan dana atau mendesak, petani kopi menjual dengan sistem “tebasan pohon”, yaitu menjual kopi dalam kondisi belum dipetik secara paket.

Secara bertahap harga kopi mengalami kenaikan karena kualitas kopi semakin baik. Sudah tidak ada lagi petani yang menjual tebasan pohon dan sedikit yang masih menjual gelondongan. Sebagian besar telah mengolah kopi menjadi biji dan bubuk untuk mendapatkan nilai tambah ekonomi. Harga jual kopi rakyat jenis arabika telah mencapai Rp. 75.000,00 dalam bentuk biji kering *Oce*. Sedangkan besarnya nilai tambah komoditas kopi yang dijual biji kering *oce* bisa mencapai 75 % dari jual basah gelondongan. Sedangkan dampak peningkatan kualitas kopi rakyat telah meningkatkan harga kopi dalam berbagai bentuk kurun waktu 10 tahun berkisar antara 21,67 % - 100% per tahun.

Analisis Tingkat Penjualan Kopi

Pengolahan biji kopi arabika dari bentuk basah menjadi bentuk *oce*/kopi tanduk (kulit luar dan dalam sudah tidak ada) menghasilkan perbandingan 4 : 1 maksudnya 100 Kg biji arabika basah setara dengan 25 Kg biji arabika *oce*/tanduk. Jumlah produksi kopi arabika di tempat penelitian rata-rata sebanyak 4.500 Kg dalam keadaan basah atau setara dengan 1.125 Kg biji kopi berbentuk *oce*.

Hasil penelitian mendapatkan sebesar 80 persen petani menjual kopi arabika digabung dengan yang mengkonsumsi sebagian kopi, karena penjualan kopi merupakan pendapatan utama petani selain pendapatan sampingan.

Analisis Biaya Pemasaran

Tanaman kopi di daerah penelitian merupakan tanaman yang panen pasca kopi berumur 5 tahun dari masa tanam. Oleh karena itu, biaya produksi dari petani kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin dianggap tidak ada,

Hasil Penelitian yang didapat, harga jual kopi arabika dari petani rata-rata sebesar Rp. 60.000 /kg dengan harga jual tertinggi sebesar Rp. 75.000 /kg dan harga jual terendah sebesar Rp. 50.000 /kg. Harga terendah dari petani dikarenakan responden petani kopi arabika tempat tinggalnya dekat dari pasar serta kopi yang dihasilkan dengan kualitas rendah. Sedangkan dijual dengan harga tertinggi dikarenakan jarak petani kopi arabika jauh dengan pasar.

Sedangkan untuk biaya pemasaran lembaga pemasar akan dijelaskan berikut:

A. Pedagang Kecil

Hasil Penelitian yang didapat, harga jual kopi arabika dari pedagang kecil rata-rata sebesar Rp. 63.000 dengan harga jual tertinggi sebesar Rp. 65.000 dan harga jual terendah sebesar Rp. 61.000 dilihat dari kualitas kopi arabika. Rata-rata biaya pemasaran responden pedagang kecil diantaranya biaya penyimpanan sebesar Rp. 25, biaya angkut sebesar Rp.50 dan biaya operasional sebesar Rp. 300. Adapun keuntungan yang diperoleh pedagang kecil sebesar Rp. 2.625. Untuk biaya operasional responden pedagang kecil sebesar Rp. 30.000 / kuintal kopi dikarenakan jarak antara petani kopi dengan pasar yang jauh, biaya penyimpanan sebesar Rp. 2.500 / kuintal dan biaya angkut sebesar Rp. 5.000 / kuintal kopi.

B. Pedagang Besar

Hasil Penelitian yang didapat, harga jual kopi arabika pedagang besar rata-rata sebesar Rp. 65.000 dengan harga jual tertinggi sebesar Rp. 68.000 dan harga jual terendah sebesar Rp. 63.000 dilihat dari kualitas kopi arabika. Rata-rata biaya pemasaran responden pedagang besar diantaranya biaya penyimpanan sebesar Rp. 25, biaya angkut sebesar Rp.50 dan biaya operasional sebesar Rp. 100. Adapun keuntungan yang diperoleh pedagang besar sebesar Rp. 1.825. Untuk biaya operasional responden pedagang besar sebesar Rp. 10.000 / kuintal kopi, biaya penyimpanan sebesar Rp. 2.500 / kuintal dan biaya angkut sebesar Rp. 5.000 / kuintal kopi

C. Eksportir

Hasil Penelitian yang didapat, harga jual kopi arabika *eksportir* sebesar Rp. 67.500 dengan harga jual tertinggi sebesar Rp. 70.000 dan harga jual terendah sebesar Rp. 65.000 dilihat dari kualitas kopi arabika. Rata-rata biaya pemasaran responden pedagang besar diantaranya biaya penyimpanan sebesar Rp. 250, biaya angkut sebesar Rp.100 dan biaya operasional sebesar Rp. 150. Keuntungan yang didapat responden eksportir adalah sebesar Rp. 2.000. Untuk biaya operasional eksportir sebesar Rp. 15.000 / kuintal, biaya penyimpanan sebesar Rp. 25.000 / kuintal (eksportir mempunyai gudang lebih besar yang digunakan untuk penyimpanan kopi *oce* nantinya dijadikan sebagai kopi *powder* (bubuk) dan biaya angkut Rp. 10.000 / kuintal.

Analisis Keuntungan Lembaga Pemasaran

Hasil penelitian yang didapat, pedagang kecil mendapatkan keuntungan yang terbesar sebesar Rp. 2.625. Sedangkan yang terkecil pada pedagang besar sebesar Rp. 1.825.

Analisis SWOT

Hasil identifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*treaths*) dalam pengembangan agribisnis kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin sebagai berikut:

- a. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) dalam pengembangan kopi arabika, yaitu :
 1. Potensi alam (tanah dan iklim) sangat mendukung pengembangan kopi arabika sebagai komoditas utama dan menjadi identitas kawasan agropolitan Bondowoso.
 2. Kopi Arabika di Sumberwringin dan sekitarnya memiliki keunikan dan telah dikenal di pasar internasional dengan *brand* Kopi Arabica Java Ijen-Raung.
 3. Ketersediaan lahan budidaya yang luas, baik kebun dan tegal milik masyarakat maupun lahan Magersaren Perhutani yang dapat dimanfaatkan untuk perluasan area budidaya kopi.
 4. Tersedia infrastruktur jalan dan jembatan yang semakin baik yang menghubungkan antar kawasan produksi kopi, baik lokasi kebun kopi, lokasi pengolahan kopi dan titik pemasaran.
 5. Adanya dukungan anggaran dari pemerintah melalui berbagai skema dalam pengembangan kawasan agropolitan, baik APBN, APBD maupun dana masyarakat serta peran serta swasta melalui CSR untuk berbagai pembangunan infrastruktur kawasan, prasarana dan sarana pelayanan masyarakat, bantuan usaha tani, serta program pendampingan terhadap pelaku usaha agribisnis kopi arabika.
- b. Faktor-faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) dalam pengembangan kopi arabika, yaitu:

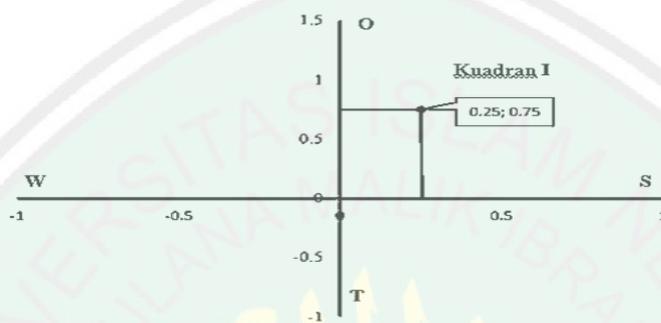
1. Keterampilan dan pengetahuan petani atau pelaku agribisnis di Kecamatan Sumberwringin dalam budidaya kopi relatif masih kurang. Belum semua petani kopi memiliki keterampilan budidaya kopi dengan teknik yang baik dan modern.
 2. Keterampilan pelaku agribisnis dalam pengolahan kopi pasca panen relatif masih kurang. Sebagian besar petani atau kelompok pengolah kopi masih belum memiliki SOP teknik pengolahan sehingga belum ada standarisasi cita rasa (*taste*) Kopi Arabica Sumberwringin.
 3. Tradisi budidaya kopi yang sudah turun temurun di Kecamatan Sumberwringin kurang diminati oleh generasi muda saat ini. Pemuda dan remaja setempat pada umumnya kurang tertarik dengan budidaya dan pengolahan kopi.
 4. Produktivitas komoditas kopi arabika sangat rentan oleh perubahan pola cuaca (*el nino, la-nina*, dan sebagainya) sementara masa produksi kopi arabika berlangsung satu tahun sekali.
 5. Petani kopi arabika pada umumnya kekurangan modal dalam mengembangkan usaha agribisnis hulu sampai hilir.
- c. Faktor-faktor yang menjadi peluang (*opportunity*) dalam pengembangan kopi arabika, yaitu:
1. Prospek pasar kopi arabika masih sangat luas baik lokal, regional maupun internasional dan kebutuhan (*demand*) kopi cenderung meningkat.
 2. Minum/menyeduh kopi dan berkunjung ke cafe semakin menjadi *trend* atau gaya hidup masyarakat saat ini yang berimplikasi pada meningkatnya permintaan kopi.
 3. Semakin banyak calon pembeli kopi dari luar negeri (*buyer* atau eksportir) yang tertarik dan berkunjung langsung ke kawasan agropolitan.
 4. Kawasan agropolitan dapat dikemas menjadi daya tarik atau destinasi wisata, misalnya memadukan antara wisata alam dengan pertanian serta kuliner.
 5. Lembaga keuangan dan perbankan dapat memberikan fasilitas modal usaha di sektor pertanian/perkebunan.
- d. Faktor-faktor yang menjadi ancaman (*treaths*) dalam pengembangan kopi arabika, yaitu:
1. Persaingan pasar kopi di tingkat regional dan internasional semakin ketat dalam menuntut kualitas kopi yang berstandar baik.
 2. Fluktuasi harga kopi menjadi tidak menguntungkan bila pasokan kopi di pasar melimpah.
 3. Prospek tanaman perkebunan dan kehutanan lainnya seperti tebu, sengon, gamelina, jabon dan lainnya dapat mengurangi minat petani untuk budidaya kopi.
 4. Adanya anomali cuaca yang dapat mempengaruhi produksi kopi.
 5. Generasi muda (petani muda) lebih tertarik pada mata pencaharian non pertanian, yaitu pekerjaan atau usaha di sektor perdagangan dan jasa di perkotaan.

Tabel 1. Matrik Faktor internal dan Eksternal pada Analisis Swot

	Peluang (O)	Ancaman (T)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prospek pasar kopi arabika masih sangat luas. 2. Minum/menyeduh kopi dan berkunjung ke cafe semakin menjadi <i>trend</i> atau gaya hidup. 3. Semakin banyak calon pembeli kopi dari luar negeri (<i>buyer</i> atau eksportir). 4. Kawasan agropolitan dapat dikemas menjadi daya tarik atau destinasi wisata. 5. Lembaga keuangan dan perbankan dapat memberikan fasilitas modal usaha. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan pasar kopi di tingkat regional dan internasional semakin ketat. 2. Fluktuasi harga kopi menjadi tidak menguntungkan bila pasokan kopi di pasar melimpah. 3. Prospek tanaman perkebunan dan kehutanan dapat mengurangi minat petani. 4. Adanya anomali cuaca yang dapat mempengaruhi produksi kopi. 5. Generasi muda (petani muda) lebih tertarik pada mata pencaharian non pertanian.
<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi alam (tanah dan iklim) sangat mendukung. 2. Kopi Arabika di Sumberwringin (Java Ijen-Raung) telah dikenal di pasar internasional. 3. Ketersediaan lahan, kebun, tegal dan magersen, 4. Adanya dukungan anggaran dari pemerintah. 	<p>Strategi menggunakan kekuatan untuk menangkap peluang (S-O) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kapasitas stakeholder kopi arabika dalam hal teknik budidaya, pengolahan, pemasaran dan akses permodalan. 2. Pengembangan fungsi kawasan agropolitan sebagai kawasan wisata edukasi. 3. Peningkatan sarana dan prasarana penunjang pariwisata. 	<p>Strategi menggunakan kekuatan untuk mengurangi ancaman (S-T) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan kelembagaan pengaturan ketersediaan kopi antisipasi saat panen raya. 2. Peningkatan SDM petani dalam teknik budidaya kopi arabika dan meminimalisir kegagalan panen akibat anomali cuaca. 3. Pengenalan agribisnis kopi dan prospeknya pada generasi muda.
<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterampilan dan pengetahuan berbudidaya kopi relatif masih kurang. 2. Keterampilan pelaku agribisnis dalam pengolahan kopi pasca panen relatif masih kurang. 3. Tradisi budidaya kopi kurang diminati oleh generasi muda saat ini. 4. Produktivitas komoditas kopi arabika sangat rentan oleh perubahan pola cuaca. 5. Petani kopi arabika pada umumnya kekurangan modal dalam mengembangkan usaha agribisnis. 	<p>Strategi menggunakan kelemahan untuk menangkap peluang (W-O) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan kerjasama antar lembaga untuk peningkatan nilai tambah agribisnis kopi arabika. 2. Peningkatan kapasitas stakeholder kopi rakyat dalam hal teknik budidaya, pengolahan, pemasaran dan akses permodalan. 3. Penelitian varietas kopi arabika yang sesuai dengan kondisi iklim saat ini. 	<p>Strategi menggunakan kelemahan untuk mengurangi ancaman (W-T) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan kerjasama antar sektor untuk pengenalan agribisnis kopi arabika dan prospeknya kepada generasi muda. 2. Pengembangan kerjasama antar lembaga untuk peningkatan nilai tambah agribisnis kopi arabika. 3. Pembinaan petani muda untuk berwirausaha sebagai petani kopi modern.

Sumber: Pengolahan Hasil FGD dan wawancara mendalam, 2019.

Berdasarkan hasil pembobotan terhadap faktor internal dan faktor eksternal pengembangan kopi arabika, maka diperoleh hasil pengolahan matrik SWOT melalui *microsoft excel 2016* yang menunjuk kondisi kebijakan pengembangan kawasan agropolitan berbasis agribisnis kopi arabika ini berada pada **Kuadran I** sebagaimana Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2: Kuadran Hasil Perhitungan Matrik SWOT

Gambar 2 menunjukkan hasil analisis SWOT berada pada **Kuadran I (positif, positif)**. Hal ini menjelaskan bahwa pengembangan agropolitan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dikembangkan, yaitu :

- 4) Peningkatan kapasitas stakeholder kopi rakyat dalam hal teknik budidaya, pengolahan, pemasaran dan akses permodalan.
- 5) Pengembangan fungsi kawasan agropolitan sebagai kawasan wisata edukasi.
- 6) Peningkatan sarana dan prasarana penunjang pariwisata.

Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **progresif**, artinya Pemerintah Kabupaten Bondowoso dalam kondisi prima sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melanjutkan kebijakan pengembangan wilayah dengan pengembangan kawasan agropolitan yang berbasis agribisnis kopi arabika untuk meningkatkan kondisi sosial ekonomi masyarakat.

Analisis Saluran Tataniaga

Penelitian terkait analisis saluran tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso dengan melibatkan petani, pedagang kecil, pedagang besar dan eksportir. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2019 hingga Maret 2020. Penelitian ini melibatkan 100 responden diantaranya 87 petani, 3 responden pedagang besar, 9 pedagang kecil dan 1 eksportir kopi arabika. Penentuan responden lembaga tataniaga dilakukan dengan teknik *snowball sampling*. Hasil dari penelitian ini mendapatkan rantai saluran kopi dari mulai budidaya atau pascapanen sampai pengiriman ke pembeli/*eksportir*. Dari petani kopi sampai dengan *eksportir* menunjukkan saluran tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso terdapat 2 saluran tataniaga yaitu : 1) Saluran tingkat 2 (Produsen → Pedagang Besar →

Eksportir), 2) Saluran tataniaga tingkat 3 (Produsen → Pedagang Kecil → Pedagang Besar → Eksportir). Biji kopi dari petani dikelola terlebih dahulu ke Unit Pengolahan Hasil (UPH) untuk pengolahan lanjutan, setelah itu petani menjual biji tersebut kepada saluran tataniaga berikutnya.

Hasil analisis data primer didapatkan, saluran tataniaga tingkat 2 dari 87 responden petani kopi arabika di tempat penelitian menjual kopi ke pedagang besar sebanyak 35 responden atau sebesar 40 persen. Sedangkan saluran tataniaga tingkat 3 dari 87 petani kopi arabika yang menjual ke pedagang kecil sebanyak 52 orang atau 60 persen dan 1 pedagang besar yang membeli langsung kepada petani.

Analisis Margin Tataniaga

Hasil penelitian menunjukkan lembaga tataniaga dengan nilai margin tertinggi adalah pedagang kecil sebesar Rp. 3.000. Nilai margin kedua adalah eksportir sebesar Rp. 2.500 dan terkecil adalah pedagang besar sebesar Rp. 2.000. Oleh karena itu, besarnya margin tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso sebesar Rp. 7.500 dan pedagang kecil mempunyai keuntungan terbesar yaitu sebesar Rp. 2.625, sedangkan pedagang besar mempunyai keuntungan yang kecil sebesar Rp. 1.825.

Analisis Efisiensi Tataniaga

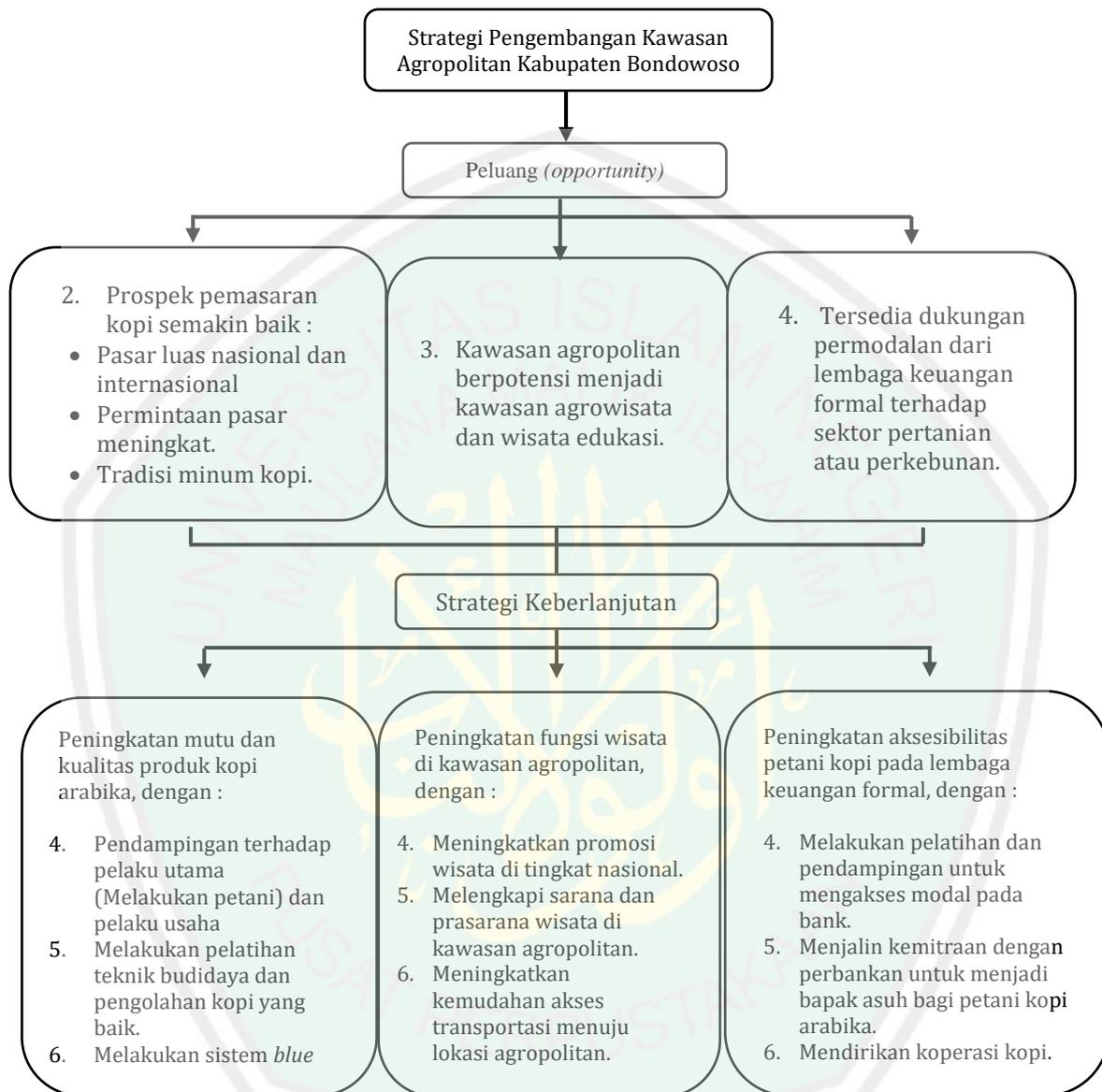
Hasil penelitian yang didapat menunjukkan nilai efisiensi lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso

adalah < 1 yang merupakan efisien. Lembaga tataniaga pedagang besar adalah paling efisien dibandingkan dengan lainnya, karena nilai produknya besar dengan biaya pemasaran yang kecil. Sedangkan saluran tataniaga tingkat 2 adalah yang paling efisien, dikarenakan marginnya besar dan biaya pemasaran yang kecil, serta dilalui oleh pedagang besar dan *eksportir*. Akan tetapi, petani kopi arabika yang menjual langsung ke pedagang besar yang melalui saluran tingkat 2 sebanyak 35 responden atau 40 persen, 1 responden atau 33,33 persen pedagang besar langsung membeli ke petani kopi. Penelitian ini menyatakan responden banyak melalui saluran tingkat 3.

Strategi Keberlanjutan Pengembangan Kawasan Agropolitan

Aalisis matriks SWOT dilakukan oleh peneliti untuk merumuskan strategi kebijakan yang tepat dalam keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan di Kecamatan Sumberwringin dengan berbasis pada pengamatan (observasi) dan *brain storming* yang dilakukan oleh peneliti kepada para petani dan stakeholder melalui FGD dan wawancara mendalam. Dalam hal ini, fokus pengembangan kawasan agropolitan dilakukan terhadap pengembangan usaha agribisnis kopi arabika sebagai produk unggulan Kabupaten Bondowoso.

Desain strategi keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan dianalisis oleh peneliti sebagaimana pada Gambar 3 dapat diuraikan secara rinci berikut :



Gambar 3 : Desain Strategi Keberlanjutan Pengembangan Kawasan Agropolitan.

Sumber : Hasil Analisis, 2019.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Saluran tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin terdapat 2 macam pola saluran. (1) saluran tingkat 2 (Petani selaku produsen → pedagang besar → *eksportir* ; (2) saluran tingkat 3 : Petani kopi → Pedagang kecil → Pedagang besar → *eksportir*. Hasil analisis data primer didapatkan, saluran tataniaga tingkat 2 dari 87 responden petani kopi arabika di tempat penelitian menjual kopi ke pedagang besar sebanyak 35 responden atau sebesar 40 persen. Sedangkan saluran tataniaga tingkat 3 dari 87 petani kopi arabika yang menjual ke pedagang kecil sebanyak 52 orang atau 60 persen dan 1 pedagang besar yang membeli langsung kepada petani.. Dari hasil penelitian, jika dianalisis lebih lanjut dari 2 saluran tataniaga kopi arabika tersebut terdapat perbedaan, baik biaya pemasaran, keuntungan serta margin tataniaga dari lembaga tataniaga kopi yang terlibat.
2. Analisis efisiensi tataniaga menyatakan bahwa lembaga tataniaga kopi arabika di Kecamatan Sumberwringin <1 (sudah efisien). Sedangkan saluran tataniaga tingkat 2 adalah yang paling efisien, dikarenakan marginnya besar dan biaya pemasaran yang kecil, serta dilalui oleh pedagang besar dan *eksportir*. Dan pedagang besar merupakan lembaga pemasar yang paling efisien yaitu sebesar 0,0026, karena nilai produknya besar dengan biaya pemasaran yang kecil.
3. Strategi yang dapat dilaksanakan untuk keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan agar lebih optimal antara lain :
 - a. Peningkatan kualitas produk kopi arabika, dengan cara :
 1. Pendampingan terhadap petani dan pelaku usaha pengolahan kopi dalam aspek teknik budidaya, pengolahan, pemasaran dan manajemen usaha.
 2. Melakukan pelatihan teknik budidaya dan pengolahan kopi yang baik.
 3. Melakukan sistem *blue economy* dalam pengembangan usaha.
 - b. Pengembangan pariwisata kawasan agropolitan, dengan cara :
 1. Meningkatkan promosi wisata di tingkat nasional.
 2. Melengkapi sarana dan prasarana wisata di kawasan agropolitan.
 3. Meningkatkan kemudahan akses transportasi menuju lokasi agropolitan.
 - c. Peningkatan akses petani kopi pada lembaga keuangan formal, dengan cara :
 1. Melakukan pelatihan dan pendampingan untuk mengakses modal pada bank.
 2. Menjalin kemitraan dengan perbankan untuk menjadi bapak asuh bagi petani kopi arabika.
 3. Mendirikan koperasi kopi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan diatas, maka dapat disusun beberapa saran untuk dapat mengoptimalkan pemasaran kopi arabika dan pengembangan kawasan agropolitan di Kabupaten Bondowoso, sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah Kabupaten Bondowoso, diantaranya :
 - a. Mengkaji dan menyusun strategi pengembangan usaha agribisnis kopi arabika yang dapat diimplementasikan sesuai dengan kondisi SDM petani kopi dan pelaku pengolahan kopi.
 - b. Melakukan pembangunan secara terpadu dan komprehensif yang melibatkan multisektor pembangunan dengan mengoptimalkan SKPD terkait dan kelompok kerja (POKJA) agropolitan yang sudah dibentuk.
 - c. Mempercepat pembangunan Sub Terminal agropolitan agar kawasan agropolitan Bondowoso memiliki titik penarik (*pole attraction*) yang mampu menarik investasi baru dan menjadi pusat kegiatan masyarakat sehingga dapat mengurangi perpindahan tenaga kerja ke perkotaan.
 - d. Mengkaji dan menggali komoditas lain yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk unggulan baru selain kopi arabika, mengingat masa panen kopi tidak berlangsung sepanjang tahun (musiman) serta untuk memunculkan *brand* baru, misalnya alpukat, durian atau ikan air tawar.
2. Bagi petani kopi arabika dan pelaku usaha pengolahan kopi, diantaranya :
 - a. Meningkatkan kemampuan bekerja sama dan berorganisasi sehingga dapat membentuk kelompok-kelompok UMKM dan sejenisnya sebagai wadah bagi petani kopi dan pelaku usaha untuk saling membantu dan berbagi peran dalam mengembangkan usaha agribisnis kopi arabika.
 - b. Meningkatkan modal sosial antara petani kopi, pengolah kopi dan pekerja (buruh) serta masyarakat kawasan sehingga usaha kopi arabika ini, baik budidaya kopi maupun pengolahannya tidak hanya memberi manfaat langsung bagi kelompok tertentu namun juga bagi masyarakat sekitarnya.
3. Bagi akademisi atau peneliti lain, diantaranya :
 - a. Melakukan penelitian tentang kemungkinan penetapan komoditas unggulan baru selain kopi arabika sebagai *brand* baru Kabupaten Bondowoso dalam keberlanjutan pengembangan kawasan agropolitan.
 - b. Melakukan penelitian terkait kelembagaan ekonomi yang diperlukan di masyarakat akibat meningkatnya usaha budidaya dan pengolahan kopi arabika khususnya serta adanya kebijakan pengembangan kawasan agropolitan.
 - c. Kekurangan penelitian ini diantaranya bergantung pada kemampuan dan pengamatan peneliti serta dimungkinkan perubahan perilaku dari objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Cetakan ketujuh, Edisi II.
UMM Press: Malang.

[BAPPEDA] Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Bondowoso. 2019.

Freddy, Rangkuti. 2018. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT (Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI) .Jakarta : PT. Gramedia.

Malhotra, Naresh K. (2009). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.

Masyhuri, dan Asnawi, Nur. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.

Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.

Pranoto, Sugimin., Ma'arif, M. Syamsul., Sutjahjo, Surjono H dan Siregar, Hermanto. (2006). *Pembangunan Perdesaan Berkelanjutan Melalui Model Pengembangan Agropolitan*. Jurnal Manajemen dan Agribisnis Vol.3 No.1 Maret 2006.

Sudiyono, Arman. (2002). *Pemasaran Pertanian*.

Lampiran 14



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 558881, Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME (FORM C)

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zuraidah, S.E.,M.SA
NIP : 197612102009122001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Firman Restu Hikmatullah
NIM : 16510056
Handphone : 082271632898
Konsentrasi : Pemasaran
Email : firmanrestuh@gmail.com
Judul Skripsi : Analisis Tataniaga Kopi Arabika (*Coffee Arabica*) Java Ijen-
Raung Di Kabupaten Bondowoso.

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
25%	22%	7%	16%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23 April 2020
UP2M

Zuraidah, S.E.,M.SA
NIP.197612102009122001