

**SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN KOMODITAS KOPI  
DI KECAMATAN LATIMOJONG KABUPATEN LUWU**

Disusun dan diajukan oleh

**NUR AFNI SAWAR**

**D101171014**



**DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2022**

**LEMBAR PENGESAHAN (TUGAS AKHIR)**

**STRATEGI PENGEMBANGAN KOMODITAS KOPI  
DI KECAMATAN LATIMOJONG KABUPATEN LUWU**

Disusun dan diajukan oleh

**NUR AFNI SAWAR**

**D101171014**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin  
Pada tanggal 22 Maret 2022  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

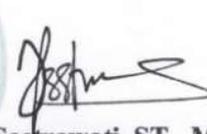
Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. Eng. Ihsan, ST., MT

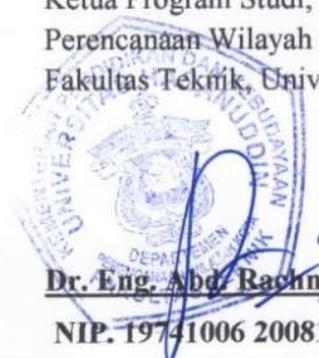
NIP. 19630504 199512 1 001



Isfa Sastrawati, ST., MT

NIP. 19741220 200501 1 001

Ketua Program Studi,  
Perencanaan Wilayah dan Kota  
Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin



Dr. Eng. Abd. Rachman, ST., M.Si

NIP. 19741006 200812 1 002

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat *Allah Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan Rahmat serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Strategi Pengembangan Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu**” sebagai salah satu syarat kelulusan pada Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin dengan tepat waktu.

Sumber daya pertanian khususnya perkebunan memiliki potensi yang sangat besar di Indonesia. Didukung dengan beberapa faktor yaitu: lokasi yang strategis, pengetahuan yang memadai, teknologi yang memadai, fasilitas yang memadai dan aksesibilitas yang memadai. Berdasarkan UU No. 18 Tahun 2004 Tentang Perkebunan menyatakan bahwa sektor perkebunan harus ditingkatkan untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha (industri), meningkatkan devisa serta menunjang perekonomian wilayah. Berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Luwu Tahun 2019-2024 dalam Peraturan Daerah Kabupaten Luwu No. 8 Tahun 2019 memaparkan bahwa sektor perkebunan di Kabupaten Luwu sangat berpotensi salah satunya perkebunan kopi. Kopi merupakan salah satu komoditas yang mendukung peningkatan PDRB di Kabupaten Luwu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan di dalamnya dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi peningkatan kualitas karya ilmiah selanjutnya. Akhir kata, Semoga *Allah Subhanahu wa Ta'ala* senantiasa meridhai segala usaha kita.

Gowa, 22 Maret 2022



**Nur Afni Sawar**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Afni Sawar  
NIM : D101 17 1014  
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

### **Strategi Pengembangan Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Gowa, 22 Maret 2022

Yang Menyatakan,



**Nur Afni Sawar**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat *Allah Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan Rahmat serta Karunia-Nya kepada penulis sehingga karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Salam dan Shalawat kepada *Rasulullah Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam* yang telah membawa dan menjadi penuntun hidup menuju zaman yang berilmu seperti saat ini.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga penulis ingin menghaturkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orangtua tercinta (Safar dan Warsia) atas doa, nasihat, dan dukungan yang tiada hentinya kepada penulis;
2. Saudara tercinta (Aldi Sawar dan Aditia Sawar) atas doa, semangat dan dukungannya kepada penulis;
3. Rektor Universitas Hasanuddin (Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc) atas nasihat dan bimbingannya selama penulis menempuh pendidikan;
4. Dekan Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin (Bapak Prof. Dr. Eng. Ir. Muhammad Isran Ramli, ST., MT) atas nasihat dan bimbingannya selama penulis menempuh pendidikan;
5. Kepala Departemen sekaligus Ketua Prodi S1-Perencanaan Wilayah dan Kota (PWK) Universitas Hasanuddin (Dr. Eng. Abd. Rachman, ST., M.Si) atas kasih sayang, ilmu, dan nasihat yang selalu diberikan kepada penulis;
6. Dosen Penasihat Akademik (Ibu Dr. Ir. Hj. Mimi Arifin, M.Si) atas segala nasihat, semangat, dan bantuannya selama menjalani masa perkuliahan;
7. Kepala studio akhir (Ibu Dr. techn. Yashinta K.D. Sutopo, ST.,MIP) atas motivasi, kasih sayang, ilmu, nasihat, pengalaman, yang selalu diberikan kepada penulis;
8. Dosen Pembimbing I (Bapak Dr. Eng. Ihsan, ST.,MT) atas segala bimbingan, arahan, nasihat, waktu, kepercayaan serta ilmu yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;
9. Dosen Pembimbing II dan juga sebagai sekretaris departemen (Ibu Isfa Sastrawati, ST.,MT) atas motivasi, kasih sayang, ilmu, nasihat, pengalaman,

yang selalu diberikan kepada penulis;

10. Dosen Penguji I (Ibu Marly Valenti Patandiana, ST.,MT.,Ph.D) atas ilmu, bimbingan, koreksi, dan arahan yang telah diberikan semata-mata untuk peningkatan kualitas karya penulis;
11. Dosen Penguji II (Pak Laode Muh. Asfan Mujahid, ST.,MT) atas ilmu, bimbingan, koreksi, dan arahan yang telah diberikan semata-mata untuk peningkatan kualitas karya penulis;
12. Seluruh Dosen Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama menempuh masa studi;
13. Seluruh Staf Administrasi dan Pelayanan PWK Universitas Hasanuddin (Bapak Haerul Muayyar, S.Sos, Bapak Sawalli, Bapak Faharuddin, dan Ibu Tini) atas kesabaran, kebaikan, dan bantuannya kepada penulis selama menempuh pendidikan;
14. Teman-teman SPASIAL 2017 atas ilmu, pembelajaran, dan pengalamannya selama 4 tahun;
15. Teman-Teman IMPI KORWIL-IT atas pengalaman dan ilmunya;
16. Teman-teman se-organisasi Himpunan Mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin (HMPWK FT-UH) yang telah memberikan pengalaman dan ilmu kepada penulis; serta
17. Seluruh pihak yang tidak dapat disebut namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga *Allah Subhanahu Wata'ala* membalas segala kebaikan yang telah diberikan.

Penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan dan peningkatan kualitas dalam penyusunan karya ilmiah di masa depan. Penulis berharap karya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan masyarakat Indonesia, khususnya Kecamatan Latimojong, Kabupaten Luwu.

Gowa, 22 Maret 2022



**Nur Afni Sawar**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>Ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	3
1.6 <i>Output</i> Penelitian.....	4
1.7 <i>Outcam</i> Penelitian.....	4
1.8 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Komoditas.....	6
2.2 Komoditas Kopi.....	12
2.3 Karakteristik Kawasan Komoditas Kopi.....	14
2.4 Teori Pertumbuhan Ekonomi.....	15
2.5 Daya Dukung Lahan Kopi.....	17
2.6 Pemasaran.....	18
2.7 Potensi Ekonomi Daerah Kecamatan Latimojong.....	23
2.8 Hambatan Kebencanaan Dalam Pengembangan Komoditas.....	25

2.9	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Komoditas Kopi.....	25
2.10	Penelitian Terdahulu.....	26
2.11	Kesimpulan Tinjauan Pustaka.....	31
2.12	Kerangka Konsep Penelitian.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>34</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2	Lokasi Penelitian.....	34
3.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	36
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5	Teknik Analisis Data.....	37
3.6	Populasi dan Sampel.....	51
3.7	Variabel Penelitian.....	53
3.8	Defenisi Operasional.....	55
3.9	Kerangka Penelitian.....	55
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>		<b>59</b>
4.1	Gambaran Umum Kabupaten Luwu.....	59
4.2	Gambaran Umum Kecamatan Latimojong .....	63
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>69</b>
5.1	Karakteristik Kawasan Kecamatan Latimojong Sebagai Kawasan Penghasil Kopi.....	69
5.2	Analisis Potensi dan Masalah Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong .....	94
5.3	Strategi Pengembangan Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong .....	150
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>172</b>
6.1	Kimpulan.....	172
6.2	Saran.....	173
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>175</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>179</b>
<b><i>CURRICULUM VITAE</i> .....</b>		<b>185</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	29
Tabel 2.2	Variabel yang mempengaruhi pengembangan komoditas kopi....	31
Tabel 3.1	Indikator dan Standar Kawasan Potensial Tanaman Kopi.....	38
Tabel 3.2	Skor bobot Indikator Ketinggian.....	39
Tabel 3.3	Skor bobot Indikator Curah Hujan.....	39
Tabel 3.4	Skor bobot Indikator Kemiringan Lereng.....	39
Tabel 3.5	Skor bobot Total Lokasi Potensial Tanaman.....	40
Tabel 3.6	<i>Skoring</i> Indikator Ketersediaan.....	44
Tabel 3.7	Model Analisis Faktor Strategi (IFAS/EFAS).....	48
Tabel 3.8	Matriks SWOT.....	50
Tabel 3.9	Analisis Responden Stakeholder.....	51
Tabel 3.10	Hasil Analisis Responden Stakeholder.....	52
Tabel 3.11	Kebutuhan Data Penelitian.....	54
Tabel 4.1	Wilayah Administrasi Kabupaten Luwu, Tahun 2021.....	60
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk 5 Tahun Terakhir 2015-2020.....	62
Tabel 4.3	Luas Desa di Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	64
Tabel 4.4	Jumlah Penduduk di Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	65
Tabel 4.5	Kepadatan Penduduk di Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	66
Tabel 4.6	Penduduk Menurut Jenis Kelamin Tahun 2021.....	67
Tabel 4.7	Penduduk Menurut Usia di Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	68
Tabel 5.1	Ketinggian Wilayah di Tiap Kecamatan di Kabupaten Luwu.....	70
Tabel 5.2	Ketinggian Wilayah di Kecamatan Latimojong.....	71
Tabel 5.3	Rata-rata Curah Hujan di Kecamatan Latimojong Tahun 2021....	75
Tabel 5.4	Kemiringan Lereng Kecamatan Latimojong.....	77
Tabel 5.5	Luas Penggunaan Lahan Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	79
Tabel 5.6	Jenis Perkebunan Di Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	80
Tabel 5.7	Kondisi Fisik Kawasan Kecamatan Latimojong.....	81

Tabel 5.8	Hasil Skoring karakteristik fisik Kecamatan Latimojong.....	82
Tabel 5.9	Hasil Perhitungan LQ Komoditas Kopi di Kabupaten Luwu.....	84
Tabel 5.10	Hasil Nilai LQ Komoditas Kopi Basis di Kabupaten Luwu.....	85
Tabel 5.11	Hasil Perhitungan LQ Komoditas Kopi di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2018-2021.....	86
Tabel 5.12	Hasil Nilai LQ Komoditas Kopi Basis di Provinsi Sulawesi Selatan.....	87
Tabel 5.13	Hasil DLQ dari Sektor Basis di Kabupaten Luwu.....	89
Tabel 5.14	Perhitungan DLQ di Kecamatan Latimojong.....	90
Tabel 5.15	Hasil Nilai DLQ di Kecamatan Latimojong.....	91
Tabel 5.16	Hasil LQ dan DLQ Kopi di Kabupaten Luwu.....	91
Tabel 5.17	Nilai Hasil Produksi Kopi Kecamatan Basis di Kabupaen Luwu Tahun 2020.....	92
Tabel 5.18	Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	93
Tabel 5.19	Pertumbuhan Produksi Kopi 4 Tahun Terakhir di Kabupaten Luwu.....	95
Tabel 5.20	Produksi Kopi Kecamatan Latimojong Tahun 2020.....	96
Tabel 5.21	Populasi dan Permintaan Kopi di Kecamatan Latimojong.....	97
Tabel 5.22	Permintaan Kopi di Kabupaten Luwu Tahun 2021.....	98
Tabel 5.23	Luas Lahan Perkebunan Kopi di Provinsi Sulawesi Selatan.....	99
Tabel 5.24	Jumlah Rata-rata Produksi Kopi Perhektar di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2021.....	101
Tabel 5.25	Peringkat Berdasarkan Produktivitas Kopi Tiap Kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan.....	102
Tabel 5.26	Luas Lahan Perkebunan Kopi di Kecamatan Latimojong.....	103
Tabel 5.27	Jumlah Rata-rata Produksi Kopi Perhektar di Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	104
Tabel 5.28	Proyeksi Penduduk Kopi di Kecamatan Latimojong.....	108
Tabel 5.29	Proyeksi Produksi Kopi di Kecamatan Latimojong.....	108
Tabel 5.30	Proyeksi Harga Kopi di Kecamatan Latimojong.....	109
Tabel 5.31	Proyeksi Produktivitas Kopi di Kecamatan Latimojong.....	109

Tabel 5.32 Hasil Proyeksi Ketersediaan Lahan di Kecamatan Latimojong....	109
Tabel 5.33 Proyeksi Kebutuhan Lahan di Kecamatan Latimojong.....	110
Tabel 5.34 Proyeksi Daya Dukung Lahan di Kecamatan Latimojong.....	110
Tabel 5.35 Jumlah Petani Berdasarkan Jenis Tanaman di Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	111
Tabel 5.36 Jumlah Petani Kopi Ditiap Desa di Kecamatan Latimojong Pada Tahun 2020.....	111
Tabel 5.37 Pendidikan Petani Kopi Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	112
Tabel 5.38 Usia Petani Kopi di Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	113
Tabel 5.39 Industri Pengolahan Kopi di Kecamatan Latimojong.....	115
Tabel 5.40 Sarana Penunjang Komoditas Kopi.....	123
Tabel 5.41 Luas Wilayah dan Jarak dari Ibu Kota Kecamatan Latimojong dan Ibu Kota Kabupaten Luwu Tahun 2021.....	130
Tabel 5.42 Jenis Jalan Berdasarkan Konstruksi Desa/Kelurahan di Kecamatan Latimojong.....	131
Tabel 5.43 Kondisi Jalan Desa/Kelurahan di Kecamatan Latimojong.....	136
Tabel 5.44 Data Kebencanaan Kecamatan Latimojong Tahun 2017-2021.....	140
Tabel 5.45 Alur Distribusi Kopi di Kecamatan Latimojong.....	143
Tabel 5.46 Biaya Margin Harga Pola Distribusi Kopi di Kecamatan Latimojong Tahun 2021.....	146
Tabel 5.47 Pola I Perbandingan Harga Kopi di Kabupaten Luwu dan Kabupaten Toraja.....	149
Tabel 5.48 Pola I Perbandingan Harga Kopi di Kabupaten Luwu dan Kabupaten Toraja.....	149
Tabel 5.49 Tabel Penilaian IFAS.....	153
Tabel 5.50 Tabel Penilaian EFAS.....	154
Tabel 5.51 Matriks SWOT Strategi Pengembangan Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong, Kabupaten Luwu.....	156

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peta Lokasi Penelitian Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu.....	4
Gambar 2.1	Kerangka Konsep Penelitian.....	33
Gambar 3.1	Peta Lokasi Penelitian.....	35
Gambar 3.2	Kuadran SWOT.....	49
Gambar 3.3	Kerangka Penelitian.....	58
Gambar 4.1	Peta Administrasi Kabupaten Luwu.....	61
Gambar 4.2	Grafik Persentase Penduduk Kabupaten Luwu Tahun 2020.....	63
Gambar 4.3	Peta Administrasi Kecamatan Latimojong.....	64
Gambar 5.1	Peta Ketinggian Kecamatan Latimojong.....	72
Gambar 5.2	Peta Jenis Tanah Kecamatan Latimojong.....	74
Gambar 5.3	Peta Curah Hujan Kecamatan Latimojong.....	76
Gambar 5.4	Peta Kemiringan Lereng Kecamatan Latimojong.....	78
Gambar 5.5	Peta Lokasi Potensial Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong.....	82
Gambar 5.6	Peta Basis dan Non Basis Komoditas Kopi Provinsi Sulawesi Selatan.....	88
Gambar 5.7	Pertumbuhan Produksi Kopi Kecamatan Basis Di Kabupaten Luwu Tahun 2017-2020.....	95
Gambar 5.8	Produk Hasil Pengolahan Kopi di Kecamatan Latimojong.....	114
Gambar 5.9	Proses Pemetikan Buah Kopi.....	116
Gambar 5.10	Alat Mesin Pulper.....	117
Gambar 5.11	Proses Penjemuran Biji Kopi.....	119
Gambar 5.12	Alat Mesin Huller.....	119
Gambar 5.13	Biji Kopi Sebelum dan Sesudah Penggilingan Kering.....	120
Gambar 5.14	Proses Pemilahan Biji Kopi.....	120
Gambar 5.15	Penggudangan atau Penyimpanan Biji Kopi.....	121
Gambar 5.16	Alat Roasting atau Penyangraian Biji Kopi.....	121
Gambar 5.17	Alat Penggilingan Kopi Bubuk.....	122

Gambar 5.18 Pengemasan Kopi.....	122
Gambar 5.19 Peta Penunjang Aktivitas Perkebunan dan Komoditas Kopi.....	125
Gambar 5.20 Jenis Jalan Di Kecamatan Latimojong.....	132
Gambar 5.21 Peta Jenis Jalan Berdasarkan Konstruksinya di Kecamatan Latimojong.....	133
Gambar 5.22 Peta Lebar Jalan Di Kecamatan Latimojong.....	135
Gambar 5.23 Kondisi Jalan Di Kecamatan Latimojong.....	137
Gambar 5.24 Peta Kondisi Jalan Di Kecamatan Latimojong.....	138
Gambar 5.25 Peta Rawan Bencana Di Kecamatan Latimojong.....	142
Gambar 5.26 Pola Distribusi Kopi di Kecamatan Latimojong.....	143
Gambar 5.27 Pola I-IV Distribusi Kopi Kecamatan Latimojong.....	143
Gambar 5.28 Pola V Distribusi Kopi Kecamatan Latimojong.....	147
Gambar 5.29 Diagram SWOT Penentuan Rekomendasi Strategi Pengembangan Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong.....	158
Gambar 5.30 Peta Arah Sarana Penunjang Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong.....	164
Gambar 5.31 Peta Arah Prasarana Kecamatan Latimojong.....	169

# STRATEGI PENGEMBANGAN KOMODITAS KOPI DI KECAMATAN LATIMOJONG KABUPATEN LUWU

Nur Afni Sawar<sup>1)</sup>, Ihsan <sup>2)</sup>, Isfa Sastrawati<sup>2)</sup>

Universitas Hasanuddin, Indonesia

Email: [nurafnisawar@gmail.com](mailto:nurafnisawar@gmail.com)

## ABSTRAK

Kecamatan Latimojong merupakan salah satu kecamatan penghasil kopi di Kabupaten Luwu dan kecamatan peruntukan pertanian yang terdapat dalam Rencana Strategis Kabupaten Luwu dan RTRW Kabupaten Luwu Tahun 2012-2032. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik, potensi dan masalah komoditas kopi di Kecamatan Latimojong, serta merumuskan ide strategi pengembangan komoditas kopi di Kecamatan Latimojong, Kabupaten Luwu. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, kuesioner, observasi dan studi literatur. Analisis yang dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif, analisis spasial, analisis LQ, analisis DLQ, analisis permintaan, analisis perbandingan atau analisis produktivitas, analisis skala likert, dan analisis SWOT. Penelitian ini menunjukkan kondisi karakteristik Kecamatan Latimojong yang mendukung aktivitas komoditas kopi berdasarkan kajian kondisi fisik yaitu ketinggian, curah hujan, kemiringan lereng dan penggunaan lahan serta kajian non fisik yaitu nilai LQ yang basis dan DLQ yang prospektif. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Kecamatan Latimojong memiliki potensi komoditas kopi yang dapat dikembangkan berupa potensi lahan perkebunan yang luas, sumber daya manusia yang memadai berdasarkan kuantitas, produksi kopi surplus dan permintaan kopi yang konstan serta terdapat masalah berupa aksesibilitas, sarana dan pemasaran kopi. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu merekomendasikan 7 ide strategi yaitu W-O (*Weaknesses-Opportunities*). Strategi ini dibuat dengan meminimalisir faktor kelemahan Kecamatan Latimojong dan memanfaatkan faktor peluang yang ada untuk mengembangkan Komoditas kopi.

**Kata Kunci:** Komoditas Kopi, Potensi, Masalah, Strategi Pengembangan, Latimojong

---

- 1) Mahasiswa Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
- 2) Dosen Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin

**COFFEE COMMODITY DEVELOPMENT STRATEGY IN LATIMOJONG  
DISTRICT LUWU REGENCY**

**Nur Afni Sawar<sup>1)</sup>, Ihsan <sup>2)</sup>, Isfa Sastrawati<sup>2)</sup>  
Hasanuddin University, Indonesia**

**Email: [nurafnisawar@gmail.com](mailto:nurafnisawar@gmail.com)**

**ABSTRACT**

*Latimojong sub-district is one of the coffee-producing sub-districts in Luwu Regency and the sub-district of agricultural designation contained in the Luwu Regency Strategic Plan and Luwu Regency RTRW 2012-2032. This study aims to determine the characteristics, potentials and problems of coffee commodities in Latimojong District, and to formulate strategic ideas for developing coffee commodities in Latimojong District, Luwu Regency. Data was collected by using interview techniques, questionnaires, observations and literature studies. The analysis was carried out using descriptive qualitative and quantitative methods, spatial analysis, LQ analysis, DLQ analysis, demand analysis, comparative analysis or productivity analysis, Likert scale analysis, and SWOT analysis. This study shows the characteristic conditions of Latimojong District that support coffee commodity activities based on studies of physical conditions, namely altitude, rainfall, slope and land use as well as non-physical studies, namely the basic LQ value and prospective DLQ. This study also shows that Latimojong District has the potential for coffee commodities that can be developed in the form of extensive plantation land potential, adequate human resources based on quantity, surplus coffee production and constant demand for coffee and there are problems in the form of accessibility, facilities and marketing of coffee. The conclusion of this study is to recommend 7 strategic ideas, namely WO (Weaknesses-Opportunities). This strategy was made by minimizing the weaknesses of Latimojong District and take advantage of opportunities to develop coffee commodities.*

**Keywords:** *Coffe Commodity, Potential, Constraints, Development Strategies, Latimojong*

- 1) Student of Urban and Regional Planning Department, Faculty of Engineering, HasanuddinUniversity*
- 2) Lecture of Urban and Regional Planning Department, Faculty of Engineering, HasanuddinUniversity*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perencanaan wilayah memiliki salah satu komponen penting yaitu perencanaan ekonomi makro yang salah satu komponennya adalah pertumbuhan ekonomi (archibugi, 2008). Pertumbuhan ekonomi dapat dipicu dengan peningkatan daya saing atau yang umumnya di sebut dengan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing adalah kemampuan yang di peroleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu wilayah untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibanding wilayah lain pada kondisi atau sektor yang sama.

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor unggulan yang dapat dikembangkan dan dapat memberikan manfaat terhadap masyarakat maupun kawasan sekitarnya. Sumber daya pertanian khususnya perkebunan memiliki potensi yang sangat besar di Indonesia. Didukung dengan beberapa faktor yaitu: lokasi yang strategis, pengetahuan yang memadai, teknologi yang memadai, fasilitas yang memadai dan aksesibilitas yang memadai. Berdasarkan UU No. 18 Tahun 2004 Tentang Perkebunan menyatakan bahwa sektor perkebunan harus ditingkatkan untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha (industri), meningkatkan devisa serta menunjang perekonomian wilayah. Berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Luwu Tahun 2019-2024 dalam Peraturan Daerah Kabupaten Luwu No. 8 Tahun 2019 memaparkan bahwa sektor perkebunan di Kabupaten Luwu sangat berpotensi salah satunya perkebunan kopi. Kopi merupakan salah satu komoditas yang mendukung peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Kabupaten Luwu.

Dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Luwu Tahun 2011-2031 menyebutkan bahwa kawasan tanaman kopi dengan luas ±4627 hektar tersebar di Kecamatan Latimojong dan Bastem. Kecamatan Latimojong telah ditetapkan sebagai kawasan dengan hasil komoditas unggul berupa Cengkeh dan Kopi. Potensi kopi di Kecamatan Latimojong adalah salah satu yang terbaik di Kabupaten Luwu. Kecamatan Latimojong sebagian besar berada di dataran tinggi yaitu 100 mdpl-

3500 mdpl yang membuat tanaman kopi tumbuh subur di lokasi tersebut. Produksi kopi di Kecamatan Latimojong mengalami peningkatan tiap tahunnya namun tidak sesuai dengan luas lahan yang dimiliki. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya teknologi/fasilitas/pengetahuan dan lain-lain. Dalam penelitian ini tidak hanya berfokus pada perkebunan kopi melainkan komoditas kopi. Produksi, Industri (pengolahan) hingga pemasaran menjadi komponen penting dalam penelitian ini sehingga dapat mendukung peningkatan ekonomi wilayah.

Berdasarkan pemaparan latar belakang, komoditas kopi di Kecamatan Latimojong membutuhkan strategi pengembangan sehingga hasil komoditas ini dapat maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan komoditas kopi di Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu untuk menjaga eksistensi komoditas kopi dan memberikan manfaat terhadap masyarakat dan pemerintah di lokasi penelitian. Diharapkan dengan adanya penelitian ini di Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu dapat menjadi bahan untuk pemerintah setempat untuk mengembangkan lokasi-lokasi potensial dan meningkatkan pengolahan dan pemasaran komoditas kopi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dan daerah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Guna menjawab atau menyelesaikan isu terkait strategi pengembangan komoditas kopi di Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu, maka di rumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut.

1. Bagaimana Karakteristik Kawasan Kecamatan Latimojong Sebagai Kawasan Penghasil Kopi?
2. Bagaimana Potensi dan Masalah Komoditas Kopi Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu?
3. Bagaimana Strategi Pengembangan Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan sebelumnya maka tujuan penelitian ini antara lain.

1. Mengidentifikasi Karakteristik Kawasan di Kecamatan Latimojong Sebagai kawasan Penghasil Kopi.
2. Menganalisis Potensi dan Masalah Komoditas Kopi Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu
3. Merumuskan Strategi Pengembangan Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain.

1. Bagi masyarakat, sebagai bahan referensi untuk membuka wawasan pengetahuan terkait potensi lokasi setempat. Diharapkan referensi ini menjadi acuan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan dalam mengelola potensi yang ada;
2. Bagi pemerintah, dapat digunakan sebagai bahan rujukan, masukan, atau pertimbangan dalam merumuskan kebijakan dan arahan pembangunan ekonomi kota dengan mengembangkan sektor pertanian utamanya komoditas kopi;
3. Bagi dunia pendidikan, dapat dijadikan sebagai bahan referensi terkait pengembangan komoditas utamanya tanaman kopi.

#### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

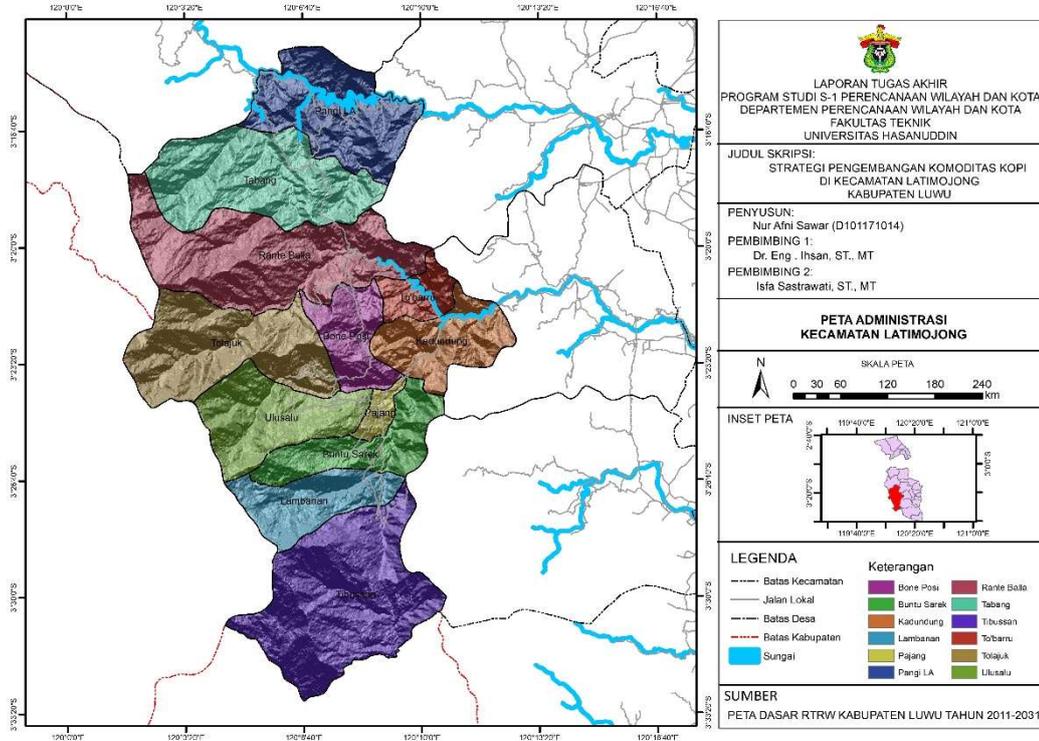
##### **1.5.1 Lingkup substansi**

Penelitian ini memiliki ruang lingkup substansi yang berkaitan dengan hal-hal sebagai berikut.

1. Karakteristik kawasan Kecamatan Latimojong sebagai penghasil kopi;
2. Potensi dan masalah produksi kopi yang berfokus pada jumlah produksi dan luas lahan;
3. Potensi dan masalah sumber daya manusia yang pada jumlah, usia dan pendidikan petani;
4. Potensi dan masalah sarana prasarana yang berfokus pada industri/pengolahan kopi, ketersediaan dan kondisi sarana prasarana tersebut;
5. Potensi dan masalah pemasaran yang berfokus pada alur distribusi dan margin harga kopi di Kecamatan Latimojong.

## 1.5.2 Lingkup lokasi

Lokasi Penelitian ini berada di Kecamatan Latimojong, Kabupaten Luwu dengan fokus wilayah pada lokasi-lokasi penghasil Kopi.



Gambar 1. 1 Peta Lokasi Penelitian Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu

## 1.6 Output Penelitian

Output penelitian yang dihasilkan adalah sebagai berikut.

1. Laporan penelitian yang tersusun secara sistematis sebagai latihan pengembangan dan penerapan ilmu perencanaan wilayah dan kota;
2. Jurnal, poster dan *summary book*.

## 1.7 Outcam Penelitian

Berkaitan dengan pelaksanaan penelitian ini *outcome* yang diharapkan antara lain.

1. Meningkatnya perhatian dan pengetahuan seluruh masyarakat dan pemerintah terkait potensi dan masalah komoditas kopi di Kecamatan Latimojong;
2. Tersedianya kajian-kajian komponen yang mempengaruhi perkembangan komoditas kopi di Kecamatan Latimojong; dan
3. Tersedianya pilihan strategi pengembangan komoditas kopi di Kecamatan Latimojong.

## **1.8 Sistematika Penelitian**

Sistematika dalam penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab yang memuat latar belakang hingga kesimpulan yang disusun secara berurutan dan terstruktur sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, sistematika penulisan *output* dan *outcome* penelitian.

Bab II Kajian Pustaka memuat kajian atau studi pustaka, teori-teori, penelitian terdahulu dan alur pikir yang berkaitan dengan rumusan masalah yang akan dijawab. Kajian karakteristik kawasan, potensi dan masalah komoditas kopi Kecamatan Latimojong dan kajian yang memuat beberapa aspek yang mempengaruhi strategi pengembangan komoditas kopi di Kecamatan Latimojong.

Bab III Metode Penelitian menguraikan metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Inti pembahasan dalam bab ini antara lain, jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan dan kebutuhan data, variabel penelitian, teknik analisis, serta kerangka penelitian.

Bab IV Gambaran Umum memuat informasi umum terkait lokasi penelitian serta data-data umum terkait objek penelitian. Adapun informasi umum yang dimuat yakni kondisi geografis Sulawesi selatan, kondisi geografis Kabupaten Luwu, kependudukan dan potensi kawasan Kabupaten Luwu.

Bab V Pembahasan menjabarkan dan menganalisis data yang akan menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya dengan melihat tinjauan pustaka dan menggunakan metode analisis yang telah dirancang.

Bab VI Penutup merupakan akhir dari penulisan penelitian yang berisi kesimpulan dan saran terkait keseluruhan jawaban dari rumusan masalah yang dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komoditas**

##### **2.1.1 Pengertian Komoditas**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komoditas memiliki dua pengertian utama yaitu: 1. Suatu barang dagangan utama, suatu benda niaga, suatu hasil bumi dan suatu kerajinan setempat yang dapat dimanfaatkan sebagai komoditas ekspor, 2. Bahan mentah yang dapat digolongkan menurut mutunya sesuai dengan standar perdagangan internasional. Berdasarkan jenisnya komoditas dibagi menjadi beberapa jenis yaitu komoditas industri, komoditas pertanian, komoditas pertambangan, komoditas hasil hutan, komoditas hasil laut, komoditas kayu, komoditas hasil kerajinan rakyat, dan masih banyak lainnya.

Pada awalnya komoditas hanya dikenal pada daerah pertanian, misalnya komoditas padi, kacang, jagung, maupun kedelai. Tetapi dengan seiring perkembangan jaman, ungkapan komoditas tidak hanya menitikberatkan pada pertanian saja, tetapi sudah mencakup keseluruhan barang yang dapat diperdagangkan, seperti pertambangan, perkebunan, dan hewan (Widji, 2009). Sehingga dapat disimpulkan bahwa komoditas memiliki kaitan yang cukup erat dengan barang atau produk.

Komoditas unggulan adalah komoditi potensial yang dipandang dapat bersaing dengan produk sejenis dari daerah atau wilayah lain, karena disamping komoditas unggulan memiliki keunggulan komparatif juga memiliki efisiensi usaha yang tinggi (Ely, 2014). Komoditas unggulan merupakan hasil usaha masyarakat yang memiliki peluang pemasaran yang tinggi dan dapat menguntungkan bagi masyarakat. Beberapa kriteria dari komoditas unggulan menurut Ely, 2014 yaitu sebagai berikut.

1. Mempunyai daya saing yang tinggi di pasaran (keunikan/ciri spesifik, kualitas bagus, harga murah);
2. Memanfaatkan potensi sumberdaya lokal yang potensial dan dapat dikembangkan;

3. Mempunyai nilai tambah tinggi bagi masyarakat;
4. Secara ekonomi menguntungkan dan bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan kemampuan sumberdaya manusia; dan
5. Layak didukung oleh modal bantuan atau kredit.

Keunggulan suatu komoditas masih dibagi lagi berdasarkan keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Keunggulan komparatif merupakan keunggulan yang dimiliki berdasarkan potensi yang ada dan membedakannya dengan daerah yang lain. Keunggulan komparatif ini dapat berupa sumber daya alam, sumber daya manusia. Sedangkan keunggulan kompetitif merupakan keunggulan yang dimiliki dan digunakan untuk bersaing dengan daerah lain. Dengan kata lain keunggulan kompetitif menggunakan keunggulan komparatif untuk dapat bersaing dengan daerah lain, sehingga menggapai tujuannya yang dalam hal ini adalah komoditi unggulan.

Dalam menganalisis keunggulan suatu komoditas, salah satunya dengan pendekatan sektor basis. Sektor basis memainkan peranan penting sehingga peningkatan besarnya akan membawa pengaruh terhadap peningkatan sektor lainnya. Serangkaian teori yang menjelaskan hubungan antara sektor-sektor dalam suatu perekonomian regional salah satu diantaranya teori basis ekonomi. Teori basis ekonomi ini menyatakan bahwa faktor penentu pertumbuhan ekonomi suatu daerah adalah berhubungan langsung dengan permintaan barang dan jasa dari luar daerah. Pertumbuhan industri-industri yang menggunakan sumber daya lokal, termasuk tenaga kerja dan bahan baku untuk ekspor, akan menghasilkan kekayaan daerah dan penciptaan lapangan kerja (Fajri, 2011).

Dalam perencanaan pembangunan di tingkat Propinsi/kabupaten/kecamatan diperlukan analisis potensi wilayah baik dalam aspek biofisik maupun sosial ekonomi termasuk didalamnya penentuan komoditas unggulan daerah dengan pendekatan *LQ (Location Quotient)*. Penentuan ini penting dengan pertimbangan bahwa ketersediaan dan kapabilitas sumberdaya (alam, modal dan manusia) untuk menghasilkan dan memasarkan semua komoditas yang dapat diproduksi di suatu wilayah secara simultan relatif terbatas (Hidayah, 2010). Metode *LQ* digunakan untuk mengetahui sektor basis atau sektor potensial suatu daerah atau wilayah

tertentu. Metode ini menyajikan perbandingan relatif antara kemampuan sektor di daerah dengan kemampuan sektor yang sama pada daerah yang lebih luas. Asumsi yang digunakan dalam metode *LQ* dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Kualitas buruh yang sama pada tingkat daerah dan nasional;
2. Produktivitas pada sektor *i* sama pada tingkat daerah dan nasional;
3. Pendapatan yang sama di tingkat daerah dan nasional; dan
4. Setiap sektor akan menghasilkan produksi tunggal.

Sektor unggulan merupakan sektor yang keberadaannya pada saat ini telah berperan besar kepada perkembangan perekonomian suatu wilayah, karena mempunyai keunggulan-keunggulan atau kriteria. Selanjutnya faktor ini berkembang lebih lanjut melalui kegiatan investasi dan menjadi tumpuhan kegiatan ekonomi (Jawoto, 2011). Oleh karena itu sektor unggulan menjadi bagian penting dalam pembangunan ekonomi wilayah. Adapun kriteria sektor unggulan, bahwa sektor unggulan memiliki empat kriteria diantaranya sebagai berikut.

1. Sektor unggulan memiliki laju pertumbuhan ekonomi yang tinggi
2. Sektor unggulan memiliki angka penyerapan tenaga kerja yang relatif besar
3. Sektor unggulan memiliki keterkaitan antara sektor yang tinggi baik ke depan maupun ke belakang
4. Sektor yang mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi.

Selain kriteria sektor unggulan terdapat pula kriteria mengenai sektor unggulan daerah sebagai berikut.

1. Komoditas unggulan harus mampu menjadi penggerak utama (*prime mover*) pembangunan perekonomian. Artinya komoditas unggulan dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada peningkatan produksi, pendapatan, maupun pengeluaran.
2. Komoditas unggulan mempunyai keterkaitan ke depan dan ke belakang (*forward and backward linkages*) yang kuat, baik sesama komoditas unggulan maupun komoditas-komoditas lainnya.
3. Komoditas unggulan mampu bersaing (*competitiveness*) dengan produk sejenis dari wilayah lain di pasar nasional dan pasar internasional, baik dalam harga produk, biaya produksi, kualitas pelayanan, maupun aspek-aspek lainnya.

4. Komoditas unggulan daerah memiliki keterkaitan dengan daerah lain (*complementarity*), baik dalam hal pasar (konsumen) maupun pemasokan bahan baku (jika bahan baku di daerah sendiri tidak mencukupi atau tidak tersedia sama sekali).
5. Komoditas unggulan memiliki status teknologi (*state of the art*) yang terus meningkat, terutama melalui inovasi teknologi.
6. Komoditas unggulan mampu menyerap tenaga kerja berkualitas secara optimal sesuai dengan skala produksinya.
7. Komoditas unggulan bisa bertahan dalam jangka waktu tertentu, mulai dari fase kelahiran (*increasing*), pertumbuhan (*growth*), puncak (*maturity*) hingga penurunan (*decreasing*). Begitu komoditas unggulan yang satu memasuki tahap penurunan, maka komoditas unggulan lainnya harus mampu menggantikannya.
8. Komoditas unggulan tidak rentan terhadap gejolak eksternal dan internal.
9. Pengembangan komoditas unggulan harus mendapatkan berbagai bentuk dukungan, misalkan dukungan keamanan, sosial, budaya, informasi dan peluang pasar, kelembagaan, fasilitas insentif/disinsentif, dan lain-lain.
10. Pengembangan komoditas unggulan berorientasi pada kelestarian sumberdaya dan lingkungan.

Keberadaan sektor unggulan dalam suatu wilayah tergantung dari faktor anugerah (*endowment factors*). Keberadaan sektor unggulan sangat membantu dan memudahkan perencanaan dalam menyusun rencana pengembangan perekonomian daerah. Dalam pengembangannya, sektor basis atau sektor unggulan ini dapat mengalami kemajuan maupun kemunduran (Jawoto, 2011). Hal ini tergantung pada usaha-usaha suatu wilayah guna meningkatkan peran sektor unggulan tersebut. Jawoto, 2010 menyatakan beberapa langkah yang dapat mendorong kemajuan sektor basis atau sektor unggulan dapat dilihat sebagai berikut.

1. Perkembangan jaringan transportasi dan komunikasi;
2. Perkembangan pendapatan dan penerimaan daerah;
3. Perkembangan teknologi; dan
4. Adanya pengembangan prasarana ekonomi dan sosial.

Penyebab terjadinya kemunduran pada sektor unggulan yaitu perubahan penurunan permintaan di luar daerah dan kehabisan cadangan sumberdaya. Secara teknik, penentuan sektor basis diasumsikan sebagai sektor unggulan. Di antara metode tidak langsung yang paling banyak digunakan dalam penentuan kegiatan basis dan non basis serta sektor unggulan adalah Metode *Location Quotient (LQ)*.

### 2.1.2 Pertanian/perkebunan

Sektor pertanian yang dimaksudkan dalam konsep pendapatan nasional menurut lapangan usaha atau sektor produksi ialah pertanian dalam arti luas di Indonesia sektor pertanian dalam arti luas dibedakan menjadi lima sub sektor yaitu subsektor tanaman pangan, perkebunan, perikanan, kehutanan dan peternakan (Dumairy, 1996). Subsektor perkebunan memiliki jenis pengembangan berdasarkan jenis tanamannya yang dalam penelitian ini menggunakan komoditas perkebunan yaitu kopi. Komoditas kopi merupakan jenis komoditas yang dapat tumbuh di kawasan tertentu saja hal tersebut menyebabkan penelitian akan karakteristik kawasan yang terdiri dari karakteristik fisik dan karakteristik non fisik (Dumairy 1996).

Produksi komoditas pertanian (*agriculture commodity production*) terdiri dari: proses dan produksi budi daya komoditas pertanian yang dimulai dari persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan, dan panen. Menurut Sriningsih (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi produksi komoditas pertanian yaitu lahan pertanian, tenaga kerja, modal, pupuk, pestisida, bibit, teknologi, manajemen. Permintaan dan penawaran komoditas pertanian terdiri atas permintaan (*demand*) dan permintaan komoditas pertanian (*agriculture commodity pertanian*). Sektor pertanian merupakan sektor yang mendapatkan perhatian cukup besar dari pemerintah dikarenakan peranannya yang sangat penting dalam rangka pembangunan ekonomi jangka panjang maupun dalam rangka pemulihan ekonomibangsa. Peranan sektor pertanian sebagai sumber penghasil bahan kebutuhan pokok, sandang dan papan, menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk, memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, memberikan devisa bagi negara dan mempunyai efek pengganda ekonomi yang tinggi dengan rendahnya ketergantungan terhadap impor (*multiplier effect*), yaitu keterkaitan input-output

antar industri, konsumsi dan investasi.

Pertanian di negara – negara berkembang merupakan sektor ekonomi yang sangat potensial yang mampu memberikan empat kontribusi penting terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional diantaranya sebagai berikut.

1. Kontribusi produk yakni produk – produk sektor pertanian memiliki kontribusi dalam suplai makanan dan penyediaan bahan baku untuk keperluan kegiatan produksi pada sektor – sektor nonpertanian terutamana industri pengolahan seperti industri – industri makanan dan minuman, tekstil, dan pakaian jadi, barang – barang dari kulit dan farmasi.
2. Kontribusi pasar yakni sektor pertanian pada tahap – tahap awal pembangunan memiliki populasi yang besar yang membentuk permintaan domestik terhadap produk – produk dari industri dan sektor – sektor lain di dalam negri.
3. Kontribusi faktor – faktor produksi yakni sektor pertanian merupakan sumber modal untuk investasi di dalam ekonomi karena mampu menyediakan tenaga kerja untuk sektor nonpertanian dan masih memiliki sumbangan output yang penting terhadap pembentukan produk PDB, meskipun tanpa bisa dihindari sumbangannya terhadap PDB menurun dengan semakin tingginya pembangunan ekonomi.
4. Kontribusi devisa yakni sektor pertanian mampu berperan sebagai salah satu sumber penting bagi surplus neraca perdagangan atau neraca pembayaran, baik lewat ekspor hasil-hasil pertanian atau peningkatkan produksi komoditi-komoditi pertanian menggantikan impor.

Pentingnya kontribusi pertanian di dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi ini juga dirasakan oleh Indonesia sebagai salah satu negara yang sedang berkembang. Sejak dulu, Indonesia memiliki sejarah sebagai negara agraris dengan potensi pertanian yang baik. Indonesia menjadi salah satu negeri unggulan penghasil komoditas pertanian dimana hasil produksinya bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan domestik saja tetapi juga diekspor keluar negeri (Saraswati, 2006). Untuk itu sektor pertanian menjadi sektor yang sangat vital bagi masyarakat karena merupakan sumber penghidupan bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Sektor pertanian juga mempunyai peranan yang sangat penting karena selain

sebagai sektor penyedia kebutuhan bagi penduduk, sektor pertanian juga menjadi pemasok atau supplier bahan baku bagi kebutuhan-kebutuhan pada sektor nonpertanian khususnya pada sektor industri.

### 2.1.3 Komponen Komoditas

Tujuan pengembangan komoditas adalah untuk meningkatkan pendapatan wilayah serta menunjang perekonomian masyarakat pelaku, dalam penelitian ini menggunakan komoditas kopi sebagai objek penelitian yang tidak hanya menitikberatkan pada perkebunan kopi saja, namun juga melihat dari beberapa komponen lain. Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia No. 18 Tahun 2018 Tentang Pedoman Pengembangan Kawasan Pertanian Berbasis Korporasi Petani menyatakan bahwa kegiatan dalam bidang pertanian dimulai dari produksi, penanganan pascapanen, pengolahan, sarana, pemasaran dan atau jasa penunjang.

## 2.2 Komoditas Kopi

Kopi Merupakan Komoditas Perkebunan Rakyat yang dibudidayakan sebagai sumber penghasilan dan sumber pendapatan devisa Negara. Kopi terdiri dari 40 jenis yang sebagian besar berasal dari Benua Afrika tropis dan sebagian kecil berasal dari Benua Asia tropis dan saat ini kopi telah menyebar ke seluruh daerah tropis di dunia. Kopi di Indonesia umumnya tumbuh baik pada ketinggian 700 meter di atas permukaan laut (Prastowo, 2010).

### 2.2.1 Jenis-Jenis Kopi

Indonesia memiliki tiga jenis kopi yang dikenal, yaitu kopi arabika, kopi robusta, dan kopi liberika. Jenis kopi yang dikenal memiliki nilai ekonomis dan diperdagangkan secara komersial yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Kopi arabika memiliki kualitas cita rasa tinggi dan kadar kafein lebih rendah dibandingkan dengan robusta sehingga harganya lebih mahal. Kopi liberika di kenal kurang ekonomis dan komersial karena memiliki banyak variasi bentuk dan ukuran biji serta kualitas rasanya. Penelitian ini hanya menggunakan jenis kopi arabika (*Coffea Arabica*) yang merupakan jenis kopi yang banyak dibudidayakan di Kecamatan Latimojong sementara itu terdapat juga jenis kopi robusta yang merupakan jenis kopi lain yang tumbuh dan tersebar di Kabupaten Luwu.

### 1. Kopi Arabika (*Coffea Arabica*)

Kopi arabika adalah kopi pertama yang dikenal dan dikembangkan didunia. Kopi arabika merupakan tipe kopi tradisional dengan cita rasa terbaik. Saat ini telah menguasai sebagian besar pasar kopi di dunia dan harganya jauh lebih tinggi daripada jenis kopi lainnya. Carl Linnaeus (2000), ahli botani asal swedia menggolongkan kopi arabika kedalam keluarga *Rubbiaceae* genus *Coffea*. Sebelumnya tanaman ini pernah diidentifikasi sebagai *Jasminum arabicum* oleh seorang naturakus asal perancis.

### 2. Kopi Robusta (*Coffea Robusta*)

Kopi robusta dikatakan kopi kelas dua karena rasanya lebih pahit, sedikit asam, mengandung kadar kafein yang jauh lebih banyak, dan harganya lebih murah. Kualitas buah ini lebih rendah dari kopi arabika dan liberika. Kopi jenis ini lebih resisten terhadap serangan hama dan penyakit. Kopi jenis ini memiliki sifat lebih unggul dan sangat cepat berkembang, oleh karena itu jenis ini lebih banyak dibudidayakan dan sangat cepat berkembang, oleh karena itu jenis kopi ini lebih banyak dibudidayakan oleh petani kopi di Indonesia.

### 3. Kopi Liberika

Dahulu, kopi liberika pernah dibudidayakan di Indonesia, tetapi sekarang sudah ditinggalkan oleh pekebun dan petani. Pasalnya, bobot biji kopi keringnya hanya 10% dari bobot kopi basah. Selain perbandingan bobot basah dan bobot kering, rendeman biji kopi liberika yang rendah merupakan salah satu faktor tidak berkembangnya jenis kopi liberika di Indonesia. Rendeman kopi Liberika hanya sekitar 10 – 12%. Karakteristik, biji kopi Liberika hampir sama dengan jenis arabika. Pasalnya, jenis kopi liberika merupakan pengembangan dari jenis arabika. Kelebihannya, jenis liberika lebih tahan terhadap serangan hama *Hemelia vastatrix* dibandingkan dengan kopi jenis arabika

#### 2.2.2 Kesesuaian Lahan

Ketinggian tempat, suhu udara, dan curah hujan yang sesuai untuk pertumbuhan dan produksi tanaman kopi kondisinya disesuaikan dengan jenis kopi yang akan ditanam. Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian No. 128 Tahun 2014 Tentang

pedoman teknis budidaya kebun kopi menyatakan bahwa ketinggian tempat untuk kopi Robusta, Arabika dan Liberika bervariasi yaitu masing-masing berkisar: 100-600; 1.000-2.000 dan 0-900 mdpl. Kondisi tersebut menyebabkan suhu udara untuk ke tiga jenis kopi berbeda sama sama lainnya yaitu masing-masing berkisar 21-24; 15-25 dan 21-30°C. Curah hujan yang dibutuhkan kopi Robusta dan Arabika sama yaitu berkisar 1.250-2.500 mm/tahun sedangkan untuk kopi Liberika nilainya lebih tinggi yaitu berkisar 1.250-3.500 mm/tahun. Bulan kering (curah hujan kurang dari 60 mm/bulan) untuk kopi Robusta dan Liberika sama yaitu sekitar 3 bulan/tahun sedangkan untuk kopi Arabika berkisar 1- 3 bulan/tahun. Secara umum lahan (tanah) untuk tanaman kopi Robusta, Arabika maupun Liberika mempunyai karakteristik/sifat yang hampir sama yaitu:

- kemiringan tanah kurang dari 30 %,
- kedalaman tanah efektif lebih dari 100 cm,
- tekstur tanah berlempung (loamy) dengan struktur tanah lapisan atas remah,
- kadar bahan organik di atas 3,5 % atau kadar karbon(C)di atas 2 %,
- nisbah C dan nitrogen (N) antara 10 — 12,
- kapasitas tukarkation (KTK) di atas 15 me/100 g,
- kejenuhan basa (KB)di atas 35 %,
- kemasaman (pH) tanah berkisar 5,5 — 6,5 dan
- kadar unsur hara N, posfor (P), kalium (K), kalsium (Ca) serta magnesium(Mg) cukup sampai tinggi.

### **2.3 Karakteristik Kawasan Komoditas Kopi**

Dalam melakukan kajian terhadap kawasan yang akan di rencanakan maka perlu dilakukan identifikasi terhadap berbagai aspek yang menjadi dasar (Identifikasi Kawasan Potensial, 2016) yaitu kondisi fisik dan lingkungan serta kondisi non fisik yang terdiri dari kelembagaan, sosial budaya, ekonomi, kependudukan, kepemilikan lahan. Sedangkan Teofano (2016) mengemukakan bahwa karakteristik kawasan terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Karakteristik fisik, merupakan unsur dasar yang akan memberikan karakteristik spesifik pada suatu kawasan. Faktor alam ini mencakup topografi, jenis tanah, klimatologi dan lain-lain. Indikator yang terdapat di

karakteristik fisik akan di kolaborasikan dengan standar kawasan tanaman kopi Teofano (2016).

2. Karakteristik non fisik, ditandai dengan karakteristik masyarakat pada ekonomi, sosial budaya. Pada penelitian ini dalam mengetahui ekonomi masyarakat di Kecamatan Latimojong yang pertama adalah mengetahui komoditas basis dan mata pencaharian masyarakat sedangkan pada indikator sosial budaya menggunakan jenis kelembagaan atau bantuan pemerintah terhadap petani di Kecamatan Latimojong (Teofano, 2016).

## **2.4 Teori Pertumbuhan Ekonomi Adam Smith**

Adam Smith dikenal sejauh ini sebagai bapak ilmu ekonomi. Adam Smith mengungkapkan bahwa pertumbuhan ekonomi sejalan dengan peningkatan hasil produksi suatu kawasan. Unsur pokok dari sistem produksi suatu kawasan ada tiga yaitu sumber daya alam yang tersedia, sumber daya manusia, akumulasi modal yang harus dimiliki dan *managerial* sebagai unsur penunjang (Arsyad, 2010 dalam Rochaida, 2016).

### **2.4.1 Sumber Daya Alam (SDA)**

Sumber daya alam merupakan anugerah yang diberikan oleh yang Maha Esa sebagai modal dalam wujud bahan baku atau pokok dari kegiatan produksi. Jumlah sumber daya alam yang tersedia merupakan batas maksimal untuk pertumbuhan ekonomi. Artinya ketika belum ada pemanfaatan sepenuhnya terhadap sumber daya, maka pertumbuhan ekonomi dapat ditingkatkan. Selanjutnya unsur jumlah penduduk dan stok kapital menentukan besarnya *output* masyarakat dari tahun ke tahun. Hal ini akan mempengaruhi tingkat pemanfaatan sumber daya alam. Apabila *output* terus meningkat, sumber daya alam akhirnya akan sepenuhnya dimanfaatkan (dieksploitasi) hingga batas ketersediaannya dan hal ini merupakan bentuk terakhir dari peningkatan pertumbuhan ekonomi.

### **2.4.2 Sumber Daya Manusia (SDM)**

Sumber daya manusia merupakan unsur produktifitas yang berperan sebagai pelaku atau tenaga kerja yang menjalankan. Sumber daya manusia atau human *resources* mengandung dua pengertian. Pertama, sumber daya manusia (SDM) mengandung

pengertian usaha kerja atau jasa yang dapat diberikan dalam proses produksi. Dalam hal ini SDM mencerminkan kualitas usaha yang diberikan oleh seseorang dalam waktu tertentu untuk menghasilkan barang dan jasa. Pengertian kedua dari SDM menyangkut manusia yang mampu bekerja untuk memberikan jasa atau usaha kerja tersebut. Secara fisik, kemampuan bekerja diukur dengan usia. Dengan kata lain, orang dalam usia kerja dianggap mampu bekerja. Kelompok penduduk dalam usia kerja tersebut dinamakan tenaga kerja atau *manpower*.

Berdasarkan uraian singkat terkait SDM sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa peran dan fungsi sumber daya manusia dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro sumber daya manusia berperan dalam hal faktor produksi ketenagakerjaan, dalam faktor produksi kualitas sumber daya manusia menjadi salah satu penentu kualitas produksi yang dihasilkan. Oleh karenanya, dalam ketenagakerjaan dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan yang memadai atau berkualitas. Secara makro peran sumber daya manusia dalam hal faktor pembangunan dan kependudukan. Hal ini erat kaitannya dengan jumlah atau kuantitas sumber daya manusia itu sendiri.

#### 2.4.3 Stok kapital/Akumulasi modal

Akumulasi modal didefinisikan sebagai persediaan berbagai jenis barang modal, seperti bangunan, mesin-mesin, alat transportasi, ternak dan barang modal lainnya, yang memberikan kontribusi terhadap kelangsungan suatu proses produksi. Stok kapital memiliki peranan aktif dalam produksi. Smith memang memberikan peranan sentral pada pertumbuhan stok kapital atau akumulasi kapital dalam proses pertumbuhan *output*, apa yang terjadi dengan tingkat *output* tergantung pada apa yang terjadi pada stok kapital. Laju pertumbuhan *output* juga tergantung pada laju pertumbuhan stok kapital. Pertumbuhan akan terus melaju hingga akan dibatasi oleh ketersediaan sumber daya alam dan dukungan sumber daya manusia yang terampil.

#### 2.4.4 *Managerial*/Kewirausahaan

*Managerial* adalah kemampuan dalam mengelola dan mengorganisir berbagai faktor produksi sehingga proses produksi yang berlangsung dapat berjalan secara

efisien. Ada beberapa keahlian yang perlu dimiliki dalam tahap kewirausahaan atau *managerial* (Boedino, 1986) yaitu:

- a) *Managerial skill*, yakni kemampuan dalam mengorganisasikan seluruh faktor produksi yang ada dengan menggunakan cara yang tepat sehingga dapat diperoleh hasil yang maksimal;
- b) *Technical skill*, suatu keahlian yang sifatnya teknis dalam pelaksanaan proses produksi sehingga proses tersebut bisa berjalan dengan baik;
- c) *Organization skill*, suatu keahlian dalam memimpin berbagai jenis usaha sehingga dapat berjalan dengan baik.

## 2.5 Daya Dukung Lahan

### 1) Ketersediaan Lahan

Dalam menentukan ketersediaan lahan dilihat berdasarkan data total produksi aktual tiap jenis komoditas setempat pada suatu wilayah, dengan menjumlahkan produk dari semua komoditas, yakni pertanian, perkebunan dan peternakan yang ada di wilayah tersebut. Rumus 2.1 adalah metode untuk mengukur ketersediaan lahan yang dalam penelitian untuk mengetahui ketersediaan lahan perkebunan kopi di Kecamatan Latimojong, sebagaimana yang terdapat dalam Permen LH No.17 Tahun 2009.

$$SL = \frac{\sum(P_i \times H_i)}{H_b} \times \frac{1}{P_{tvb}} \dots\dots\dots(2.1)$$

Keterangan:

- SL = Ketersediaan lahan (ha)
- P<sub>i</sub> =Produksi aktual setiap jenis komoditas (satuan sesuai jenis komoditas)
- H<sub>i</sub> = Harga satuan tiap jenis komoditas (Rp/satuan) ditingkat produsen
- H<sub>b</sub> = Harga satuan kopi (Rp/kg) ditingkat produsen
- P<sub>tvb</sub> = Produktivitas kopi (kg/ha)

### 2) Kebutuhan Lahan

Untuk menentukan cukup tidaknya persediaan lahan diketahui dengan menggunakan cara membandingkan jumlah ketersediaan lahan yang ada dengan kebutuhan lahan. Rumus 2.2 bertujuan untuk mengukur kebutuhan lahan yang

terdapat dalam Permen LH No.17 Tahun 2009.

$$DL = N \times KHL \dots\dots\dots(2.2)$$

Keterangan:

DL = Total kebutuhan lahan setara kopi (ha);

N = Jumlah Penduduk

KHL = Kebutuhan lahan untuk hidup

- Kebutuhan hidup layak diasumsikan sebesar 1 ton setara kopi/kapita/tahun
- Daerah yang tidak memiliki data produktivitas kopi lokal, dapat menggunakan data rata-rata produktivitas kopi nasional sebesar 750 kg/ha/tahun

### 3) Penentuan Status Daya Dukung Lahan

Status daya dukung lahan diperoleh dari perbandingan antara ketersediaan lahan(SL) dan kebutuhan lahan (DL) dengan keterangan sebagai berikut.

- Bila  $SL > DL$ , maka daya dukung lahan dinyatakan surplus
- Bila  $SL < DL$ , maka daya dukung lahan dinyatakan defisit atau terlampaui.

## 2.6 Pemasaran

### 2.6.1 Komunikasi Pemasaran

Salah satu bagian dari komunikasi adalah komunikasi pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2009) komunikasi pemasaran ialah upaya yang dilakukan pihak penjual kepada konsumen sasaran mengenai keberadaan produk. Menurut Rahmah (2014) mengungkapkan bahwa komunikasi pemasaran adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung dan tidak langsung tentang produk dan merek dan kemasan yang dijual. Bauran komunikasi pemasaran (marketing communication mix) juga disebut bauran promosi (promotion mix) total sebuah perusahaan terdiri dari ramuan khusus pemasangan iklan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan alat-alat pemasaran langsung yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari product, price, promotion, dan place. Promosi memegang peranan penting dalam bauran

komunikasi pemasaran. Hal ini diperlukan untuk merebut perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan 2 jenis yaitu jenis perorangan atau jenis berkelompok dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan masyarakat. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk mendistribusikan barang yang ada (Kotler, 2008). Pemasaran dilakukan melalui banyak tangan dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut.

- a. Saluran distribusi langsung, Saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Di sini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (*zero stage chanel*).
- b. Saluran disrtibusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (*one stage chanel*).
- c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (*two stage chanel*).
- d. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage chanel*).

Saluran pemasaran (*Marketing Chanel*) merupakan sebuah sistem individu dan organisasi (yang didukung oleh fasilitas, perlengkapan dan informasih) untuk

mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran sering juga disebut saluran distribusi karena distribusi merupakan salah satu fungsi utamanya saluran distribusi (*Distribution Chanel*) adalah struktur unit organisasi antara perusahaan dan agen serta penyalur, penjual, grosiran dan eceran diluar perusahaan melalui sebuah komoditi, produk atau jasa yang dipasarkan (Simamora, 2000).

Produsen bekerja sama dengan perantara pemasaran untuk membawa produk mereka ke pasar. Perantara pemasaran adalah saluran pemasaran (juga dikenal sebagai saluran perdagangan atau distribusi). Definisi saluran pemasaran digunakan di sini. Artinya, saluran pemasaran dapat dilihat sebagai kumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam menyediakan produk atau layanan untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler, 2012).

Saluran pemasaran barang konsumsi umumnya ada lima saluran yaitu:

- a) Produsen – Konsumen, Saluran terpendek, saluran paling sederhana untuk distribusi barang-barang konsumen tanpa melalui atau melibatkan perantara.
- b) Produsen – Pengecer – Konsumen, dalam saluran ini produsen menjual pada pengecer dalam jumlah yang besar, tanpa menggunakan perantara.
- c) Produsen – Wholesaler (Pedagang Besar) – Pengecer – Konsumen, saluran ini banyak digunakan oleh produsen dan sering disebut distribusi tradisional. Di sini produsen hanya melayani pembelian dalam jumlah yang besar saja dan tidak menjual pada pengecer. Pembelian pengecer dilayani wholesaler dan pembelian konsumen dilayani pengecer.
- d) Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen, banyak produsen lebih suka menggunakan manufacturer agen broker atau perantara agen yang lain daripada menggunakan wholesaler untuk mencapai pasar pengecer, khususnya middleman agen antara produsen dan retailer (pengecer).
- e) Produsen – Agen – Wholesaler (Pedagang Besar) –Pengecer – Konsumen, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya pada wholesaler yang kemudian menjualnya pada pengecer kecil.

Panjang pendeknya saluran tataniaga yang dilalui tergantung dari beberapa faktor, antara lain:

- a. Jarak antara produsen ke konsumen. Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasanya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk.
- b. Cepat tidaknya produk rusak. Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen dan dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat.
- c. Skala produksi. Bila produksi langsung dalam ukuran-ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil pula, hal ini tidak menguntungkan bila produsen langsung menjualnya ke pasar. Dalam keadaan demikian kehadiran pedagang perantara diharapkan dan demikian saluran yang akan dilalui produk cenderung panjang.

Kondisi keuangan perusahaan. Produsen dengan keuangan yang kuat cenderung memperpendek saluran perdagangan mereka. Seorang trader dengan posisi keuangan (modal) yang lebih kuat dapat menjalankan lebih banyak fungsi trading daripada trader dengan posisi modal yang lebih lemah. Artinya, dengan modal yang kuat, pedagang cenderung memperpendek jalur perdagangannya (Hanafiah, 2010 dalam Indriyati, 2012). Saluran distribusi suatu produk dari produsen ke konsumen akhir adalah saluran pemasaran, Jenis dan kompleksitas saluran pemasaran bervariasi sebagai berikut. Barang-barang. Pasar jalanan adalah saluran pemasaran paling sederhana dari produsen ke konsumen. Namun, sebagian besar produk diproses lebih lanjut melalui banyak perusahaan dengan tingkat saluran pemasaran yang berbeda sebelum mencapai konsumen akhir.

#### 2.6.2 Strategi Promosi

Anggraini (2013) menyatakan aspek strategi promosi perlu mendapat perhatian khusus dari pihak penjual dalam memasarkan produknya di kalangan publik khususnya produk kopi lokal yang jarang sekali dipasarkan. Pihak penjual harus mampu memilih bentuk strategi promosi yang tepat digunakan untuk memasarkan produknya. Biaya untuk melakukan promosi juga perlu mendapat perhatian khusus dari pihak penjual agar tercapai keseimbangan antara penjualan produk dengan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan promosi.

Strategi promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memberitahukan kebaikan produknya dan membujuk pasar untuk membeli produk tersebut. Promosi penting bagi suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya (Ariyanti, 2014). Lebih lanjut Ariyanti (2014) juga menjelaskan tujuan utama promosi adalah memberi informasi, menarik perhatian dan untuk selanjutnya memberi pengaruh terhadap meningkatnya penjualan. Suatu kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya.

Menurut Anggraini (2013) strategi promosi yang tepat sangat diperlukan oleh pihak penjual untuk menghadapi persaingan dengan pihak lainnya. Hal ini disebabkan karena melalui strategi promosi yang tepat pihak penjual dapat mempertahankan pangsa pasarnya atau bahkan meningkatkan pangsa pasar dan memperkuat merek dan kemasannya di pasar. Menurut Tjiptono, 2008 dalam Anggraini, 2013 pada hakikatnya, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan yang bersangkutan. Strategi promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan memengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Strategi promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pembuatan merek dan kemasan (brand), melalui media sosial, penjualan tatap muka (personal selling), dan lain-lain (Rangkuti, 2009).

### 2.6.3 Merek dan Kemasan (Brand)

Pelabelan atau pembentukan merek merupakan elemen penting pada suatu produk. Adanya merek tentu bisa menjadikan sebagai suatu nilai tambah bagi sebuah produk baik itu berupa barang ataupun jasa. Menurut Kotler dan Keller (2009) mengemukakan bahwa merek dapat diartikan sebagai nama, istilah, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari pesaing. Hal ini juga dijelaskan di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan merek adalah tanda yang

dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Pemberian label atau lambang juga menjadi bagian dari merek karena disamping menarik minat dan perhatian konsumen untuk melakukan pembelian juga dapat memudahkan konsumen dalam mengingat produk. Manfaatnya dengan mudah diingat oleh konsumen maka akan menimbulkan loyalitas konsumen untuk menggunakan produk pada kurun waktu berikutnya ketika produk habis dikonsumsi (Anggraini, 2013). Adanya istilah branding ini sendiri bertingkat sesuai dengan sejauh mana brand ini dikenal oleh khalayak ramai. Tingkatan itu diantaranya adalah tingkat lokal, tingkat regional, dan tingkat global. Tidak hanya dari pembentukan merek, pembentukan kemasan juga memiliki peran penting dalam keberhasilan penjualan produk. Menurut Kotler (2009) menyatakan bahwa pengemasan merupakan kegiatan merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai suatu produk.

## **2.7 Potensi Ekonomi Daerah Kecamatan Latimojong**

Potensi ekonomi daerah adalah kemampuan ekonomi yang ada di daerah yang mungkin dan layak dikembangkan sehingga akan terus berkembang menjadi sumber penghidupan rakyat setempat bahkan dapat mendorong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang dengan sendirinya dan berkesinambungan. Setiap wilayah perlu melihat sektor/komoditi apa yang memiliki potensi besar dan dapat dikembangkan dengan cepat, baik karena potensi alam maupun karena sektor tersebut memiliki keunggulan untuk dikembangkan (Samuelson, 1997).

Seiring dengan kebijakan otonomi daerah yang telah diterapkan sejak tahun 1999, masing-masing daerah harus bekerja keras untuk meningkatkan pendapatan daerahnya masing-masing. Oleh karena itu tiap daerah sudah lebih bebas dalam menetapkan sektor/komoditi yang diprioritaskan pengembangannya. Kemampuan pemerintah daerah untuk melihat sektor/komoditas yang memiliki

keunggulan/kelemahan yang ada di wilayahnya menjadi semakin penting. Sektor/komoditas yang memiliki keunggulan, memiliki potensi yang lebih baik untuk dikembangkan dan diharapkan dapat mendorong sektor/komoditas lain untuk berkembang (Tarigan, 2005).

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi sangat penting karena sebagian besar anggota masyarakat di Indonesia bekerja dan menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian. Sektor pertanian adalah salah satu sektor yang selama ini masih diandalkan oleh negara kita karena sektor pertanian mampu memberikan pemulihan dalam mengatasi krisis yang sedang terjadi. Keadaan inilah yang menunjukkan sektor pertanian sebagai salah satu sektor yang andal dan mempunyai potensi besar untuk berperan sebagai pemicu pemulihan ekonomi nasional (Husodo, 2002).

Komoditas kopi mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sehingga usaha agribisnis dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar, karena memiliki keunggulan berupa rasa ciri khas, ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi, serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat. Komoditas merupakan sumber pendapatan tunai bagi masyarakat dan petani skala kecil, menengah dan besar dengan keunggulan berupa nilai jualnya yang tinggi, jenisnya beragam, tersedianya sumberdaya lahan dan teknologi, serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat. Kopi dalam negeri saat ini telah mampu memasok kebutuhan konsumen dalam negeri melalui pasar tradisional dan pasar modern serta pasar luar negeri (Kementerian Pertanian, 2011).

Potensi komoditas kopi sangat besar dilihat dari adanya kecenderungan peningkatan jumlah masyarakat yang seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat. Sementara itu dari sisi produksi, potensi komoditas kopi masih bisa ditingkatkan baik dari sisi ketersediaan lahan, teknologi budidaya, pengolahan, dan pemasarannya (Irawan, 2003). Kecamatan Latimojong merupakan salah satu penghasil komoditas kopi terbesar di Kabupaten Luwu Kecamatan Latimojong adalah salah satu daerah penghasil kopi terbesar, bahkan luas lahan tanaman kopi di Kecamatan Latimojong 63% lebih besar dari total luas tanaman kopi arabika

secara keseluruhan di Kabupaten Luwu (Saptana, 2004).

## **2.8 Hambatan Kebencanaan Dalam Pengembangan Komoditas**

Bencana alam adalah suatu fenomena yang sulit untuk diprediksi serta memberi dampak langsung terhadap manusia. Berdasarkan riset *United Nations Disaster Relief* (UNDRCO, 1991 dalam Artiani, 2011) mengelompokkan bencana alam menjadi tiga kategori yaitu sebagai berikut.

- 1) *Sudden-onset disasters*, bencana seperti badai, gempa bumi, dan banjir. Bencana ini merusak modal produksi dan infrastruktur;
- 2) *Slow-onset disasters*, jenis bencana seperti kekeringan dan banjir. Dampak dari bencana ini akan lebih luas dan berjangka panjang, menurunkan tingkat tabungan masyarakat, investasi, permintaan domestik secara agregat dan menurunkan kapasitas produktif;
- 3) *Compound disasters*, bencana berupa aktivitas vulkanik. Bencana ini dapat menimbulkan keadaan darurat kemanusiaan yang kompleks.

## **2.9 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Komoditas Kopi**

### **2.9.1 Faktor Internal**

Menurut Rangkuti, 2015 dalam Disuma, 2018 faktor internal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dalam menarik wisatawan. Analisis faktor internal yang meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dilakukan untuk mengetahui kondisi daerah tersebut secara internal juga mengungkapkan bahwa kekuatan merupakan daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Sedangkan kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.

### **2.9.2 Faktor Eksternal**

Menurut Rangkuti, 2015 dalam Disuma, 2018, faktor eksternal adalah

faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi peluang (*strength*) dan ancaman (*weakness*) dalam menarik wisatawan. Analisis eksternal yang meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dilakukan untuk mengetahui posisi daerah dalam berhadapan dengan lingkungan eksternalnya. Menurut Pearce, 2012 dalam Disuma, 2018 peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, sedangkan ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.

## **2.10 Penelitian Terdahulu**

Dalam Penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan atau contoh dalam penyusunan penelitian ini, baik dari segi analisis maupun metode yang digunakan dalam penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan atau contoh dalam penelitian ini sebagai berikut.

### **1. Ega Aditya Wijanarko (2017) “Analisis Strategi Pengembangan Komoditas Tanaman Pangan Unggulan di Kabupaten Ngawi”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komoditas tanaman pangan yang tergolong unggulan di Kabupaten Ngawi berdasarkan LQ dan  $\Delta$ LQ serta mengetahui komponen pertumbuhan komoditas berdasarkan analisis shift share untuk menunjang perekonomian serta mengetahui alternative strategi pengembangan komoditas di Kabupaten Ngawi. Persamaan dengan penelitian ini yakni terkait tujuan strategi pengembangan ekonomi berdasarkan sumber daya lokal yang dalam penelitian ini komoditas yang dimiliki oleh daerah penelitian. Persamaan lainnya yakni dalam teknis menganalisis komoditas. Perbedaan yang spesifik terlihat yakni terkait lokasi penelitian dan objek penelitian yang tidak hanya berfokus pada sumber daya alam potensial.

### **2. Yulia Sahara Lunis, M. Ridwan dan Rahmi Syahriza (2019) “Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Produk Unggulan di Kabupaten Padang Lawas”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi produk mana yang dapat ditetapkan sebagai produk unggulan dan untuk mengetahui strategi yang tepat

dalam mengembangkan produk unggulan daerah agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Penelitian terkait ini memiliki persamaan pada tujuan penelitian yakni peningkatan ekonomi masyarakat serta analisis yang digunakan untuk mengeluarkan strategi pengembangan. Perbedaan yang spesifik dalam penelitian terkait ini yakni dari potensi yang dikembangkan yaitu berupa produk sementara dalam penelitian ini berupa sumber daya alam berupa komoditas kopi;

**3. Ardito Atmaka Aji, Arif Satria dan Budi Hariono (2014) “Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditas Padi Dalam Meningkatkan Ketahanan Pangan Kabupaten Jember”**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk mengembangkan komoditas padi dalam upaya meningkatkan ketahanan pangan serta merumuskan strategi dalam pengembangan komoditas. Persamaan penelitian terkait ini adalah jenis analisis yang digunakan dalam merumuskan strategi serta memanfaatkan sumber daya alam setempat. Sementara untuk perbedaan mendasarnya dapat dilihat dari tujuan mendasar penelitian yaitu untuk ketahanan pangan serta arahan strategisnya yang berfokus pada potensi sumber daya alam sementara dalam penelitian ini berfokus pada semua variabel.

**4. Edward S. Dumatubun, Marcus J. Pattinama dan Natelda R. Timisela (2020) “Strategi Pengembangan Komoditas Biji Pala Di Ambon”**

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan komoditas pala di Kota Ambon. Persamaan dalam penelitian ini yaitu objek pengembangan komoditi perkebunan serta analisis yang digunakan untuk mengeluarkan strategi pengembangan. Sementara perbedaan yang mendasar dalam penelitian ini yakni analisis penelitian, dimana dalam penelitian terkait ini fokus pada pengembangan komoditi sementara dalam penelitian ini berfokus pada potensi dan masalah serta pengembangan komoditi.

**5. Ryolla Zata Qisthina, Firsta Rekayasa H dan Gusti Zulkifli Mulki (2018) “Strategi Pengembangan Komoditas Unggulan Subsektor Peternakan di Kota Singkawang”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan komoditas unggulan subsektor peternakan unggas dengan pola rakyat di Kota Singkawang.

Persamaan yang dominan dalam penelitian ini yakni terkait metode analisis dalam menentukan komoditas unggulan. Perbedaan terkait objek penelitian, dimana dalam penelitian ini fokus pada sektor unggulan peternakan sementara dalam penelitian ini berfokus pada potensi pertanian/perkebunan.

Berikut diuraikan dalam tabel 2.1 ringkasan kelima penelitian terkait yang dijadikan referensi dalam penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terkait

PENULIS				
Ega Aditya Wijanarko	Yulia Sahara Lunis, M. Ridwan dan Rahmi Syahriza	Ardito Atmaka Aji, Arif Satria dan Budi Hariono	Edward S. Dumatubun, Marcus J. Pattinama dan Natelda R. Timisela	Ryolla Zata Qisthina, Firsta Rekayasa H dan Gusti Zulkifli Mulki
JUDUL				
Analisis Strategi Pengembangan Komoditas Tanaman Pangan Unggulan di Kabupaten Ngawi	Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Produk Unggulan di Kabupaten Padang Lawas (2019)	Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditi Padi Dalam Meningkatkan Ketahan Pangan Kabupaten Jember (2014)	Strategi Pengembangan Komoditas Biji Pala Di Kota Ambon (2020)	Strategi Pengembangan Komoditas Unggulan Subsektor Peternakan di Kota Singkawang (2018)
SUMBER				
Universitas Sebelas Maret Surakarta 2017	Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2019	Jurnal Manajemen & Agribisnis Vol. 11, No. 1, Maret 2014, hlm. 60-67	Jurnal Agribisnis Kepulauan Vol. 8, No. 2, Juni 2020, hlm. 190-206	Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota Vol. 5, No. 2 1-14
TUJUAN				
mengetahui komoditas unggulan tanaman pangan dalam menunjang perekonomian kabupaten Ngawi	mengetahui potensi produk unggulan dan untuk mengetahui strategi yang tepat dalam mengembangkan produk unggulan daerah agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk mengembangkan komoditas padi dalam upaya meningkatkan ketahanan serta merumuskan strategi dalam pengembangan komoditas	Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan dan menyusun strategi pengembangan ekonomi Kota Ambon berdasarkan sektor unggulan, khususnya sektor perkebunan yaitu komoditas pala.	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan komoditas unggulan subsektor peternakan unggas dengan pola rakyat di Kota Singkawang dengan berdasarkan pada potensi dan klasifikasi kawasan.
METODE				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LQ (<i>Location Qoutient</i>)</li> <li>• <math>\Delta</math>LQ (<i>Location Quetient Value Change</i>)</li> <li>• Shift-Share</li> <li>• SWOT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LQ (<i>Location Qoutient</i>)</li> <li>• SWOT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)</li> <li>• EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)</li> <li>• SWOT</li> <li>• QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SWOT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (LQ) <i>Location Quetient</i></li> <li>• Shift-Share</li> <li>• Tipologi Klassen</li> <li>• Content Analisis</li> </ul>

Lanjutan Tabel 2.1

<b>HASIL</b>				
<p>Penelitian ini memuat alternative strategi pengembangan komoditas ubu jalar yakni; strategi pemasaran, sarana pemasaran, kerjasama industri, jaringan pasar, kebijakan, pendampingan dan pelatihan.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan jenis produk unggulan dengan menganalisis potensi dan memiliki keunggulan komparatif serta strategi pengembangan yang didapatkan yaitu mempertahankan citarasa dan kekhasan serta kualitas produk, meningkatkan kemitraan dengan pemerintah maupun pihak ekspedisi, melakukan promosi serta perluasan pemasaran baik melalui media cetak ataupun elektronik, membuat kemasan agar terlihat menarik, dan selalu melakukan inovasi agar sesuai dengan trend dan selera konsumen.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan pemerintah Kabupaten Jember perlu memanfaatkan faktor strategis kekuatan utama yaitu motivasi petani, faktor strategis kelemahan utama yaitu finansial yang lemah, faktor strategis peluang berupa permintaan yang meningkat, faktor strategis ancaman hama Strategi yang digunakan yakni: strategi insentif berupa penetrasi pasar dan pengembangan pasar.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah belum dapat meningkatkan pendapatan petani. Terdapat banyak masalah yang didapati petani khususnya petani pala dalam mengembangkan komoditasnya sehingga alternatif strategi yang dapat dilakukan adalah peningkatan SDA berupa perluasan areal tanam komoditas pala dan produksi, SDM berupa pengetahuan petani, sarana dan prasarana, pemasaran komoditi ekspor biji Pala, serta kebijakan terkait komoditas pala.</p>	<p>Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa tiap komoditas telah diklasifikasi dimana letak kecamatan unggulan, kecamatan progresif, kecamatan prospektif, hingga kecamatan non unggulan. Kecamatan unggulan akan difokuskan menjadi pusat produksi komoditas, kecamatan yang progresif dan prospektif akan difokuskan menjadi wilayah pendukung pusat produksi. Sedangkan Kecamatan non unggulan difokuskan menjadi pasar pada komoditas tersebut.</p>

*Sumber: Ega, 2017; Yulia, 2019; Ardito, 2014; Edward, 2020; Ryolla, 2018*

## 2.11 Kesimpulan Tinjauan Pustaka

Dari uraian kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa salah satu aspek penting yang perlu di perhatikan pada komoditas kopi adalah karakteristik kawasan serta potensi dan masalah komoditas kopi dengan melihat komponen-komponen komoditas dan pengembangan ekonomi wilayah yang terdiri dari daya produksi, industri (pengolahan), sarana, dan pemasaran. Dalam melihat karakteristik kawasan terdapat dua variabel yang menjadi acuan yaitu karakteristik fisik berupa kondisi alam kawasan serta karakteristik non fisik berupa kondisi sosial, budayadan ekonomi lokasi penelitian.

Untuk dapat meningkatkan komoditas kopi setiap komponen harus dapat berjalan secara maksimal dan saling terintegrasi sehingga dapat menghasilkan pola perkembangan yang maksimal. sehingga strategi pengembangan komoditas kopi sangat diperlukan untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan dalam pengembangan komoditas kopi. Sehingga dari strategi tersebut dapat ditentukan arahan pengembangan komoditas kopi yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan daerah tersebut. Untuk lebih jelasnya maka diuraikan dalam Tabel 2.2 berikut ini.

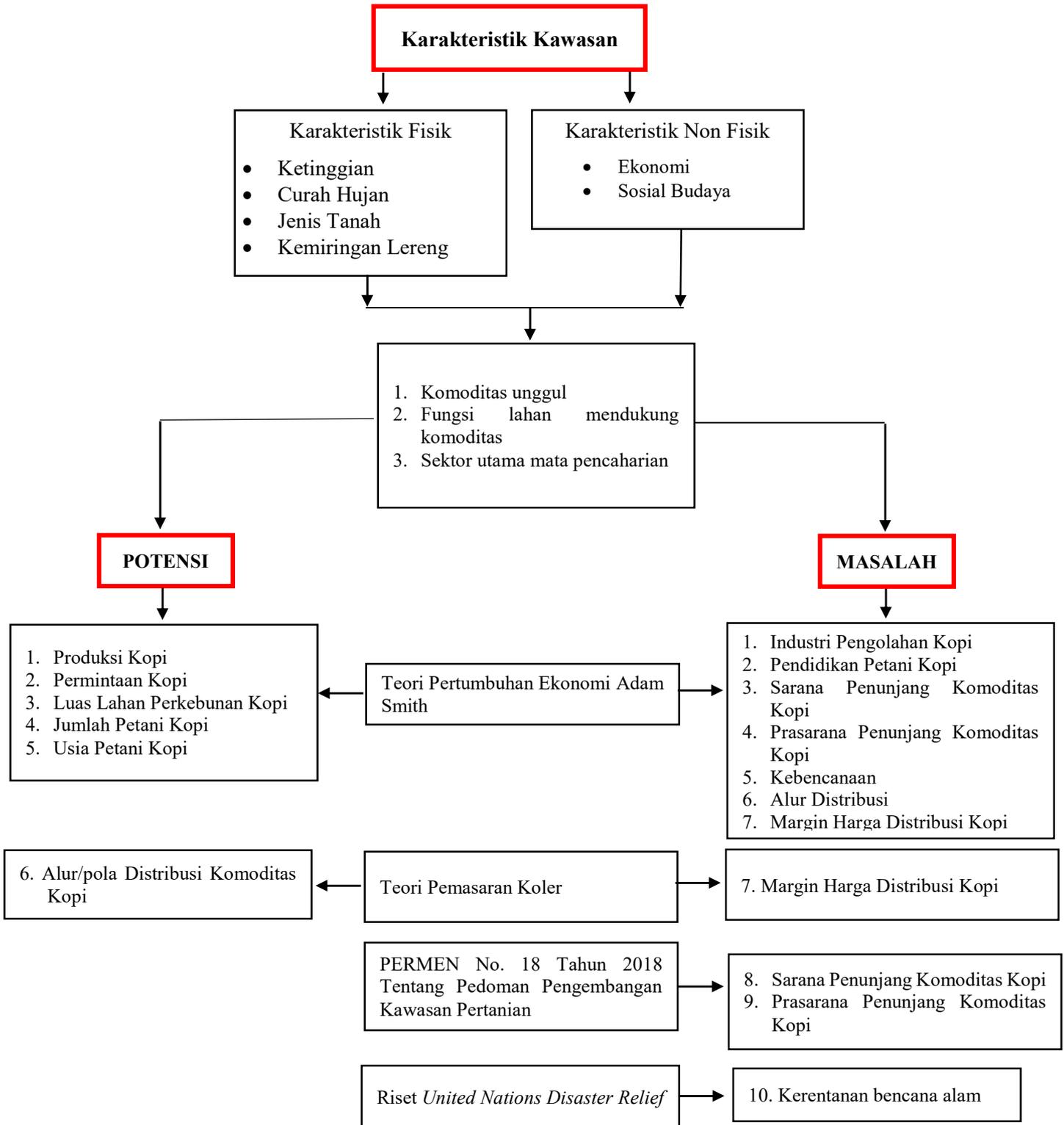
Tabel 2. 2 Variabel yang mempengaruhi pengembangan komoditas kopi

Kajian Literatur	Variabel	Indikator	Sumber
Karakteristik Kawasan Komoditas Kopi	Karakteristik Fisik	- Ketinggian - Curah hujan - Jenis tanah - Kemiringan lereng	- Modul identifikasi kawasan potensial - Permen Pertanian No. 49 Tahun 2014 Tentang Pedoman Teknis Budidaya Kopi Yang Baik
	Karakteristik Non Fisik	- Ekonomi - Sosial budaya	
Potensi dan Masalah Komoditas Kopi	Sumber Daya Alam (SDA)	- Ketersediaan produksi kopi lahan - Ketersediaan lahan	- Teori pertumbuhan ekonomi

Kajian Literatur	Variabel	Indikator	Sumber
		perkebunan kopi	
	Sumber Daya Manusia (SDM)	- Karakteristik petani kopi	- Teori pertumbuhan ekonomi
	Sarana Prasarana	- Pengolahan kopi - Sarana penunjang komoditas - Aksesibilitas - Kebencanaan	- Teori pertumbuhan ekonomi - PERMEN No. 18 Tahun 2018 Tentang Pedoman Pengembangan Kawasan Pertanian
	Pemasaran	- Alur distribusi - Jangkauan pasar	- Teori pemasaran koler
	Kebencanaan	- Kerentanan bencana alam	- Riset <i>United Nations Disaster Relief</i>
Strategi Pengembangan Komoditas Kopi	Faktor Internal Faktor Eksternal	Karakteristik, Potensi dan Masalah Komoditas Kopi di Kecamatan Latimojong	

## 2.12 Kerangka Konsep

Kerangka konsep penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.1 di bawah ini.



Gambar 2. 1 Kerangka Konsep Penelitian