

**SKRIPSI**  
**PEDAGANG PERANTARA KOPI: ANCAMAN ATAU**  
**PELUANG DALAM RANTAI PASAR KOPI DI**  
**KECAMATAN MAKALE KABUPATEN TANA**  
**TORAJA**

**Disusun dan Diajukan Oleh:**

**IMELDA**  
**M011201027**



**PROGRAM STUDI KEHUTANAN**  
**FAKULTAS KEHUTANAN**  
**UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
**MAKASSAR**  
**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Pedagang Perantara Kopi: Ancaman atau Peluang dalam Rantai Pasar Kopi  
di Kecamatan Makale, Kabupaten Tana Toraja**

**Disusun dan Diajukan Oleh :**

**Imelda**

**M011201027**

Telah Dipertahankan Di hadapan Panitia Ujian Yang Dibentuk Dalam Rangka  
Penyelesaian Sarjana S-1 Program Studi Kehutanan Fakultas Kehutanan

Universitas Hasanuddin

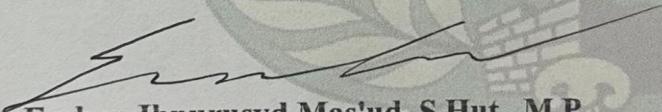
Pada tanggal 26 Juni 2024

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

**Menyetujui,**

**Pembimbing Utama**

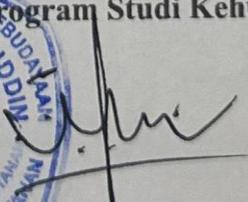
**Pembimbing Pendamping**

  
**Emban Ibnurusyd Mas'ud, S.Hut., M.P.**  
Nip. 198604032014041002

  
**Prof. Dr. Ir. H. Supratman, M.P.**  
Nip. 19700918199702 1 001

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi Kehutanan**



  
**Dr. H. Sitti Nuraeni, M. P.**  
Nip. 19680410199512 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imelda  
Nim : M011201027  
Program Studi : Kehutanan  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis saya berjudul :

**Pedagang Perantara Kopi: Ancaman atau Peluang dalam Rantai Pasar di  
Kecamatan Makale, Kabupaten Tana Toraja**

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

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

Makassar, 26 Juni 2024



Imelda

## ABSTRAK

**Imelda (M011201027). Pedagang perantara kopi: ancaman atau peluang dalam rantai pasar kopi di Kabupaten Tana Toraja di bawah bimbingan Emban Ibnurusyd Mas'ud dan Supratman.**

Budidaya kopi hutan di Kabupaten Tana Toraja dengan menggunakan strategi pengembangan usaha petani kopi untuk meningkatkan pendapatan petani kopi yang didukung dengan strategi pengembangan usaha tani kopi khususnya kopi Robusta seperti yang berada di Kabupaten Merangin dengan menggunakan metode hilirisasi usaha petani kopi Robusta agar nilai tukar tambah produk mampu meningkat, dan juga meningkatkan keterampilan teknis bertani untuk menghasilkan kualitas produk kopi yang baik. Penelitian bertujuan untuk 1) Mengidentifikasi peran pedagang perantara dalam rantai pasar komoditas kopi 2) Menganalisis peluang dan ancaman yang terbentuk akibat adanya pedagang perantara dalam rantai pasar komoditas kopi di Kecamatan Makale, Kabupaten Tana Toraja. Peneliti ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan narasumber penelitian dengan pertimbangan tertentu. Peneliti memilih *Snowball Sampling* karena dalam penentuan sampel, peneliti pertama-tama hanya menentukan satu orang saja, akan tetapi data yang diperoleh dirasa belum lengkap, maka peneliti mencari orang lain yang untuk melengkapi data tersebut. Sampel berjumlah 4 orang yang terdiri atas, 1 Petani, 1 Pedagang perantara, 1 Pedagang pengecer dan 1 Konsumen kopi. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa peran dari pedagang perantara, petani, pedagang pengecer dan konsumen saling terikat satu sama lain dengan berdasarkan alur rantai pasar di Kabupaten Tana Toraja.

**Kata Kunci :** Pedagang Perantara, Ancaman, Peluang, Rantai Pasar.

## **ABSTRACT**

**Imelda (M011201027). *Coffee intermediary traders: threats or opportunities in the coffee market chain in Tana Toraja Regency under the guidance of Emban Ibnurusyd Mas'ud and Supratman.***

*Cultivating forest coffee in Tana Toraja Regency using a coffee farmer business development strategy to increase coffee farmers' income which is supported by a coffee farming business development strategy, especially Robusta coffee, such as in Merangin Regency, using the method of downstreaming the Robusta coffee farmer's business so that product exchange value can be achieved. increase, and also improve technical farming skills to produce good quality coffee products. The research aims to 1) Identify the role of intermediary traders in the coffee commodity market chain. 2) Analyze the opportunities and threats created by the presence of intermediary traders in the coffee commodity market chain in Makale District, Tana Toraja Regency. This researcher used a purposive sampling technique using research sources with certain considerations. The researcher chose Snowball Sampling because in determining the sample, the researcher first only selected one person, but the data obtained was felt to be incomplete, so the researcher looked for other people to complete the data. The sample consisted of 4 people consisting of 1 farmer, 1 intermediary trader, 1 retailer and 1 coffee consumer. The results obtained show that the roles of intermediary traders, farmers, retailers and consumers are related to each other based on the flow of the market chain in Tana Toraja Regency.*

**Keywords:** *Intermediary Traders, Threats, Opportunities, Market Chain.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur dan kemuliaan hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena kasih karunia dan anugerah-Nya sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pedagang perantara kopi: ancaman atau peluang dalam rantai pasar kopi Di Kecamatan Makale, kabupaten Tana Toraja**” ini dengan baik.

Dalam melaksanakan seluruh kegiatan penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mengalami hambatan, namun berkat keyakinan, kesabaran, bantuan, bimbingan, dorongan serta doa dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini.

Ucapan Terima kasih secara khusus kebahagiaan ini penulis persembahkan kepada orang tua terkasih, Ayahanda tercinta **Marthinus Simpan** dan Ibunda tercinta **Sarita Duma** yang senantiasa mendoakan, memberikan motivasi, kasih sayang, nasehat, dukungan materi dan moril serta semangat kepada penulis. Terima kasih juga kepada saudara terkasih **Jefry Dalle** yang selalu memberikan motivasi, perhatian, dukungan, dan bantuan bagi penulis. Serta segenap keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa bagi penulis diucapkan terima kasih.

Pada kesempatan ini penulis juga dengan tulus dan rendah hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak **Emban Ibnurusyd Mas’ud, S.Hut., M.P.** sebagai pembimbing I dan Bapak **Prof. Dr. Ir. H. Supratman, S.Hut., M.P.** selaku pembimbing II yang dengan sabar telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran dalam mengarahkan dan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak **Prof. Dr. Forest. Muhammad Alif KS., S.Hut., M.Si.** dan Bapak **Dr. Ir. A. Sadapotto, M.P.** selaku dosen penguji yang telah memberikan bantuan, saran dan koreksi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu **Dr. Ir Sitti Nuraeni M.P.** selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa memberikan informasi dan dukungan selama perkuliahan serta **Dosen** dan **Staf Administrasi** Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin atas bantuannya.
4. Keluarga Besar **PDR-MK Fahutan Unhas** atas doa, dukungan serta kebersamaannya selama ini.

5. Saudara-saudari seperjuangan penulis dari awal perkuliahan **Novita, Yolanda, Scolastika, Yoel, Gusti, Reynaldi, Sharel, Indriani, Intan, Annisa, Jessica, Ludoliza, Naviola, Michael, Albert, Gabriel, Annisa, Geby, Talia**, dan **Britny** terima kasih atas doa, motivasi, kebersamaan dan membantu penulis dalam kegiatan penelitian ini sehingga dapat berjalan dengan baik.
6. Sahabat-sahabat terkasih **Ketrin, Isri, Yunita, Naomi, Aulia, Kesya**, dan **Olyvia** terima kasih atas motivasi, doa dan kebersamaan yang dengan tulus diberikan kepada penulis.
7. Segenap Keluarga **Laboratorium Kebijakan Dan Kewirausahaan Kehutanan** atas dukungan dan bantuannya dalam penulisan skripsi ini maupun selama perkuliahan.
8. Teman-teman penulis **Angkatan 2020 (IMPERIUM), PDR-ku Garis Keras** dan **Kanjorrong Pride** yang tetap memberikan semangat, dukungan serta kerja sama selama perkuliahan
9. **Partisipan Responden** atas informasi serta kerjasama hingga mewadahi penulis untuk melakukan penelitian.
10. Terakhir, kepada diri saya sendiri, **Imelda**. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan mari merayakan diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu di perbaiki, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan khususnya kepada penulis sendiri.

Makassar, 26 Juni 2024

Imelda

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	2
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>3</b>
2.1 Rantai Pasar Komoditas Kopi.....	3
2.1.1 Rantai Pasar Komoditas Global .....	3
2.1.2 Rantai Pasar Komoditas Kopi di Indonesia .....	4
2.1.3 Rantai Pasar Komoditas Kopi di Kabupaten Tana Toraja .....	6
2.1.4 Pengaruh Pasar Komoditas Global Terhadap Komoditas.....	8
2.2 Peran Pedagang Perantara dalam Rantai Pasar .....	9
2.2.1 Pedagang Perantara .....	9
2.2.2 Ancaman Keberadaan Pedagang Perantara dalam Rantai Pasar .	12
2.2.3 Kebaikan atau Peluang dalam Rantai Pasar.....	13
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>15</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	15
3.2 Populasi dan Sampel .....	15
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	16
3.4 Jenis Data .....	18
3.5 Metode Analisis Data.....	18
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASA</b> .....	<b>20</b>
4.1 Deskripsi Responden .....	20
4.1.1 Petani .....	20

4.1.2 Pedagang Perantara.....	20
4.1.3 Pedagang Pengecer .....	21
4.1.4 Konsumen Kopi .....	22
4.2 Rantai Pasar Komoditas Kopi di Kabupaten Tana Toraja.....	22
4.2.1 Model Penjualan Kopi dengan adanya Pedagang Perantara.....	25
4.2.2 Implikasi Hasil Petani dengan adanya Pedagang Perantara .....	26
4.3 Analisis Peran Pedagang Perantara Kopi.....	28
4.4 Kendala dan Solusi Komoditas Kopi.....	33
4.4.1 Kendala Komoditas Kopi.....	33
4.4.2 Solusi Komoditas Kopi.....	34
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>35</b>
5.1 Kesimpulan .....	35
5.2 Saran .....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>36</b>

## **DAFTAR TABEL**

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.</b>	Karakteristik Narasumber Petani.....	20
<b>Tabel 2.</b>	Karakteristik Narasumber Pedagang Perantara.....	20
<b>Tabel 3.</b>	Karakteristik Narasumber Pedagang Pengecer.....	21
<b>Tabel 4.</b>	Karakteristik Narasumber Konsumen.....	22
<b>Tabel 5.</b>	Proses Pengolahan Kopi Pedagang Perantara.....	31

## DAFTAR GAMBAR

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 1.</b>	<b>Rantai Pasar Komoditas Kopi di Kabupaten Tana Toraja.....</b>	<b>7</b>
<b>Gambar 2.</b>	<b>Peta Lokasi Penelitian.....</b>	<b>15</b>
<b>Gambar 3.</b>	<b>Alur Rantai Pasar .....</b>	<b>22</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b>	Pedagang Perantara UD. X.....	40
<b>Lampiran 2.</b>	Hasil Wawancara Pedagang Perantara UD. X.....	45
<b>Lampiran 3.</b>	Dokumentasi Kegiatan Wawancara.....	51

# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu produk unggulan di Kabupaten Tana Toraja. Data BPS (2021), memperlihatkan fakta bahwa hampir setengah dari populasi dari petani (49,33%) di Kabupaten Tana Toraja ini juga membudidayakan tanaman kopi. Suatu gambaran besar bagaimana petani memiliki tingkat ketergantungan tinggi terhadap komoditas ini. Menariknya, budidaya kopi di Kabupaten Tana Toraja ini cenderung berada di dalam atau di wilayah sekitar hutan.

Budidaya kopi hutan di Kabupaten Tana Toraja dengan menggunakan strategi pengembangan usaha petani kopi untuk meningkatkan pendapatan petani kopi yang didukung dengan strategi pengembangan usaha tani kopi khususnya kopi Robusta seperti yang berada di Kabupaten Merangin dengan menggunakan metode hilirisasi usaha petani kopi Robusta agar nilai tukar tambah produk mampu meningkat, dan juga meningkatkan keterampilan teknis bertani untuk menghasilkan kualitas produk kopi yang baik.

Strategi ini didukung pedagang perantara yang memberikan edukasi kepada petani untuk meningkatkan hasil panen kopi mereka Desiana dkk (2017). Strategi pengembangan usaha petani kopi untuk mampu meningkatkan pendapatan mereka sejalan dengan hasil penelitian Harun dkk (2023) mengemukakan bahwa “Dengan menerapkan strategi ini, diharapkan Desa Kucur membangun landasan yang kuat bagi pertumbuhan sektor kopi, meningkatkan taraf hidup petani, dan memberikan kontribusi positif terhadap kelestarian lingkungan karena dukungan pedagang perantara”. Hasil penelitian Rialdi (2020) mengemukakan bahwa “Struktur pasar yang terbentuk merupakan pasar persaingan tidak sempurna. Rantai pasar kopi pada pemasaran produk pertanian yang sangat mempengaruhi tingkat keuntungan yang diperoleh petani sebagai produsen, karena itu petani kopi harus menyesuaikan diri, ataupun mempunyai alternatif lain dalam pemasaran kopi yang dihasilkan dengan bantuan pedagang perantara dan menggunakan strategi pengembangan usaha petani kopi”.

Peran serta dari pedagang perantara yang memberikan edukasi kepada petani kopi akan meningkatkan nilai jual, kualitas, dan cara petani kopi untuk memasarkan

hasil panen mereka ke konsumen atau ke pasar tradisional dan bahkan ke pasar internasional. Akan tetapi pandangan masyarakat Kabupaten Tana Toraja, tentang pedagang perantara berbanding terbalik dengan yang ada di Kabupaten Merangin karena sebagian masyarakat Kabupaten Tana Toraja, yang menganggap pedagang perantara sebagai ancaman atau memiliki peluang dalam rantai pasar kopi. Padahal pemerintah di Kabupaten Tana Toraja juga mendukung adanya eksistensi pedagang perantara karena dinilai sebagai mekanisme pasar.

Berdasarkan keterangan yang berada di atas, menjadi temuan yang menarik, apakah petani kopi diuntungkan dengan adanya eksistensi dari pedagang perantara ataukah malah dirugikan. Penelitian ini mencoba menganalisis kondisi ini dengan memperlihatkan dua sudut pandang antara petani kopi dengan pedagang perantara dan mengusulkan penelitian skripsi dengan berjudul “Pedagang perantara kopi: ancaman atau peluang dalam rantai pasar kopi di Kabupaten Tana Toraja”.

## **1.2. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi peran pedagang perantara dalam rantai pasar komoditas kopi di Kabupaten Tana Toraja.
2. Menganalisis peluang dan ancaman yang terbentuk akibat adanya pedagang perantara dalam rantai pasar komoditas kopi di Kabupaten Tana Toraja.

Penelitian ini juga berguna untuk akademisi maupun pihak lainnya yang ingin memahami secara detail peran pedagang perantara dalam rantai pasar. Informasi yang disajikan dalam artikel diharapkan bisa memberikan perspektif pembanding bagi penelitian yang cenderung melihat pedagang perantara yang hanya sebagai ancaman.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Rantai Pasar Komoditas Kopi

#### 2.1.1 Rantai Pasar Komoditas Global

Membahas tentang produksi kopi, Indonesia merupakan pemain penting di pentas dunia. *International Coffee Organization* ini memperkirakan bahwa pada Tahun 2022 Indonesia memproduksi 10 Juta karung kopi ukuran 60 Kg-setara dengan sekitar 7% dari produksi global. Sebagai perbandingan, hanya Brasil (55 juta), Vietnam (25,5 juta), dan Kolombia (14,5 juta) yang mampu menghasilkan lebih banyak kopi, dan Indonesia diikuti Ethiopia (6,6 juta) sebagai penghasil kopi kelima terbesar di dunia (BPS, 2023).

Jumlah dalam hal produksi Robusta saja, hanya Vietnam dan Brasil yang menghasilkan lebih banyak kopi Robusta dibandingkan Indonesia menyumbang 14% dari produksi global di tahun 2022. Proporsi ekspor kopi di Indonesia dari ekspor kopi global di Tahun 2022 mencapai 6,4%, namun penting untuk dicatat bahwa negara ini kurang menonjol di dalam hal ekspor kopi sangrai dan kopi bubuk. Meski menyumbang 11% dari ekspor kopi seduh dan 6% ekspor biji kopi, Negara ini hanya menyumbang 1% dari ekspor kopi sangrai dan bubuk (Asmoro, 2021).

Hal yang membuat Indonesia menonjol dibanding produsen besar lainnya, bagaimanapun juga, adalah pertumbuhan produksi yang luar biasa di negara ini dalam satu dasawarsa terakhir. Secara keseluruhan, produksi kopi negara Asia Tenggara ini tumbuh dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 2,9% sejak 2006, dibandingkan dengan 1,5% untuk produsen lain di dunia. Tak satu pun dari lima produsen kopi terbesar dunia mengalami kenaikan lebih besar daripada Indonesia selama satu dekade terakhir (Dirjen Perkebunan Indonesia, 2019).

Bagaimanapun sektor kopi di negara Indonesia kurang intensif ekspor jika dibandingkan dengan negara penghasil kopi utama. Di antara lima (5) produsen kopi terbesar di dunia, hanya Ethiopia yang proporsi ekspornya lebih rendah dibanding Indonesia. Afrika Timur itu mengekspor 46% dari total produksinya di tahun 2015. Sebagai perbandingan, Indonesia mengekspor sekitar 65% dari produksinya pada tahun 2021, jauh di bawah pangsa ekspor Vietnam (92%),

Kolombia (88%), dan Brasil (73%) yang dijelaskan melalui adanya perbedaan konsumsi kapita berbagai negara, populasi, dan tingkat produksi (Giselius,2017).

Surplus 1,3 kg per orang di Indonesia jauh di bawah tingkat Kolombia (15,7 kg per orang), Vietnam (15,0), Brasil (10,0), dan bahkan Ethiopia (1,7). Intinya, orang di Indonesia mengonsumsi lebih banyak kopi setiap tahun, dan memiliki lebih banyak populasi penduduk daripada Negara pesaingnya. Tanpa kenaikan produksi yang signifikan, tren kemungkinan akan membatasi potensi ekspor kopi jangka panjang negara ini (Rahardjo, 2012).

### **2.1.2 Rantai Pasar Komoditas Kopi di Indonesia**

Sejak pergantian milenium, proporsi yang dikonsumsi orang Indonesia dari produksi kopi yang terus tumbuh negara ini semakin meningkat. Meskipun ekspor kopi mengalami kenaikan dengan rata-rata peningkatan tahunan sebesar 5,5% sejak tahun 2006, konsumsi kopi dalam Negeri mencatat peningkatan lebih tinggi rata-rata 6,9% per tahunnya. Kenaikan pesat konsumsi domestik terutama disebabkan oleh dua faktor. Faktor pertama adalah peningkatan jumlah penduduk yang makin berkembang pesat, dari 210 juta jiwa di tahun 2006 menjadi sekitar 260 juta saat ini. Faktor penting kedua yang memberi andil adalah meningkatnya konsumsi kopi per kapita dalam Negeri yang akibat langsung dari perkembangan ekonomi Indonesia, telah meningkatkan pendapatan (Desiana dkk., 2017).

Munculnya kelas menengah yang terus tumbuh di Indonesia mendukung perubahan gaya hidup, seperti urbanisasi, yang berdampak positif ke konsumsi kopi dalam Negeri. Sebagai contoh, kopi instan, yang dijual per cangkir di ribuan *Cafe* dan warung di berbagai sudut Kota yang telah menjadi semakin populer di kalangan orang Indonesia (Faika, 2015). Sebagai hasil perpaduan faktor-faktor ini, konsumsi kopi perkapita di Indonesia meningkat 0,5 kg per tahun pada tahun 2006 menjadi 1,1 Kg pada tahun 2022. Konsumsi per kapita lebih tinggi yang dipadukan dengan perkembangan populasi berarti bahwa terdapat pangsa yang semakin besar daripada tingginya produksi kopi di Indonesia yang dikhususkan untuk memenuhi kebutuhan pasar-pasar domestik. Jenis kopi yang paling banyak dibudidayakan adalah kopi arabika (*Coffea arabika*) dan kopi Robusta (*Coffea Canephora*). Sementara itu,

terdapat jenis *Coffea Liberika* dan *Coffea congensis* yang merupakan perkembangan dari jenis Robusta (Giselius, 2017).

#### 1. Arabika

Nama ilmiah kopi arabika ini merupakan *Coffea arabica*. Carl Linnaeus, ahli Botani asal Swedia, menggolongkannya ke dalam keluarga “*Rubiaceae Genus Coffea*”. Sebelumnya tanaman kopi ini sempat diidentifikasi sebagai “*Jasminum arabicum*” oleh seorang naturalis asal Perancis. Kopi arabika ini diduga sebagai spesies hibrida hasil persilangan dari *Coffea eugenioides* dan *Coffea canephora* (Barus dkk., 2020). Berikut ciri-ciri di kopi arabika:

- a. Aromanya wangi sedap mirip pencampuran bunga dan buah, hidup di Daerah yang sejuk dan dingin.
- b. Memiliki rasa asam yang tidak dimiliki oleh kopi jenis Robusta.
- c. Memiliki bodi atau rasa kental saat disesap di mulut.
- d. Rasa kopi arabika lebih mild atau halus. Kopi arabika terkenal pahit.

Regnum : *Plantae*  
Divisi : *Magnoliophyta*  
Kelas : *Magnoliopsida*  
Ordo : *Rubiaceae*  
Famili : *Rubiaceae*  
Genus : *Coffea*  
Spesies : *Coffea arabica L.*

#### 2. Robusta

Kopi Robusta ditemukan pertama kali di Kongo di tahun 1981 ahli Botani dari Belgia. Robusta adalah tanaman asli Afrika yang meliputi Daerah Kongo, Sudan, Liberia, dan Uganda. Robusta mulai dikembangkan secara besar-besaran awal abad ke-20 oleh pemerintahan kolonial Belanda di Indonesia. Kopi jenis ini mempunyai sifat lebih unggul dan sangat cepat berkembang, oleh karena itu jenisnya ini lebih banyak dibudidayakan oleh petani kopi di Indonesia (Barus dkk., 2020).

Beberapa sifat penting dari kopi Robusta yaitu resisten terhadap penyakit (HIV) dan tumbuh sangat baik pada ketinggian 0-900 meter dari permukaan laut. Namun idealnya ditanam di ketinggian 400-800 meter. Suhu rata-rata yang dibutuhkan tanaman sekitar 26°C dengan curah hujan 2000-3000 mm per tahun. Dalam (Barus dkk., 2020) yang menyatakan bahwa “Tanaman tumbuh dengan baik pada tanah yang memiliki tingkat keasaman (pH) sekitar 5-6,5.

Kindom : *Plantae*  
Divisi : *Magnoliopsida*  
Kelas : *Magnoliopsida*  
Ordo : *Rubiales*  
Famili : *Rubiaceae*  
Genus : *Coffea*  
Spesies : *Coffea robusta L.*

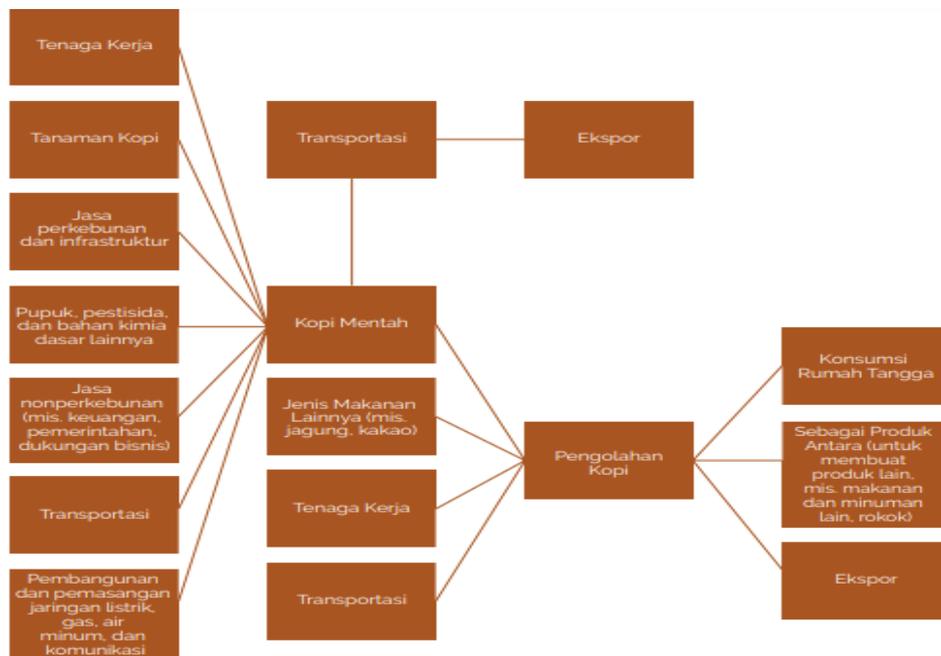
### **2.1.3 Rantai Pasar Komoditas Kopi di Kabupaten Tana Toraja**

Pemangku kepentingan sepanjang rantai nilai kopi global yang mencakup petani (petani kecil dan perkebunan), kolektor, pengolah misal, (Penyangrai), perusahaan ekspedisi, pedagang grosir, eceran, serta akhirnya konsumen. Untuk lebih memahami berkaitan yang dengan terciptanya di seluruh rantai pasok kopi Indonesia, menggunakan tabel *input-output (I-O) Statistics Indonesia* (Rahardjo dkk., 2012).

Tabel I-O demi memberikan informasi yang sangatlah berharga mengenai struktur industri dengan menguraikan agregat pendapatan menjadi pengeluaran barang dan jasa antara yang diperlukan untuk mendukung produksi kopi dan nilai tambah (GDP) yang dihasilkan industri secara langsung dalam hal tenaga kerja dan pendapatan perusahaan. Tabel I-O yang berguna dalam memberi kita pemahaman tentang di mana output dari sektor kopi pada akhirnya ditujukan (misal, untuk ekspor versus konsumsi rumah tangga) (Rahardjo dkk., 2012).

Menggunakan data dari tabel I-O, mampu mendeskripsikan rantai pasok yang disederhanakan kopi di Kabupaten Tana Toraja. Hal yang penting, aspek transportasi telah dihilangkan dari diagram di bawah ini untuk menyoroti aspek

kunci lainnya dari rantai pasok, namun aspek ini merupakan input penting pada setiap mata rantai (BPS, 2023).



**Gambar 1.** Rantai Pasar Komoditas Kopi di Kabupaten Tana Toraja

Pemahaman secara mendalam tentang setiap aktivitas di dalam rantai pasok kopi Kabupaten Tana Toraja untuk mengidentifikasi bidang, dimana Kabupaten mungkin kehilangan potensi nilai (misal, mengedarkan lebih banyak bahan input utama) atau tidak memaksimalkan potensi nilai ekspor (misalnya, mengekspor barang untuk diproses di luar Negeri yang sebenarnya dapat dilakukan secara domestik). Bagian lain pokok bahasan ini menyajikan gambaran umum tentang aktivitas utama di sepanjang rantai pasok kopi Kabupaten Tana Toraja, yang menggambarkan di mana kebocoran nilai terjadi, dan membandingkan hasilnya (Dirjen Perkebunan Indonesia, 2019).

Produksi Primer Tahap pertama dalam rantai pasok kopi Kabupaten Tana Toraja merupakan tahap primer produksi kopi. Kegiatan yang terjadi pada tahap ini meliputi penanaman kopi (bibit atau tanaman), panen buah, dan pengolahan awal buah menjadi biji kopi hijau (Kopi mentah). Di Kabupaten Tana Toraja, kopi umumnya ditanam selama musim hujan, dengan sebagian besarnya di petani menanam benih mereka Daerah yang mempunyai tanaman penaung. Perkebunan

tradisional yang tidak bergantung pada penggunaan input eksternal masih sangat umum ditemui di seluruh sektor kopi (BPS, 2023).

#### **2.1.4 Pengaruh Rantai Pasar Komoditas Global terhadap Komoditas Daerah**

Terlepas volatilitas produksi akibat cuaca (Misalnya, penurunan produksi akibat kekeringan terkait dengan fenomena El Niño), produksi kopi Indonesia mengalami peningkatan sejak tahun 2002. Selama lima tahun terakhir di Negara Asia Tenggara menghasilkan rata-rata 11,3 juta karung kopi per tahun, sekitar 40% lebih tinggi daripada rata-rata 7,9 juta karung yang diproduksi. Sebagai tambahan, Indonesia mencatat produksi 12,1 juta karung kopi pada tahun 2015, yang makin menegaskan kapasitas produksi Negara secara keseluruhan (Barus, dkk., 2020).

Berbeda dengan produsen Amerika Latin, yang dikenal luas karena kopi Arabika, sebagian besar produksi kopi Indonesia ialah Robusta, yang umumnya dianggap bernilai lebih rendah. Kenyataannya, Indonesia menghasilkan Robusta lebih dari 6 kali lipat dibanding jumlah produksi Arabika. Konsentrasi produksi Robusta yang lebih kuat mencerminkan kondisi lingkungan di Indonesia seperti suhu yang hangat, curah hujan tinggi, dan ketinggian Daerah yang lebih rendah semua faktor yang mendukung produksi Robusta alih-alih kopi Arabika (Dirjen Perkebunan Indonesia, 2019).

Indonesia menghasilkan beberapa varietas kopi spesialti, misal kopi luwak yang terbuat dari biji kopi yang dicerna dan keluar melalui sistem pencernaan luwak. Jenis kopi ini, yang dianggap paling mahal di dunia, memiliki harga yang dapat berkisaran \$35 sampai \$100 per cangkir sedangkan harga kopi biasa hanya berkisaran \$2 sampai dengan \$5 per cangkir. Selain itu, Negara ini menghasilkan beberapa kopi spesialti lain seperti Mandailing dan Toraja, yang juga memiliki harga premium karena warisan unik mereka. Seperti kebanyakan produsen kopi penting lainnya, produksi kopi di Indonesia terfragmentasi (Barus dkk., 2020).

Pedagang perantara atau pengumpul atau pengepul muncul akibat tingkat kebutuhan ekonomi yang makin tinggi seperti pedagang perantara di Kabupaten Tana Toraja. Hasil penelitian Abdullah dkk (2021), mengemukakan “Secara parsial investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kopi pada Provinsi

Sulawesi Selatan, inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor kopi di Provinsi Sulawesi Selatan, dan kurs yang tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor kopi di Provinsi Sulawesi Selatan. Sedangkan secara simultan, investasi, inflasi, dan kurs berpengaruh signifikan terhadap ekspor kopi Provinsi Sulawesi Selatan”.

Menyoroti kehidupan pedagang perantara, memang tidak bisa dilepaskan dengan yang namanya membeli dan menjual hasil pertanian. Menurut Sadikin dkk (2011) di dalam bukunya “Konflik keseharian Pedesaan Jawa”. pedagang perantara merupakan aktor yang berprofesi sebagai pembeli padi dari petani dalam jumlah yang tidak terlalu besar, orang ini biasanya bisa membeli antara 1 sampai 2 gabah kering, biasanya orang ini berkeliling menggunakan sepeda dengan beberapa karung kosong, para petani baru saja selesai melakukan proses panen dan akan melakukan penawaran dari rumah ke rumah (Witrianto, 2014).

Hasil pembelian diselip atau giling ke tempat penggilingan dan kemudian di jual ke penjual kopi atau langsung ke tempat penggilingan. Sementara itu ada juga yang menjadi penampung atau lebih tepatnya menjadi pembeli kopi kering dari petani dalam jual yang besar dan menjualnya kembali kepada para penampung yang lebih besar, yang kemudian menjualnya kepada konsumen atau bulog (Badan Logistik) (BPS, 2023).

Pedagang perantara melakukan beberapa cara saat membeli hasil pertanian dari petani, antara lain dengan cara mendatangi rumah petaninya, menggunakan forum-forum seperti acara syukuran, apabila berpapasan dengan orang di jalan secara tak di sengaja, mencari tahu apakah ada yang akan menjual kopinya, bila telah terjadi kesepakatan jual beli, perantara langsung mengirimkan kendaraan untuk mengangkut dari rumah petani yang menjual, biasanya kendaraan truk yang digunakan dalam mengangkut hasil pertanian (Kustiari dkk., 2012).

## **2.2 Peran Pedagang Perantara dalam Rantai Pasar**

### **2.2.1 Pedagang Perantara**

*Status* menunjuk kepada kedudukan dalam arti sebagai tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok sosial. Menurut Kotler (2017) “Status adalah kedudukan individu dalam setiap kelompok ataupun organisasi, dan kedudukan

seseorang dalam setiap kelompok dapat dilihat dan dijelaskan dalam pengertian status dan peranan”. Setiap peranan membawa satu status yang mencerminkan penghargaan umum yang diberikan oleh masyarakat yang disesuaikan dengan peranan yang dilakukannya oleh individu. Pedagang perantara adalah orang yang mencari nafkah sebagai pedagang pengumpul hasil pertanian dengan membeli langsung ke petani dan kemudian menjualnya (Witrianto, 2014).

1. Pendekatan Kelembagaan (*Institutional Approach*)

Pendekatan ini adalah cara mempelajari *marketing* dari institusionalnya, yaitu lembaga yang ikut andil terlibat pada proses pemasaran dan berbagai mata rantai distribusi (Angipora, 2017). Lembaga (*Institution*) merupakan organisasi atau kaidah baik formal ataupun informal yang mengatur perilaku dan tindakan anggota masyarakat tertentu baik dalam kegiatan rutin sehari-hari atau dalam usahanya untuk mencapai tujuannya (Angipora, 2017), yaitu:

a. Pedagang perantara

Pedagang yang mengambil hak milik atas barang yang ditangani dengan cara membeli dan menjualnya kembali barang demi tujuan sendiri agar mendapatkan hasilnya.

b. Agen perantara

Pedagang ini hanya mewakili *Client*, tidak mengambil hak-hak milik atas barang yang ditangani.

c. Spekulator

Jenis pedagang yang mengambil keuntungan dengan berespekulasi dan memilih mengambil resiko besar terutama dalam hubungan resiko harga.

d. Prosesor

Lembaga tata niaga yang pekerjaannya utamanya merupakan merubah bentuk barang sehingga menjadi siap untuk dipakai ataupun sesuai dengan selera konsumen.

e. Fasilitator

Lembaga yang membantu memberi jasa terhadap lembaga lainnya dalam menjalankan fungsi tata niaga, kegiatan menafsirkan

pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi.

## 2. Pendekatan Fungsi (*Functional Approach*)

Pendekatan ini mempelajari *Marketing* dengan jalan pendekatan secara fungsional, maka harus mengetahui fungsi yang berjalan saat menyalurkan barang dari produsen ke konsumen sehingga bisa di beli kembali konsumen. Berdasarkan aktivitas yang dijalankan seorang pedagang perantara, maka itu fungsi yang dimaksudkan pedagang dengan menetapkan konsep pembelian dan konsep penjualan (Angipora, 2017), yaitu:

### a. Konsep Pembelian

Menetapkan konsep pembelian atau melakukan aktivitas kegiatan pembelian dengan cara “Tebasan” dan “Hijau”.

#### 1. Tebasan

Tebasan adalah suatu cara penjualan dan pembeli dari hasil suatu jenis produk pertanian sebelum produk dipanennya produk telah siap untuk perjual belikan. Dalam sistem ini orang yang menjual disebut, “Menebaskan”, biasanya transaksi jual beli diadakan sekitar sepekan sebelum panen, petani bebas untuk memlihk kepada suata komoditas akan ditebaskan serta bebas untuk tidak menebaskan hasil pertanian.

#### 2. Hijau

Sistem praktek hijau untuk hal ini sering dilakukan tengkulak. Sistem ini suatu bentuk kredit yang mampu dibayar kembali dengan hasil pertanian yang pada waktu pinjaman diberikan masih di dalam tahap hijau di pertanian. Uang muka diberi untuk hasil yang masih diserahkan, sedangkan di tanaman yang masih hijau, sistem praktek hijau “Memerankan” sebagai pemberian pinjaman ini “Pengahijauan” sedangkan meminjam disebut “Menghiaukan”.

### b. Konsep Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan untuk mencarikan dan mengusahakan agar barang-barang yang telah diproduksi atau telah dimiliki untuk bisa mendapatkan permintaan pasar yang cukup baik

atau banyak, terutama mengenai kualitas dan harga mendapatkan keuntungannya. Menurut Faika (2015) mengemukakan beberapa cara atau metode yang harus dilakukan untuk pedagang dalam penjualan, yaitu:

1. Penetapan harga jual

Menetapkan harga jual harus selalu berpedoman ke harga pokok, berdasarkan harga pokok, biasanya cara menetapkan adalah dengan jalan menambahkan harga pokok persentase tertentu yang ini adalah keuntungan bagi penjual (*Mark up*).

2. Penetapan potongan harga

Potongan harga sebenarnya adalah cara lain dalam menetapkan harga jual, potongan harga itu diberikan kepada pihak-pihak tertentu dan dengan syarat tertentu, misal potongan harga dapat diberikan di dalam bentuk presentase dari harga jual, atau juga dapat dilakukan secara langsung misal setiap pembelian 2 lusin atau /kg.

### **2.2.2 Ancaman Keberadaan Pedagang Perantara dalam Rantai Pasar**

Dunia bisnis, seorang wirausaha bukan hanya wajib menjalin hubungan baik dengan pelanggan, namun dengan pemasok. Keberhasilan ke sebuah usaha tidak mampu dilepaskan dari pemasok. Pemasok ini menyediakan bahan baku dan peralatan untuk pemilik usaha yang bertujuan untuk menghasilkan barang untuk disimpan, diolah, didistribusikan, serta dijual kembali. Bagi wirausaha, pemasok menyediakan barang untuk dijual kepada pengecer dan pelanggan. Wirausaha dalam sektor jasa tentu juga membutuhkan pemasok, misalnya untuk memasok alat guna membantu melayani pelanggan (Rahardjo, 2012).

Singkatnya, pemasok adalah penyedia kebutuhan sumber daya perusahaan dengan jumlah, mutu, dan harga yang sesuai agar proses produksi, distribusi, dan pelayanan bisa berjalan lancar. Sedangkan dalam bisnis, pelanggan ialah yang paling utama. Hal ini sebuah kenyataan yang benar adanya, akan tetapi banyak juga yang masih selalu lupa atau kurang menyadarinya. Segala bidang bisnis akan sama saja (Saragih, 2017).

### 2.2.3 Kebaikan atau Peluang dalam Rantai Pasar

Pelanggan wajib diutamakan, maju mundurnya bisnis karena sebuah layanan kepada pelanggan seperti apapun dan bagaimana keadaan pelanggan kita, mereka wajib dihormati serta kita berikan pelayanan yang terbaik serta memuaskan mereka.

#### 1. Profil Pemasok (Petani)

Menurut Tohir (2019) mengemukakan bahwa “Pertanian merupakan mata pencaharian utama masyarakat di Indonesia”. Hal ini disebabkan sebagian besar masyarakat di Indonesia terdiri dari petani. Petani adalah orang yang menggantungkan hidupnya kepada lahan pertanian sebagai mata pencaharian utama. Menurut Scott (2014) mengemukakan bahwa “Secara garis besar ada 3 jenis petani, seperti pemilik lahan, pemilik sekaligus menggarap lahan, dan buruh tani”. Menurut (Witrianto, 2015), bahwa:

- a. Petani pemilik (Petani kaya) yaitu petani yang menguasai lahan-lahan luas, baik sawah maupun ladang.
- b. Petani penggarap, yaitu petani yang menggarap sendiri ladang mereka miliki, atau menggarap lahan orang lain dengan sistem bagi hasil;
- c. Buruh tani yaitu petani yang bekerja di lahan orang lain dengan sistem upah harian atau borongan.

#### 2. Profil Pelanggan (Pedagang)

Menurut Kansil dan Christine (2018) mengemukakan “Pedagang adalah seseorang yang melakukan pekerjaan membeli barang tempat dan menjual barangnya di tempat lain ataupun waktu berikutnya dengan tujuan untuk mendapatkan peroleh laba, keuntungan. Berdasarkan uraian ini, Menurut Sajogyo dkk (2015) mengemukakan bahwa “Perdagangan merupakan metode mencari penghidupan yang sah”. Sikap seperti ini diambil oleh pedagang maupun bukan pedagang, dan masyarakat mengakui hak-hak yang ingin mencari uang dengan jalan menjadi seorang pedagang.

Produsen (petani) mengerti bahwa mendapatkan harga yang saling atau paling menguntungkan bagi barang yang mereka hasilkan, barang tersebut juga harus di jual di daerah atau tempat di mana terdapat permintaan yang terbesar. Karena itu barang harus diangkut sejauh 100 Km atau lebih, dan

sadarbahwa mereka tidak akan dapat mengerjakannya sendiri (Wahyudi, 2017).

Sebaliknya para pedagang tahu di mana ada hasil bumi terbaik, Daerah mana yang panen dan pasar mana yang memiliki fasilitas pengangkut yang murah yang menghubungkan dengan Kota lain. Pedagang ini mengangkut, mengadakan pertimbangan antar persediaan dan permintaan, membebaskan produsen, konsumen resiko atau kerja berat dan menjamin persediaan produsen (Wahyudi, 2017).