

SKRIPSI
PEDAGANG PERANTARA KOPI: ANCAMAN ATAU
PELUANG DALAM RANTAI PASAR DI
KECAMATAN SOPAI, KABUPATEN TORAJA
UTARA

Disusun dan Diajukan Oleh:

ANNISA TISANDA BR PERANGIN-ANGIN

M011201067



PROGRAM STUDI KEHUTANAN
FAKULTAS KEHUTANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024

HALAMAN PENGESAHAN

Pedagog Perantara Kopi: Ancaman atau Peluang dalam Rantai Pasar Kopi
di Kecamatan Sopa, Kabupaten Toraja Utara

Disusun dan Diajukan Oleh :

Annisa Tisanda Br Perangin-Angin

M011201067

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

Universitas Hasanuddin


Pada tanggal 26 Juni 2024

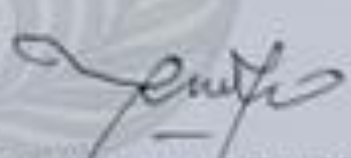
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


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


Prof. Dr. Ir. Yusran, S.Hut., M.Si, IPU
Nip. 196912061996031004

Mengetahui,

Wakil Program Studi Kehutanan




Dr. L. Siti Nurani, M. P.
Nip. 19680410199512 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Tisanda Br Perangin-Angin
Nim : M011201067
Program Studi : Kehutanan
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis saya berjudul :

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

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, 06 Juni 2024



At 34ALX249936085 Perangin-Angin

ABSTRAK

Annisa Tisanda Br Perangin-Angin (M011201067). Pedagang Perantara Kopi: Ancaman atau Peluang dalam Rantai Pasar Kopi di Kecamatan Sopai, Kabupaten Toraja Utara di bawah bimbingan Emban Ibnurusyid Mas'ud dan Yusran.

Komoditas kopi merupakan salah satu subsektor pertanian yang dominan di Kabupaten Toraja Utara. Pedagang perantara muncul sebagai pihak yang berada di tengah-tengah rantai pasar dan berperan sebagai penghubung antara produsen dengan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran pedagang perantara dalam rantai pasar komoditas kopi di Kabupaten Toraja Utara dan menganalisis peluang dan ancaman yang terbentuk akibat adanya pedagang perantara dalam rantai pasar komoditas kopi di Kabupaten Toraja Utara. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2024 di Kecamatan Sopai, Kabupaten Toraja Utara. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, observasi, dan studi literatur yang kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku rantai pasar kopi di Kabupaten Toraja Utara adalah petani, pedagang perantara, pedagang ecer, dan konsumen. Pedagang perantara sendiri berperan sebagai penghubung antar pelaku dalam rantai pasar di Kecamatan Sopai. Ancaman dari adanya pedagang perantara di Kecamatan Sopai adalah adanya persaingan harga yang tidak sehat antar pedagang perantara yang disebabkan oleh persaingan hasil panen kopi, sedangkan peluang dari adanya pedagang perantara adalah adanya sistem sekutu antara pedagang perantara dengan petani khususnya dalam pinjaman modal kepada petani yang dapat menggerakkan roda perekonomian petani dan memberikan keuntungan kepada pedagang perantara karena adanya pelanggan tetap.

Kata Kunci : Pedagang Perantara, Pelaku Rantai Pasar, Ancaman dan Peluang

ABSTRACT

Annisa Tisanda Br Perangin-Angin (M011201067). *Coffee Intermediary Traders: Threats or Opportunities in the Coffee Market Chain in Sopai District, North Toraja Regency under the guidance of Emban Ibnurusyid Mas'ud and Yusran.*

Coffee is one of the dominant agricultural sub-sectors in North Toraja Regency. Intermediary traders appear as parties in the middle of the market chain and act as a liaison between producers and consumers. This study aims to identify the role of intermediary traders in the coffee commodity market chain in North Toraja Regency and analyze the opportunities and threats formed due to the presence of intermediary traders in the coffee commodity market chain in North Toraja Regency. This research was conducted in January 2024 in Sopai District, North Toraja Regency. Data collection was carried out using interviews, observations, and literature studies which were then analyzed using descriptive analysis. The results of the study indicate that the actors in the coffee market chain in North Toraja Regency are farmers, intermediary traders, retailers, and consumers. The middlemen themselves act as a liaison between players in the market chain in Sopai District. The threat from the existence of middlemen in Sopai District is the unhealthy price competition between middlemen caused by competition in coffee harvest results, while the opportunity from the existence of middlemen is the existence of an alliance system between middlemen and farmers, especially in capital loans to farmers that can drive the wheels of the farmer's economy and provide benefits to middlemen because of the existence of loyal customers.

Keywords: *Middlemen, Market Chain Actors, Threats and Opportunities*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yesus atas segala berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pedagang Perantara Kopi: Ancaman atau Peluang dalam Pasar Kopi di Kecamatan Sopai, Kabupaten Toraja Utara**”, guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan di Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak tersayang **Peristiwa Perangin-Angin** dan mamak tercinta **Susanta Br Barus**, dua orang yang berjasa dalam hidup penulis, kepada saudara saudari ku terkasih **Ega Netania Br Perangin-Angin dan Hengki Fransisco Perangin-Angin** yang telah memberikan motivasi, perhatian, dukungan, doa serta bantuan yang telah diberikan. Terima kasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk bantuan yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan yang diambil penulis, serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga di titik ini. Semoga kita selalu dibrkati dan dilindungi dalam naungan Tuhan. Dengan segala kerendahan hati penulis juga mengucapkan rasa terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak **Emban Ibnurusyd Mas'ud, S.Hut., M.P** dan **Prof. Dr. Ir. Yusran, S.Hut., M.Si., IPU.** selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. **Prof. Dr. forest. Muhammad Alif KS., S.Hut., M.Si.** dan **Dr. Ir. A. Sadapotto, M.P.** selaku penguji yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini.
3. Bapak/Ibu **Dosen** dan **Staff** Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin terimakasih atas segala ilmu pengetahuan yang telah diberikan dan atas bantuan segala administrasi selama menempuh Pendidikan di Universitas Hasanuddin.
4. Terkhusus kepada **Ersenina : Popppy Gladista Br Perangin-Angin, Puspita Geatri Br Perangin-Angin, dan Ega Netania Br Perangin-Angin** terimakasih atas segala dukungan yang diberikan kepada penulis baik pada saat masa sulit ataupun senang dan terimakasih atas segala perhatian dan

segala motivasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Terkhusus kepada **Sahabat Dokumen Negara : Tari, Nesya, Sasih, Rani, Inca dan Ainun** terima kasih atas bantuan, dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis baik pada masa perkuliahan maupun saat melakukan penelitian dan penyelesaian skripsi ini.
6. Terkhusus saudara **Mas'ud** dan saudari **Imelda dan Tante** yang telah ikut berperan penting dalam penelitian penulis dan terimakasih atas tumpangan dan berkat yang diberikan selama melakukan penelitian, dan terimakasih atas bantuan dan dukungannya yang diberikan kepada penulis.
7. Teman-teman **PDRKU GARIS KERAS** terimakasih selalu mengajak untuk beribadah, dan telah membantu penulis pada saat penelitian dan memberikan dukungan serta semangat dalam penyelesaian skripsi.
8. Teman-teman **Imperium 20**, Keluarga **BarBar** dan keluarga besar **Laboratorium Kebijakan dan Kewirausahaan Kehutanan** yang telah membantu penulis pada saat penelitian serta memberi dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi.
9. Terakhir, penulis mengucapkan terimakasih sebesarnya untuk diri sendiri **Annisa Tisanda Br Perangin-Angin** yang sudah bertahan selama masa perkuliahan ini dengan segala kehidupan roller costernya dan sudah bertahan di lingkungan perantauan ini, semoga tetap mampu maju dalam lingkup pekerjaan dan semoga masa depan yang diinginkan dapat tercapai.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran guna penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan khususnya untuk penulis sendiri.

Makassar, 06 Juni 2024

Annisa Tisanda Br Perangin-Angin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Rantai Pasar Komoditas Kopi	4
2.1.1 Rantai Pasar Komoditas Global	4
2.1.2 Pengaruh Rantai Pasar Komoditas Global terhadap Rantai Pasar Komoditas Daerah.....	5
2.1.3 Rantai Pasar Komoditas Kopi di Indonesia	8
2.2 Peran pedagang perantara dalam suatu rantai pasar	9
2.2.1 Pedagang Perantara	9
2.2.2 Ancaman keberadaan Pedagang Perantara dalam Rantai Pasar	10
2.2.3 Kebaikan atau Peluang dalam Rantai Pasar	11
III. METODE PENELITIAN	13
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	13
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	13
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	14
3.4 Jenis Data	15
3.5 Metode Analisis Data	16
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Rantai Pasar Komoditas Kopi Hutan Kabupaten Toraja Utara.....	17
4.2 Analisis Peran Pedagang Perantara Kopi Hutan di Toraja Utara.....	23
4.3 Kendala	27

V. PENUTUP	29
5.1 Kesimpulan	29
5.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA.....	30
LAMPIRAN	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.	Rantai Pasar Kopi Bengkulu	7
Gambar 2.	Peta Lokasi Penelitian	13
Gambar 3.	Alur Rantai Pasar	17
Gambar 4.	Aluk Coffe	21
Gambar 5.	Media Promosi	22

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.	Proses Pengolahan Kopi	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Pedoman Wawancara	33
Lampiran 2.	Hasil Wawancara	39
Lampiran 2.	Dokumentsi Penelitian	53

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang berkaitan dengan pemanfaatan sumberdaya hayati yang kemudian diolah oleh manusia dan menghasilkan bahan pangan, dan bahan baku industri. Selain itu sektor pertanian berfungsi untuk mengelola lingkungan hidup, meliputi subsektor tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, dan kehutanan (Suharjon et al., 2017). Salah satu subsektor pertanian yang memegang peranan besar untuk produk ekspor adalah perkebunan. Produk perkebunan yang saat ini memiliki kontribusi besar bagi perdagangan Indonesia adalah kopi. Indonesia dikenal oleh dunia sebagai penghasil kopi terbesar nomor empat di dunia pada tahun 2018 setelah negara Brazil, Vietnam, dan Kolombia, di mana pada tahun tersebut areal kopi nasional di Indonesia mencapai 1,24 juta hektar dengan jumlah produksi mencapai 717,9 ribu ton, 60% dari jumlah produksi tersebut diekspor dan sisanya menjadi konsumsi nasional (Martauli, 2018).

Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia dengan daerah penghasil kopi terbesar di Indonesia. Daerah Sulawesi Selatan memiliki letak geografis yang sangat baik bagi perkembangan dan peningkatan produksi tanaman kopi. Toraja Utara merupakan salah satu daerah pegunungan yang berada di provinsi Sulawesi Selatan yang sangat terkenal akan produksi kopinya. Jenis kopi yang paling banyak dibudidayakan adalah kopi arabika (*Coffea arabica*) dan kopi robusta (*Coffea canephora*).

Kopi Toraja khususnya arabika dikenal sebagai kopi *specialty* Toraja (*Toraja Arabica Coffee*) karena rasa dan aromanya yang khas kopi arabika menjadi salah satu kopi yang paling disukai oleh konsumen baik lokal, nasional, maupun internasional. Hal ini dibuktikan dengan ekspor kopi yang meningkat ke berbagai manca negara seperti negara-negara Eropa, USA dan beberapa negara Asia seperti Jepang, Korea Selatan dan Malaysia. Kopi di Indonesia mengalami peningkatan produksi pada tahun 2019-2020 sebesar 1,31%, yaitu dari 752,51 ribu ton hingga menjadi 762,38 ribu ton (Badan Pusat Statistik, 2020).

Peningkatan jumlah ekspor kopi seharusnya menjadi bekal bagi petani untuk dapat memanfaatkan peluang dalam memperbanyak penjualan kopi dan meningkatkan produksi kopi yang akan memberikan dampak bagi peningkatan pendapatan petani. (Winarni et al., 2015) dalam hasil penelitiannya mengatakan bahwa terdapat dua alur pemasaran kopi yang paling dominan yaitu pedagang perantara dan ekspor. Alur penjualan yang berbeda akan berpengaruh pada harga jual kopi, karena pada masing-masing saluran pemasaran memiliki standar harga yang berbeda, dan harga jual kopi tersebut akan mempengaruhi besarnya pendapatan petani kopi yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Petani kopi di Kabupaten Toraja Utara menjual hasil panen kopi kepada pedagang perantara. Pedagang perantara muncul sebagai pihak yang berada di tengah-tengah rantai pasokan dan berperan sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Pedagang perantara terlibat dalam aktivitas distribusi, penyimpanan, transportasi, dan lainnya yang merupakan bagian dari rantai nilai. Hubungan antara produsen dan pedagang perantara dapat dianggap sebagai sebuah kemitraan. Kemitraan ini penting untuk memastikan kelancaran arus barang dan informasi dalam rantai nilai.

Pedagang perantara tidak hanya sebagai lembaga ekonomi yang memfasilitasi perdagangan, namun juga sebagai struktur hubungan sosial, khususnya dalam rantai nilai (Ibnu, 2023). Struktur jaringan sosial mengacu pada pola hubungan dan interaksi antara pedagang perantara dengan produsen dan konsumen dalam rantai nilai. Pedagang perantara membentuk koneksi, berinteraksi, dan berkolaborasi dengan pihak lain dalam rantai nilai, serta memainkan peran penting dalam pertukaran informasi dan membangun kepercayaan (Utami & Gunawan, 2023).

Namun di sisi lain terkadang pedagang perantara dilihat sebagai pihak yang dianggap merugikan khususnya bagi petani karena pedagang perantara yang berperan sebagai pemberi modal kepada petani dengan tujuan agar petani akan terus bergantung kepada pedagang perantara dan akan menjalin kerjasama dalam jangka waktu yang lama (Ambarini et al., 2018).

Penelitian ini memusatkan perhatian kepada pedagang perantara bagi petani dan pasar khususnya di Kabupaten Toraja Utara. Penelitian ini bertujuan untuk

mengidentifikasi peran pedagang perantara dalam rantai pasar komoditas kopi hutan dan menganalisis peluang dan ancaman yang terbentuk akibat adanya pedagang perantara dalam rantai pasar komoditas kopi hutan di Kabupaten Toraja Utara.

1.2 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

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

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

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rantai Pasar Komoditas Kopi

2.1.1 Rantai Pasar Komoditas Global

Rantai komoditas global berfokus pada hubungan antara perusahaan internasional dalam suatu proses produksi, dan menekankan peran perusahaan untuk melakukan integrasi secara fungsional. Rantai komoditas mencakup seluruh rangkaian yang terlibat dalam desain, produksi dan pemasaran produk. Dalam produksi dan perdagangan komoditas diatur pembagian kerja pada agen yang terlibat dalam alur produksi diantaranya yaitu produsen, produsen primer, pengolah/perantara, eksportir, pedagang internasional, industri pengolah, pedagang besar, pengecer, dan konsumen (Sturgeon, 2013).

Pasar global sebagai jaringan pertukaran komoditas sangat berhubungan dengan produsen dan konsumen di seluruh dunia. Rantai dalam hal ini merupakan jaringan dari organisasi yang saling tergantung dan menghubungkan setiap tahapan input, sebagai kombinasi komodita lokal, dan membentuk barang jadi dan dijual ke pasar global. Tujuan dari rantai komoditas adalah untuk melihat jaringan kerja dan relasi dengan melihat proses dari mata rantai satu ke mata rantai lainnya dan juga menggambarkan bagaimana relasi sosial terjalin antar pelaku di dalam rantai. Rantai pasok komoditas ekspor di Indonesia sangat panjang mulai dari petani, pengepul, pedagang besar, eksportir, importir, pengecer dan terakhir konsumen (Ibrahim & Zailani, 2010).

(Lee, 2010) menjelaskan penelitian rantai komoditas global menjelaskan mengenai struktur sosial dan dinamika ekonomi global dengan mengkaji rantai suatu komoditas suatu produk. Rantai komoditas mengacu pada jaringan tenaga kerja dan proses produksi yang menciptakan suatu produk. Ada tiga cakupan yang perlu diketahui dalam rantai komoditas global yaitu bagaimana rantai komoditas global diorganisasikan dan peran siapa yang paling berpengaruh dalam rantai tersebut, bagaimana struktur tata kelola akan mempengaruhi distribusi keuntungan di dalam rantai, dan apa yang menentukan peningkatan aktivitas pelaku rantai.

Berdasarkan hasil penelitian (Yunita, 2021) mengenai struktur tata kelola rantai komoditas pada perdagangan kopi global antara produksi kopi di Indonesia dengan produksi kopi di Vietnam, ada 4 hal yang perlu dilihat mengenai perubahan rantai produksi satu ke rantai lainnya. Pertama, struktur input dan output dimana produktivitas kopi di Indonesia masih jauh tertinggal dengan produksi kopi Vietnam, kedua, keadaan geografis yang berhubungan pada produksi kopi di Vietnam dan Indonesia, ketiga, struktur tata kelola produk kopi Vietnam lebih jelas dan rantai koordinasi yang lebih baik dari hulu hingga hilir bila dibandingkan dengan Indonesia, keempat, lembaga-lembaga yang berkaitan dengan global value chains, Indonesia lembaga-lembaga yang dapat mendukung proses penambahan nilai produk kopi diinisiasi oleh petani dan pelaku usaha kopi sendiri.

(Sari & Tety, 2017) pasar kopi berkembang secara pesat karena adanya peningkatan konsumsi kopi di negara-negara berkembang, selain itu peningkatan konsumsi global juga disebabkan oleh adanya peningkatan minat di negara maju pada *specialty coffee*. Walaupun secara keseluruhan terdapat ekspansi besar industri kopi global, hal ini tidak diikuti oleh keseimbangan pasar ataupun keseimbangan distribusi pendapatan diantara aktor-aktor yang terlibat dalam pasar kopi global. Salah satu permasalahan yang masih perlu mendapatkan perhatian pada studi mengenai industri kopi global adalah kebutuhan akan upaya peningkatan kesejahteraan para produsen kecil seperti petani kopi yang masih mengandalkan sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama mereka.

(Daviron & Ponte, 2005) dalam buku paradox kopi menjelaskan bahwa rantai komoditas kopi global terbagi menjadi tiga segmen yaitu produksi, perdagangan, hingga konsumsi dan sistem pemasaran petani menjual kepada perantara, akan tetapi terjadi ketimpangan nilai antara ketiga segmen dimana produsen menerima pendapatan lebih rendah dibanding aktor lain. Kopi yang berkembang pesat menyebabkan dominasi di negara konsumen dan krisis kopi di negara produsen. dapat dilihat dari negara-negara produsen kopi seperti Uganda, Ethiopia, Honduras telah menunjukkan keunggulan yang relatif tinggi dalam produksi kopi, namun para petani menerima bagian yang semakin berkurang dari harga akhir yang dibayarkan oleh konsumen.

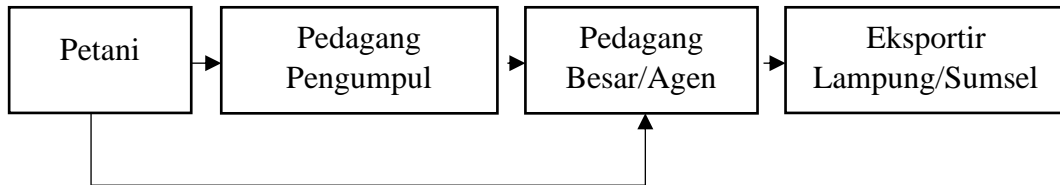
2.1.2 Pengaruh Rantai Pasar Komoditas Global terhadap Rantai Pasar Komoditas Daerah

Pasar Daerah termasuk pasar tradisional dimana menurut Permendagri Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 yang sekarang berubah menjadi pasar rakyat adalah suatu area tertentu tempat bertemunya pembeli dan penjual. Istilah pasar rakyat digunakan untuk menunjukkan tempat berlangsungnya perdagangan oleh masyarakat setempat, sehingga mengandung ciri *indigenous* yang sudah berlangsung dalam waktu sangat lama. *Focal point* pasar rakyat dapat diamati dari pengaruhnya pada pemenuhan hajat hidup masyarakat kecil. Itulah sebabnya pasar rakyat merupakan pilar ekonomi kerakyatan (Rochayatun et al., 2018).

Analisis rantai pasar komoditas daerah dapat dilakukan di pasar tradisional sebagai salah satu pemasok komoditas pertanian. Pasar tradisional sebagai potensi lokal sering digunakan oleh penduduk untuk memasarkan produk pertaniannya, seperti buah-buahan, sayuran, dan tanaman perkebunan. Salah satu komoditas perkebunan yang berpengaruh bagi pasar lokal dan global adalah kopi. Kopi memiliki peranan penting dalam struktur perekonomian Indonesia khususnya dalam bidang ekspor. Besarnya potensi perdagangan kopi Indonesia tersebut dihadapkan pada berbagai tantangan. Salah satunya adalah semakin tingginya tingkat persaingan antar negara produsen memperebutkan pangsa impor di pasar internasional. Hal ini diakibatkan adanya perubahan keseimbangan pasar kopi global, dimana terjadi kecenderungan kelebihan pasokan kopi dunia (Jamil, 2019).

(Fithriyyah et al., 2020) dalam hasil penelitiannya yaitu potensi komoditi kopi dalam perekonomian daerah di Kabupaten Bandung yaitu peranan petani kopi dalam perekonomian nasional cukup penting dengan melihat keberhasilan perkopian Indonesia secara langsung dapat memperbaiki kesejahteraan petani. Kopi sebagai komoditas unggul perkebunan, peran strategis kopi dalam perekonomian Indonesia dapat dilihat melalui kopi sebagai penyumbang devisa negara. Keberhasilan kopi di sektor Nasional akan memberikan dampak positif pada perekonomian daerah terutama di Kecamatan Pagelangan karena komoditas perkebunan kopi di daerah tersebut mengalami pertumbuhan positif yang dapat memperkuat perekonomian daerah.

Hasil penelitian (Listyati et al., 2017) bahwa petani dalam memilih saluran pemasaran pada umumnya didasarkan pada pertimbangan jarak, keterikatan faktor ekonomi (pinjam modal) dan kekerabatan. Berikut merupakan rantai pemasaran kopi di Bengkulu :



Gambar 1. Rantai Pasar Kopi Bengkulu

(Sumber: Listyati et al., 2017)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai pemasaran kopi Robusta di Bengkulu melibatkan petani sebagai produsen, pedagang pengumpul tingkat desa/kabupaten sebagai penampung awal, kemudian menjual ke penampung besar dan eksportir. Saluran pemasaran kopi di Bengkulu dinilai cukup efisien dengan nilai persentase margin pemasaran yang relatif rendah dan merata, serta bagian pendapatan yang diterima oleh petani sebagai produsen lebih dari 50 %. Dari hasil penelitian dengan menjual kopi dalam bentuk beras membuat harga penjualan lebih tinggi karena kopi yang telah diolah oleh petani akan memberikan *farm gate price* yang lebih tinggi bagi petani dan memberikan margin yang lebih merata bagi pelaku pemasaran kopi.

Sebaliknya (Simorangkir & Rosiana, 2022) dalam hasil penelitiannya bahwa di Lampung Barat komoditas kopi Robusta mengalami kesenjangan harga di tingkat produsen ke konsumen, hal ini dibuktikan dengan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat sehingga menimbulkan biaya pemasaran yang lebih tinggi. Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran di Kecamatan Sekincau terbagi menjadi empat saluran pemasaran. Hasil data menunjukkan bahwa saluran pertama yang memiliki rantai paling panjang yang melibatkan lembaga pemasaran yaitu mulai dari petani ke pedagang kecil dan disalurkan kepada pedagang besar dan terakhir kepada eksportir. Secara umum sistem pemasaran kopi di Kecamatan Sekincau masih belum efisien karena sebaran margin yang masih belum merata di setiap lembaga pemasaran. Upaya untuk mengatasi hal tersebut di Kecamatan

Sekicau dengan cara mengoptimalkan fungsi-fungsi pemasaran pada setiap lembaga pemasaran

2.1.3 Rantai Pasar Komoditas Kopi di Indonesia

Kopi merupakan bagian dari rantai pasok, kadang disebut juga sebagai rantai nilai. Rantai ini mewakili masing-masing langkah yang terkait dengan produksi kopi, dimulai dengan pengadaan bahan input utama dan ditutup dengan penggunaan akhir produk. Contoh pemangku kepentingan utama di sepanjang rantai nilai kopi global mencakup petani (petani kecil dan perkebunan), kolektor, pengolah (misalnya, penyangrai), perusahaan ekspedisi, pedagang grosir dan eceran, dan akhirnya konsumen. Komoditas kopi adalah komoditas bernilai jual tinggi dimana penikmatnya tersebar di seluruh penjuru dunia dan Indonesia dikenal sebagai salah satu negara eksportir kopi terbesar. Olahan dari biji kopi itu sendiri selain dijadikan bubuk untuk diseduh menjadi minuman kopi, juga dapat diolah menjadi berbagai macam produk, seperti pengharum ruangan, aksesoris, maupun menjadi produk olahan kreatif lainnya (Rivaldi, 2022).

(Lukas, 2015) menyatakan bahwa pelaku dalam rantai pasok kopi meliputi produsen (petani, koperasi, dan perkebunan), pengolahan, eksportir, importir umumnya berfungsi sebagai penghubung antara kopi di pasar dan pembeli. Beberapa importir bertanggung jawab atas sejumlah layanan seperti asuransi untuk kopi dan opsi keuangan lainnya serta memberikan pengujian kualitas kopi, pembeli aktor paling kuat dalam rantai pasokan, dan lembaga sertifikasi dan non organisasi Pemerintah (LSM).

Rantai Pasok pada pemasaran biji kopi berbeda pada beberapa daerah. Pada daerah yang memiliki industri pengolahan kopi bubuk maka petani bisa menjual biji kopinya ke industri tersebut. Akan tetapi hal ini dipengaruhi oleh mutu biji kopi yang dihasilkan dan jumlah produksi. Bila pada suatu daerah tidak memiliki industri pengolahan kopi bubuk maka petani bisa menjual kepada pedagang pengumpul tingkat desa, seterusnya pedagang tingkat desa menjual ke pedagang pengumpul tingkat kecamatan yang akan menjual kepada eksportir (Taib & Hari, 2019).

Pada rantai pasok terdapat tiga alur yaitu alur barang, alur informasi dan alur uang. Alur barang arahnya dari hulu ke hilir, awalnya dari produsen bahan baku (petani) selanjutnya dijual ke pedagang atau pabrik. Alur uang arahnya dari hilir ke hulu, misalnya dari pedagang ke petani atau dari pabrik ke pedagang. Sedangkan arus informasi bisa dari hulu ke hilir atau sebaliknya dari hilir ke hulu. Informasi tentang harga biasanya dari hilir ke hulu, misalnya informasi harga dari pabrik ke pedagang, atau dari pedagang ke petani. Bisa juga alur informasi dari hulu ke hilir seperti informasi tentang kondisi atau spesifikasi kopi dari petani ke pedagang (Purbantina & Arviani, 2023).

2.2 Peran pedagang perantara dalam suatu rantai pasar

2.2.1 Pedagang Perantara

Pedagang perantara merupakan orang yang bertugas untuk mencari hasil-hasil pertanian untuk dibeli guna memperoleh keuntungan. Selain itu, pedagang perantara yang mempunyai modal yang cukup besar merangkap menjadi pelepas uang, dimana pedagang perantara tersebut memberikan pinjaman modal kepada para petani yang membutuhkan uang untuk usaha pertanian. Pedagang perantara biasanya mencari informasi tentang keberadaan petani dan biasanya mempunyai rantai sistem pemasaran yang dimulai dari adanya penghubung dan pemberi informasi, kemudian hasil dari petani produsen tersebut akan langsung dikumpulkan pada suatu tempat seperti gudang dan akan dijual kepada pedagang lain. Pedagang perantara melalui kemampuan intermediasi dan penguasaan jaringan pemasaran serta kepemilikan barang modal, dapat berperan sebagai *rise taker*, dengan mengambil seluruh produksi pertanian untuk dijual ke konsumen. Melalui penguasaan sistem informasi yang dimiliki oleh pedagang perantara maka semakin leluasa dalam hubungan dengan produsen, konsumen, pemilik mobil sewaan, dan rekan sesama bisnis dalam menunjang kelancaran usaha pembelian dan penjualan (Manangkot et al., 2015).

Perantara dianggap sebagai pelaku yang memfasilitasi, mengoordinasikan, dan mempengaruhi hubungan sosial di seluruh rantai nilai. Perantara dilihat sebagai aktor yang memainkan peran dalam menciptakan, mengelola, atau mempengaruhi titik-titik penghubung dalam jaringan pasokan global, dan memiliki kemampuan

untuk mengubah hubungan sosial. (Barreto Peixoto et al., 2023) dalam hasil penelitiannya bahwa keterlibatan perantara dalam distribusi kopi antara produsen kopi di Colombia dengan pembeli di Austria yang mempromosikan dan meningkatkan ikatan sosial diantara kedua pihak. Keterlibatan perantara ini meliputi menutup kesenjangan struktural karena perantara menjadi penghubung antara aktor-aktor dalam rantai pasok kopi, selain itu perantara sebagai penerjemah di antara kedua negara. Keterlibatan ini membuat pelaku hilir (pembeli di Eropa) untuk mengenal produsen dan kopinya seperti kondisi pertanian yang menghasilkan kualitas tertentu, dan pelaku hulu (produsen Kolombia) yang mendapatkan informasi mengenai kualitas seperti apa yang disukai oleh konsumen.

2.2.2 Ancaman keberadaan Pedagang Perantara dalam Rantai Pasar

Jalur distribusi produk dari produsen ke konsumen akhir yang terdiri dari satu atau lebih rantai pemasaran, umumnya harus melalui beberapa pedagang perantara. Seperti jalur distribusi komoditas pada umumnya, padi dan palawija sebelum diterima konsumen akhir harus melalui banyak pedagang pada setiap mata rantai pemasaran, yang masing-masing mengutip keuntungan, sehingga memperbesar margin harga komoditas dari tingkat petani ke tingkat eceran. Margin harga antara produsen dan konsumen pada kualitas yang ekuivalen merupakan indikator efektivitas dan efisiensi kegiatan pemasaran komoditas (Megasari, 2019).

Sistem jual beli pada petani di desa seringkali bergantung pada seorang pedagang perantara. Berdasarkan hasil penelitian (Hardiyanto, 2015) dalam studinya menjelaskan bahwa pedagang perantara berperan dalam memberi modal kepada petani. Hal ini yang membuat petani menjadi sangat bergantung kepada pedagang perantara. Dalam studi tersebut pedagang perantara memanfaatkan posisi sebagai pemberi modal pada petani. Hal tersebut digunakan pedagang perantara dalam mengikat petani agar terus menjual hasil panen kepadanya. Pedagang perantara sangat memanfaatkan masa-masa gagal panen karena pada saat itu harga hasil panen anjlok dan petani akan kehabisan modal dalam penanaman selanjutnya.

(Oguoma et al., 2010) dalam hasil penelitiannya bahwa intervensi pedagang perantara dalam menaikkan harga bagi konsumen merupakan salah satu faktor pembatas produksi pertanian. Petani menghadapi biaya produksi yang tinggi dalam

upaya mereka untuk meningkatkan produksi namun sulit mendapatkan harga yang adil untuk produk mereka dari pedagang perantara, yaitu pembeli massal dari tingkat petani. Keuntungan sesungguhnya diberikan kepada pedagang perantara yang membeli produk pertanian dengan harga yang hampir sama dan menjualnya dengan harga yang sangat mahal kepada konsumen. Sikap perantara ini telah membuat investor berhenti untuk terjun ke bidang pertanian, karena pedagang perantara yang membawa Sebagian besar keuntungan tersebut. Oleh karena itu, aktivitas perantara nampaknya merupakan ancaman terhadap sektor pertanian.

2.2.3 Kebaikan atau Peluang dalam Rantai Pasar

Perdagangan global komoditas pertanian telah meningkat dalam beberapa dekade terakhir, sehingga menciptakan peluang pertumbuhan ekonomi di banyak wilayah di dunia. Namun, bagi petani kecil yang memproduksi komoditas yang diperdagangkan di pasar global, terdapat beragam bukti mengenai dampak ekonomi yang positif, khususnya pada produksi kopi. Bukti empiris menunjukkan bahwa rantai nilai global merupakan pendorong pertumbuhan pendapatan dan pembangunan di negara-negara berkembang. Sebagaimana dikemukakan dalam keadaan pasar komoditas global pertanian 2020, perdagangan global, pasar yang berfungsi dengan baik dengan hambatan perdagangan yang lebih rendah, peluang untuk peningkatan teknologi, dan akses terhadap pasar dapat memacu pembangunan berkelanjutan (Fromm, 2023).

Salah satu gejala yang terjadi di Indonesia pada bidang pertanian sejak dahulu kala adalah tengkulak (pemilik modal) selalu di pandang memiliki peran negatif dalam pemasaran pertanian. Padahal peran tengkulak tersebut tidak selalu bersifat negatif, tengkulak juga memiliki sisi positif. Salah satu peran penting tengkulak dalam aspek ekonomi dijelaskan oleh (Achwan, 2014) yang menyatakan bahwa tengkulak sebagai penggerak roda ekonomi di wilayah setempat. Tengkulak memiliki peran penting dalam sistem pemasaran pertanian karena tengkulak memiliki jaringan sosial yang luas.

(Ibnu, 2023) menyatakan bahwa pasar, struktur rantai nilai, dan kerjasama antar aktor dan koordinasi kegiatan dalam rantai nilai memberikan peluang kepada petani. selain itu, dengan meningkatkan standar dan sertifikasi dapat memberikan

peluang secara efektif menghubungkan petani dengan pasar dan dapat memberikan aliran informasi yang lebih baik tentang harga dan permintaan konsumen. Salah satu tujuan standar dan sertifikasi adalah untuk menciptakan rantai komoditas alternatif yang lebih pendek dan lebih relasional. Rantai yang lebih pendek akan membebaskan modal untuk didistribusikan kembali kepada petani dalam bentuk harga yang lebih tinggi, lebih adil, dan menjalin lebih banyak hubungan langsung antara produsen dan konsumen