

Kontribusi Pemasaran Komoditas Kopi terhadap Perekonomian di Desa Gunung Sari

 **Andi Danata^{1*}, Ayu Dian Pratiwi P², Ihsan Mustofa³, Astri Shabrina^{4*}, Ainun Sylvi Asya⁵**

^{1,3,5} Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Lampung, Lampung, Indonesia

² Politeknik Negeri Ketapang, Kalimantan Barat, Indonesia

⁴ Politeknik Negeri Lampung, Lampung, Indonesia

 andidanataar@gmail.com^{*}, ayu@itsnulampung.ac.id, ihsanmustofa790@gmail.com, astrishabrina@polinela.ac.id^{*}, ainunasya0@gmail.com

Article Information:

Received April 22, 2025

Revised Mei 18, 2025

Accepted Juni 09, 2025

Keywords: *coffee marketing, qualitative descriptive, farmers, price fluctuation, market information, village community*

Abstract

This study explores the impact of coffee marketing on the economic wellbeing of farmers in Gunung Sari Village, Ulubelu Subdistrict, Tanggamus Regency, using a qualitative descriptive method. Data collection involved open-ended questionnaires, comprehensive interviews with farmers, and firsthand observations in the field. The research reveals the real struggles faced by farmers coping with ongoing fluctuations in coffee prices. Many farmers feel their earnings are insufficient due to frequent price changes and their strong reliance on middlemen who serve as the main intermediaries in the coffee marketing chain. Additionally, limited access to market price information weakens the farmers' bargaining power, making it difficult for them to secure fair prices. Findings indicate that coffee marketing has not yet achieved its full potential to enhance farmers' income. Key barriers such as price volatility, middlemen dominance, and limited information access need urgent resolution. The study suggests that local authorities, market participants, and farmer groups should actively work together to improve access to pricing information and promote transparency in marketing processes. These efforts are expected to help farmers increase their income and welfare, thereby positively contributing to the village's economic development.

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pertanian di Indonesia telah memberikan banyak manfaat yang nyata melalui berbagai hasil pembangunan yang telah dicapai hingga saat ini. Hal ini tidak lepas dari fakta bahwa Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah, sehingga membuka peluang besar bagi pertumbuhan usaha pertanian, termasuk budidaya tanaman kopi. Kopi sendiri merupakan salah satu komoditas perkebunan yang banyak digeluti oleh para petani. Hal ini disebabkan oleh tingginya nilai ekonomi dan keuntungan yang dapat diperoleh dari komoditas tersebut (Tambunan, 2003).

Tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap produk olahan kopi ditunjukkan dengan peningkatan konsumsi kopi dalam negeri sebesar 8,5%. Mengingat tingkat konsumsi kopi yang tinggi di Indonesia, industri kopi memiliki prospek yang sangat baik untuk berkembang setiap tahun. Kopi merupakan salah satu komoditas yang memberikan sumbangan yang cukup besar bagi devisa negara, menjadi produk ekspor dari sektor perkebunan yang mempunyai peran penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Pada mata rantai

produksi kopi, mulai dari petani yang menghasilkan biji kopi, roaster yang berperan penting dalam proses penyangraian, barista yang bekerja dalam penyeduhan kopi, dan segala jenis pekerjaan yang berkaitan dengan proses pemasaran kopi merupakan pemilik peran dalam peningkatan ekonomi masyarakat Indonesia. Terdapat dua spesies tanaman kopi yang dikembangkan di Indonesia, yaitu kopi arabika dan kopi robusta (Rahardjo, 2012).

Provinsi Lampung dengan kontribusi pemasaran kopi perkebunan rakyat tertinggi di Indonesia. Provinsi Lampung mencatat jumlah produksi kopi di daerah setempat pada tahun 2024 sebanyak 141.918 ton. Angka tersebut meningkat 36.111 ton dibandingkan jumlah produksi tahun 2023 yang sebanyak 105.807. Kabupaten Lampung Barat menjadi daerah dengan penghasil kopi terbanyak selama 2024 yakni 62.980 ton, diikuti Tanggamus 35.622 ton, Way Kanan 18.623 ton, Lampung Utara 18.338 ton, Pesisir Barat 3.359 ton, dan Pesawaran 1.365 ton. Pringsewu 696 ton, Lampung Selatan 355 ton, Lampung Tengah 305 ton, Lampung Timur 233 ton, Tulang Bawang 21 ton, Bandar Lampung 18 ton, Tulang Bawang Barat 3 ton dan Mesuji 1 ton (BPS, 2025).

Kopi merupakan salah satu komoditas utama yang berperan penting dalam menopang perekonomian desa-desa pertanian di Indonesia, termasuk Desa Gunung Sari. Desa Gunung Sari memiliki kondisi geografis yang berada di daerah pegunungan dengan bentang alam dan kondisi cuaca yang dingin, yang menjadikan daerah ini kaya akan sumber daya alam salah satunya tanaman kopi. Hal inilah yang menjadikan kopi sebagai usaha petani di Desa Gunung Sari dan menjadi salah satu sumber mata pencaharian. Desa Gunung Sari sangat cocok untuk bertani kopi karena memiliki geografis dan iklim yang ideal bagi pertumbuhan tanaman kopi. Wilayah ini terletak di daerah pegunungan dengan tanah yang subur dan ketinggian yang mendukung, sehingga tanaman kopi dapat tumbuh dengan baik dan menghasilkan kualitas biji yang baik pula. Selain itu, Desa Gunung Sari dan sekitarnya merupakan salah satu sentra produksi kopi terbesar di Kabupaten Tanggamus, dengan luas lahan yang cukup luas dan produktivitas yang terus meningkat.

Meskipun mempunyai potensi yang besar, petani kopi di Desa Gunung Sari menghadapi berbagai masalah dalam memasarkan hasil panen mereka. Salah satu kendala utama adalah ketidakstabilan harga kopi yang sering berfluktuasi. Harga kopi kerap turun secara signifikan, terutama ketika musim panen raya tiba, sehingga menyebabkan pendapatan petani menjadi tidak menentu. Selain itu, para petani juga sangat bergantung pada pengepul untuk menjual hasil panen mereka. Terbatasnya akses ke pasar lain membuat petani hanya memiliki satu saluran penjualan, sehingga posisi tawar mereka menjadi sangat lemah. Akibatnya, harga kopi sering kali ditetapkan sepihak oleh pengepul, sehingga pendapatan yang diterima petani tidak optimal. Masalah lain yang dihadapi adalah kurangnya akses petani terhadap informasi harga pasar. Sebagian besar petani hanya memperoleh informasi harga dari pengepul tanpa adanya sumber informasi lain untuk dijadikan perbandingan. Kondisi tersebut membuat petani tidak memiliki acuan harga yang cukup dan kesulitan dalam membuat keputusan ekonomi yang menguntungkan. Desa Gunung Sari, meskipun menjadi sumber penghasilan utama bagi masyarakat setempat, petani kopi menghadapi banyak tantangan dalam pemasaran produknya. Faktor seperti fluktuasi harga yang dinamis, dominasi pengepul sebagai pemasok utama, serta keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap informasi harga pasar, berdampak langsung pada pendapatan dan kesejahteraan petani. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi kendala utama dalam pemasaran kopi dan bagaimana hal tersebut memengaruhi kondisi ekonomi masyarakat petani di Desa Gunung Sari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Umur

Hasil penelitian pada Tabel 1. Menunjukkan bahwa distribusi usia responden pada rentan usia muda hingga lansia dengan konsentrasi terbesar pada kelompok usia 20-25 tahun dan 44-49 tahun, masing masing sebesar 24% dan 20%. Kelompok usia produktif muda (26-31 tahun) juga cukup

signifikan, mencapai 20%, menandakan partisipasi aktif dari generasi muda dalam studi ini. Adapun responden dengan usia lebih tua, terutama diatas 61 tahun, relative sedikit, hanya sekitar 2%, mencerminkan bahwa populasi lansia dalam sampel ini lebih terbatas.

Tabel 1. Sebaran responden berdasarkan usia.

Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
20-25	12	24,0%
26-31	10	20,0%
32-37	6	12,0%
38-43	4	8,0%
44-49	10	20,0%
50-55	4	8,0%
56-61	3	6,0%
>61	1	2,0%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.

Jenis kelamin

Hasil penelitian pada Tabel 2. Menunjukan bahwa jumlah responden laki-laki jauh lebih banyak dibandingkan dengan perempuan, yakni 84% dari total sampel. Hal ini menunjukan bahwa kelompok laki-laki mendominasi responden dalam penelitian ini sementara perempuan hanya 16%. Kondisi ini terjadi karena laki-laki lebih dominan dalam Bertani kopi karena pekerjaan di perkebunan kopi sering kali membutuhkan tenaga fisik yang cukup besar, seperti memanen, memangkas tanaman, dan mengangkut hasil panen.

Tabel 2. Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin

Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase%
Laki-Laki	42	84%
Perempuan	8	16%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.

Lamanya Menjadi Petani Kopi

Hasil penelitian pada Tabel 3. Menunjukan bahwa sebagian responden memiliki pengalaman menjadi petani kopi antara 0 hingga 10 tahun, yaitu sekitar 58% dari total responden. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden termasuk dalam kelompok dengan pengalaman relatif baru hingga menengah dalam usaha tani kopi. Sebanyak 32% responden lainnya memiliki pengalaman antara 11 hingga 20 tahun, yang menggambarkan adanya responden dengan tingkat keahlian dan pengetahuan lebih matang dalam Bertani kopi. Sedangkan responden dengan pengalaman lebih dari 20 tahun hanya sekitar 10%, menandakan bahwa kelompok responden yang berpengalaman cukup sedikit.

Tabel 3. Sebaran responden berdasarkan lamanya menjadi petani kopi

Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase%
0-5	15	30%
6-10	14	28%
11-15	9	18%
16-20	7	14%
21-25	2	4%
>25	3	6%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.

Luas Lahan Kopi

Hasil penelitian pada table 4. Menunjukkan bahwa mayoritas responden mengelola lahan kopi dengan luas antara 1 hingga 2 hektar, yaitu sekitar 44% dari total sampel. Kemudian, 38% responden memiliki lahan dengan luas kurang dari atau sama dengan 1 hektar, yang menunjukkan bahwa sebagian besar petani tergolong petani kecil. Sementara itu, hanya sekitar 18% responden yang memiliki lahan dengan luas lebih dari 2 hektar, mencerminkan skala usaha tani kopi yang lebih besar namun jumlahnya relative sedikit. Variasi luas lahan ini memberikan gambaran tentang keberagaman kapasitas dan potensi produksi para responden dalam usaha tani.

Jenis kopi yang ditanam

Hasil penelitian pada Tabel 5. Menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menanam kopi robusta (52%), dan sebagian besar lainnya (42%) memilih menanam kombinasi robusta dan arabika, sementara hanya sedikit (6%) yang menanam arabika saja.

Tabel 4. Sebaran responden berdasarkan luas lahan kopi

Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase%
≤ 1 Hektar	19	38%
>1-2 Hektar	22	44%
>2-3 Hektar	3	6%
>3-4 Hektar	2	4%
>4 Hektar	4	8%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.

Tabel 5. Sebaran responden berdasarkan jenis kopi yang ditanam

Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase%
Robusta	26	52%
Arabika	3	6%
Robusta dan Arabika	21	42%

Jumlah	50	100%
--------	----	------

Sumber: Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.

Pendapatan Dari Kopi Per Tahun

Hasil penelitian pada Tabel 6. Menunjukkan bahwa mayoritas responden (52%) memperoleh pendapatan dari kopi antara 51 juta hingga 100 juta rupiah per tahun, menunjukkan bahwa sebagian besar usaha tani kopi berada pada skala kecil menengah dengan hasil yang cukup menguntungkan. Sekitar 26% responden mendapatkan dikisaran 21-50 juta rupiah, sementara hanya sedikit yang berpendapatan dibawah 20 juta atau diatas 150 juta rupiah. Hal ini sejalan dengan penelitian Hikayat (2023) yakni distribusi pendapatan ini mencerminkan kondisi umum usaha tani kopi rakyat di Indonesia, dimana pendapatan bervariasi tergantung luas lahan, produktivitas, dan harga pasar kopi.

Tabel 6. Sebaran responden berdasarkan pendapatan dari kopi per tahun

Kategori	Jumlah (Responden)	Persentase%
≤ 20 Juta	4	8%
21-50 Juta	13	26%
51-100 Juta	26	52%
101-150 Juta	6	12%
>150 Juta	1	2%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.

Variabel X1 (fluktuasi harga kopi)

Hasil penelitian pada Tabel 7. Menunjukkan bahwa sebagian besar responden (72%) mengalami fluktuasi harga kopi pada tingkat sedang, dan 28% dalam kategori tinggi. Tidak ada responden yang mengalami fluktuasi harga kopi pada tingkat rendah. Ini menunjukkan bahwa mayoritas petani sangat merasakan adanya ketidakstabilan harga kopi. Harga yang sering berubah tanpa bisa diprediksi, terlebih saat musim panen raya, menjadi salah satu kendala utama dalam pemasaran hasil pertanian mereka. Hal ini mencerminkan bahwa fluktuasi harga merupakan masalah nyata yang cukup mengganggu kestabilan penghasilan para petani kopi.

Tabel 7. Sebaran responden berdasarkan fluktuasi harga kopi

Kategori	Frekuensi	Persentase%
Rendah	0	0%
Sedang	36	72%
Tinggi	11	28%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.

Variabel X2 (ketergantungan pada pengepul)

Hasil penelitian pada Tabel 8. Menunjukkan bahwa mayoritas responden (82%) memiliki ketergantungan pada pengepul dalam tingkat sedang, sementara hanya 16% dalam kategori tinggi dan hanya satu responden (2%) tergolong kategori rendah. Mayoritas responden menilai

ketergantungan pada pengepul masih sangat besar. Petani umumnya hanya memiliki satu jalur penjualan yaitu melalui pengepul sehingga posisi tawar mereka menjadi sangat lemah. Situasi ini memperlihatkan bahwa pasar belum terbuka secara luas bagi petani, dan akses ke pasar yang lebih kompetitif masih sangat terbatas. Dengan kata lain, ketergantungan terhadap pengepul masih menjadi faktor yang signifikan mempengaruhi proses pemasaran dan pendapatan petani.

Tabel 8. Sebaran responden berdasarkan ketergantungan pada pengepul

Kategori	Frekuensi	Persentase%
Rendah	1	2%
Sedang	41	82%
Tinggi	8	16%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.

Variabel X3 (kurangnya informasi harga pasar)

Hasil penelitian pada Tabel 9. Menunjukkan bahwa sebagian responden (94%) mengalami kurangnya informasi harga pasar dalam tingkat sedang. Hanya 1 orang (2%) tergolong tinggi, dan 2 orang (4%) berada dalam kategori rendah. Hal ini mengidentifikasikan bahwa petani tidak memiliki akses informasi yang memadai mengenai harga pasar kopi. Keterbatasan informasi ini menyebabkan mereka sulit membandingkan harga di berbagai tempat atau mengambil keputusan yang lebih menguntungkan secara ekonomi. Kondisi ini membuat petani lebih pasif dalam proses penjualan karena hanya mengandalkan informasi dari pengepul, bukan dari sumber pasar yang lebih luas.

Variabel Y (Pendapatan dari kopi per tahun)

Hasil penelitian pada Tabel 10. Menunjukkan bahwa sebagian besar responden (60%) memiliki pendapatan dalam kategori sedang yaitu sebanyak 30 orang atau 60% dari total 50 responden. Sementara itu, 17 responden atau 34% berada pada kategori pendapatan rendah. Hanya sebagian kecil responden, yaitu 3 orang atau sekitar 6%, yang memiliki pendapatan tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada tingkat pendapatan menengah, sedangkan kelompok dengan pendapatan tinggi sangat sedikit. Hal ini mengidentifikasi bahwa tingkat kesejahteraan atau penghasilan responden secara umum cenderung berada pada level menengah.

Tabel 9. Sebaran responden berdasarkan kurangnya informasi harga pasar

Kategori	Frekuensi	Persentase%
Rendah	2	4%
Sedang	47	94%
Tinggi	1	2%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.

Tabel 10. Sebaran responden berdasarkan Pendapatan dari kopi per tahun

Kategori	Frekuensi	Persentase%
Rendah	17	34%
Sedang	30	60%
Tinggi	3	6%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.

Hasil penelitian yang dilakukan di Desa Gunung Sari mengungkap bahwa sistem pemasaran kopi yang diterapkan oleh petani belum berjalan secara optimal dan berdampak signifikan terhadap kondisi ekonomi mereka. Terdapat tiga persoalan utama yang menjadi hambatan dalam proses pemasaran, yaitu ketidakstabilan harga kopi, ketergantungan terhadap pengepul, serta keterbatasan akses terhadap informasi harga pasar. Berikut penjabaran masing-masing permasalahan tersebut:

Ketidakstabilan Harga Kopi

Fluktuasi harga menjadi salah satu hambatan terbesar yang dirasakan petani. Mereka menghadapi kondisi harga yang cenderung menurun saat panen raya akibat melimpahnya hasil produksi. Situasi ini membuat pendapatan mereka tidak menentu dan menyulitkan dalam merancang strategi usaha atau pengembangan jangka panjang. Di sisi lain, beban biaya produksi seperti pembelian pupuk dan upah tenaga kerja terus meningkat, namun tidak diimbangi oleh harga jual yang memadai. Akibatnya, keuntungan yang diperoleh petani menjadi sangat kecil, bahkan tidak jarang merugi, yang berdampak pada menurunnya kesejahteraan keluarga petani.

Ketergantungan terhadap Pengepul

Petani di Desa Gunung Sari pada umumnya hanya memiliki satu jalur penjualan, yaitu melalui pengepul. Keterbatasan akses ke pasar lain menyebabkan mereka tidak memiliki pilihan selain menjual langsung kepada pihak pengepul, yang cenderung menetapkan harga secara sepihak. Kondisi ini menciptakan ketimpangan posisi tawar, di mana petani harus menerima harga rendah karena tidak ada alternatif lain. Ketergantungan ini membuat petani sulit meningkatkan penghasilan karena tidak adanya mekanisme persaingan harga yang adil atau sistem pemasaran yang lebih terbuka.

Terbatasnya Informasi Harga Pasar

Banyak petani masih bergantung pada informasi harga yang diberikan oleh pengepul tanpa mengetahui kondisi pasar secara luas. Minimnya pengetahuan dalam mengakses informasi secara digital serta keterbatasan infrastruktur seperti jaringan internet di wilayah pedesaan menjadi kendala utama. Akibat dari keterbatasan ini, petani tidak memiliki acuan harga yang objektif untuk menentukan nilai jual hasil panennya. Hal ini memperlemah posisi mereka dalam bernegosiasi dan menyebabkan pendapatan yang diperoleh tidak mencerminkan nilai pasar yang sebenarnya.

KESIMPULAN

Penelitian di Desa Gunung Sari menunjukkan bahwa sistem pemasaran kopi belum berjalan dengan efektif, sehingga pendapatan petani tetap rendah. Terdapat tiga kendala utama yang menghambat, yaitu harga kopi yang sering berfluktuasi dan tidak stabil, ketergantungan petani pada pengepul karena akses pasar yang terbatas, serta kurangnya transparansi informasi harga. Ketiga faktor tersebut melemahkan daya tawar petani dan menghalangi perkembangan usaha tani secara ekonomi.

Petani diharapkan dapat lebih aktif dalam berkomunikasi dan bertukar informasi mengenai harga agar tidak tergantung sepenuhnya pada pengepul. Pemerintah desa perlu memberikan

dukungan untuk memperluas akses terhadap informasi pasar dan teknologi serta pembentukan kelembagaan petani. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggali solusi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik dan kondisi di daerah pedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Tambunan, Tulus T.H. 2003. *Perkembangan sektor pertanian di Indonesia: beberapa isu penting*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2025). *Statistik Perkebunan Indonesia*. Provinsi Lampung.
- Hikayat, Y., Noor, T. I., & Setia, B. (2023). Struktur dan distribusi pendapatan rumah tangga petani kopi di Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 10(3), 45-58.
- Rahardjo, P. (2012). *KOPI (Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusa)*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sumber Pribadi . Data primer, hasil olahan penelitian, 2025.