

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama sebagai penyedia bahan pangan, lapangan kerja, dan sumber utama pendapatan masyarakat pedesaan. Salah satu subsektor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia adalah subsektor perkebunan. Komoditas unggulan seperti kelapa sawit, karet, kakao, dan kopi merupakan sumber devisa penting serta berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Pusdata Pertanian, 2022).

Kopi menjadi salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan peranan penting dalam ekspor nonmigas Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Pertanian, Indonesia termasuk dalam lima besar negara penghasil kopi dunia, setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Produksi kopi nasional didominasi oleh jenis Robusta, dan sebagian besar dihasilkan oleh perkebunan rakyat.

Permasalahan utama dalam sistem pemasaran kopi di tingkat petani terletak pada panjangnya rantai pemasaran dan ketidakseimbangan kekuatan pasar antar pelaku. Setiap lembaga pemasaran yang terlibat, mulai dari pengumpul desa, pedagang besar, hingga eksportir memperoleh margin keuntungan tertentu yang menyebabkan perbedaan harga signifikan antara pasar produsen dan konsumen (Simorangkir & Rosiana, 2022). Kondisi ini menunjukkan adanya kemungkinan ketidaksempurnaan transmisi harga (*asymmetric price transmission*), di mana

perubahan harga di pasar konsumen tidak sepenuhnya ditransmisikan ke pasar produsen atau petani.

Transmisi harga menggambarkan sejauh mana perubahan harga di satu tingkat pasar mempengaruhi tingkat harga di pasar lainnya. Jika transmisi harga berjalan sempurna, maka setiap perubahan harga di pasar konsumen akan diikuti oleh perubahan yang proporsional di tingkat petani. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa transmisi harga pada komoditas kopi di Indonesia cenderung tidak simetris, terutama karena faktor kekuatan tawar pelaku pasar dan struktur rantai distribusi yang panjang (Nasution & Rahmanta, 2022). Ketika harga di pasar konsumen naik, harga di tingkat petani sering kali tidak meningkat secara seimbang, tetapi ketika harga turun, petani justru lebih cepat merasakan dampaknya.

Selain masalah transmisi harga, efisiensi sistem pemasaran kopi juga menjadi perhatian penting. Efisiensi pemasaran menunjukkan sejauh mana sistem distribusi mampu meminimalkan biaya pemasaran dan memberikan nilai tambah secara proporsional bagi semua pihak yang terlibat. Menurut Juliaviani *et al.* (2022), biaya transaksi seperti waktu, tenaga, dan informasi harga berpengaruh signifikan terhadap pilihan saluran pemasaran yang digunakan petani. Dengan kata lain, semakin tinggi biaya transaksi yang harus dikeluarkan petani, semakin kecil peluang mereka untuk memperoleh harga yang kompetitif di pasar.

Rantai pemasaran yang panjang dan ketidakseimbangan posisi tawar antara petani dan pedagang menyebabkan margin pemasaran yang tinggi serta bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menjadi rendah (Simorangkir &

Rosiana, 2022). Fenomena ini juga berkaitan dengan transmisi harga (*price transmission*), yaitu sejauh mana perubahan harga di pasar konsumen ditransmisikan ke tingkat petani.

Menurut Meyer & Cramon-Taubadel (2018), transmisi harga yang tidak sempurna dapat mengindikasikan adanya struktur pasar yang oligopsonistik di mana pedagang besar memiliki kekuatan dalam menentukan harga di tingkat produsen. Penelitian Nasution & Rahmanta (2022) menunjukkan bahwa transmisi harga kopi di beberapa wilayah produsen Indonesia bersifat asimetris harga petani lebih cepat turun ketika harga konsumen menurun, namun tidak naik secara proporsional ketika harga konsumen meningkat.

Provinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu sentra utama produksi kopi Robusta di Indonesia. Berdasarkan data Outlook Kopi Indonesia 2022 yang diterbitkan oleh Badan Pusat Data dan Informasi Pertanian (2022), Sumatera Selatan berkontribusi sekitar 31 persen terhadap total produksi kopi nasional. Perkebunan kopi di provinsi ini tersebar di beberapa kabupaten, terutama Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU), OKU Selatan, dan OKU Timur.

Data statistik menunjukkan bahwa dalam lima tahun terakhir, kinerja produksi kopi di Sumatera Selatan menunjukkan tren yang relatif meningkat. Luas areal perkebunan kopi meningkat dari 248.831 ha pada tahun 2017 menjadi sekitar 252.140 ha pada tahun 2021, dengan produksi yang naik dari 184 ribu ton pada 2017 menjadi sekitar 199 ribu ton pada 2021 (BPS Sumatera Selatan, 2022; Databoks, 2021). Produktivitas kopi di provinsi ini rata-rata mencapai 850 kg/ha per tahun, yang masih lebih rendah dibandingkan dengan produktivitas di beberapa

negara produsen utama lainnya, seperti Vietnam yang mencapai di atas 2 ton/ha (Pusdata Pertanian, 2022).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun Sumatera Selatan memiliki potensi besar dalam produksi kopi, namun masih terdapat kendala dalam meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran. Di Kabupaten OKU Selatan khususnya Desa Tanjung Kari, Kecamatan Pulau Beringin sebagian besar masyarakat menggantungkan sumber penghidupan pada usahatani kopi Robusta. Hasil panen umumnya dijual kepada pedagang pengumpul di tingkat desa dengan sistem harga yang ditentukan sepihak, karena petani cenderung tidak memiliki informasi harga pasar yang memadai serta akses langsung ke pasar besar.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa sistem pemasaran kopi di tingkat petani belum sepenuhnya efisien dan adil. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai saluran pemasaran, margin dan efisiensi pemasaran, serta transmisi harga kopi di Desa Tanjung Kari sebagai salah satu sentra penghasil kopi di Kabupaten OKU Selatan.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana saluran pemasaran kopi yang terdapat di Desa Tanjung Kari Kecamatan Pulau Beringin?
2. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran kopi di Desa Tanjung Kari?
3. Bagaimana transmisi harga kopi dari tingkat pedagang ke tingkat petani di Desa Tanjung Kari?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis saluran pemasaran kopi yang terdapat di Desa Tanjung Kari Kecamatan Pulau Beringin.
2. Menilai tingkat efisiensi pemasaran kopi berdasarkan margin dan biaya pemasaran yang terjadi.
3. Menganalisis transmisi harga kopi antara pasar konsumen dan pasar produsen di Desa Tanjung Kari.

Sedangkan kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis: Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu di bidang agribisnis, khususnya dalam kajian pemasaran dan transmisi harga komoditas pertanian.
2. Manfaat Praktis: Menjadi sumber informasi bagi petani, pedagang, dan lembaga terkait mengenai kondisi nyata sistem pemasaran kopi dan tingkat efisiensinya.
3. Manfaat Kebijakan: Memberikan masukan bagi pemerintah daerah dan instansi terkait dalam perumusan kebijakan pengembangan agribisnis kopi yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan petani dan efisiensi pasar.