

ANALISIS PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI KECAMATAN GANGGA KABUPATEN LOMBOK UTARA

ANALYSIS OF ROBUSTA COFFEE MARKETING IN GANGGA SUBDISTRICT, NORTH LOMBOK REGENCY

Maulfi Syakirin^{*}, Anas Zaini^{**}, Ibrahim^{**}

(^{*}). Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram(^{**}).

Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis saluran pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara, (2) Menganalisis margin pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara, dan (3) Menganalisis kendala pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah petani dan pelaku pemasaran pada kopi robusta di Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Gangga, Desa Genggeling dan Desa Rempek Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara. Penentuan lokasi sampel ditentukan secara purposive sampling dan jumlah responden ditentukan dengan teknik quota sampling 30 orang. Penentuan responden petani dilakukan dengan Accidental Sampling dan responden pedagang ditentukan dengan metode Snowball Sampling. Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran kopi robusta di Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara yakni : saluran I : Petani – Pedagang Pengepul Desa – Pedagang Antar Pulau – konsumen Akhir (Luar Pulau), dan saluran II : Petani – pedagang Antar Pulau – konsumen akhir (Luar Pulau). Margin pemasaran kopi robusta di Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara yakni : saluran I : Total margin pemasaran yang diperoleh adalah Rp. 8.250/Kg, dan keuntungan pemasaran Rp. 7.550/Kg dan saluran II : Total margin pemasaran yang diperoleh adalah Rp. 6.750/Kg dan keuntungan pemasaran sebesar Rp. 6.350/Kg. Kendala dalam pemasaran kopi robusta di Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara yaitu; pada musim penghujan terjadi keterlambatan pada proses pengeringan sehingga mengakibatkan keterlambatan pula dalam proses penjualan biji kopi robusta dan kondisi akses jalan yang kurang memadai membuat petani mengalami keterlambatan dalam proses penyaluran.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Margin, Kendala

ABSTRACT

The aims of this study were (1) to analyze the marketing channels for Robusta Coffee in Gangga District, North Lombok Regency, (2) to analyze the marketing margins of Robusta Coffee in Gangga District, North Lombok Regency, and (3) to analyze the marketing constraints for Robusta Coffee in Gangga District, North Lombok Regency The method used is descriptive method. The malisis unit in this study were farmers and marketers for robusta coffee in Gangga District, North Lombok Regency. This research was conducted in Gangga District, Genggeling Village and Rampek Village, Gangga District, North Lombok Regency. Determination of the location of the sample was determined by purposive sampling and the number of respondents was determined by the quota sampling technique of 30 people. Determination of farmer respondents was carried out by accidental sampling and trader respondents were determined by the Snowball Sampling method. The results showed that there were two marketing channels for Robusta coffee in Gangga District, North Lombok Regency, namely channel I Farmers - Village Collectors Inter-Island Traders - Final consumers (Outside Islands), and channel II Farmers - Inter-Island traders - Final consumers (Outside Islands) Margin the marketing of robusta coffee in Gangga District, North Lombok Regency, namely channel 1: The total marketing margin obtained was IDR 8,250Kg. and marketing

profit Rp. 7,550/Kg and channel II The total marketing margin obtained is Rp. 6,750 Kg and a marketing profit of IDR 6,350 Kg Constraints in marketing Robusta coffee in Gangga District, North Lombok Regency, namely during the rainy season there is a delay in the drying process which results in delays in the process of selling Robusta coffee beans and inadequate road access conditions causing farmers to experience delays in the distribution process

Key Words: Marketing Channels, Margins, Constrains

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pertanian di Indonesia sangat dirasakan manfaatnya lewat hasil-hasil pembangunan yang telah dicapai selama ini. Hal ini tidak dapat dipungkiri mengingat Indonesia memiliki modal kekayaan sumber daya alam yang sangat besar, sehingga memberikan peluang bagi berkembangnya usaha-usaha pertanian, yang salah satunya adalah tanaman perkebunan khususnya tanaman kopi (Oka, 2021).

Kopi merupakan produk perkebunan yang mempunyai peluang pasar, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Sejak tahun 1984 pangsa ekspor kopi Indonesia di pasar kopi internasional menduduki nomor tiga tertinggi setelah Brazilia dan Kolombia. Sebagian besar ekspor kopi Indonesia adalah jenis Kopi Robusta 94 persen, dan sisanya adalah kopi jenis arabika. Namun sejak tahun 1997 posisi Indonesia tergeser oleh Vietnam (Chandra, 2013).

Salah satu tanaman perkebunan yang penting di Indonesia adalah kopi. Ada empat jenis tanaman kopi yang dibudidayakan di Indonesia, yaitu Kopi Robusta, Arabika, Liberika, dan Ekselsa. Jenis tanaman kopi yang banyak diperdagangkan di Indonesia dan memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi yaitu Robusta dan Arabika (Rahardjo, 2013). Kualitas dari citra rasa Kopi Arabika lebih baik dari Robusta, namun budidaya tanaman kopi Arabika lebih rentan terkena penyakit tanaman. Oleh karena itu, luas areal pertanaman kopi dan produksi kopi terbesar di Indonesia adalah Kopi Robusta (Sari, 2019).

Pulau Lombok merupakan salah satu penghasil kopi robusta, tepatnya di Kabupaten Lombok Utara, Kecamatan Gangga, Desa Rempek dan Desa Genggelang. Kopi robustayang dihasilkan dari Kecamatan Gangga, Desa Rempek dan Desa Genggelang ini memiliki cita rasa yang khas dengan aroma yang kuat serta cita rasa yang lembut dengan sentuhan rasa fruity yang khas.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Menganalisis saluran pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara, (2) Menganalisis margin pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara, dan (3) Menganalisis kendala pemasaran Kopi Robusta di Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah petani dan pelaku pemasaran pada kopi robusta di Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Gangga, Desa Genggelang dan Desa Rempek Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara. Penentuan lokasi sampel ditentukan secara purposive sampling dan jumlah responden ditentukan dengan teknik quota sampling 30 orang. Penentuan responden petani dilakukan dengan Accidental Sampling dan responden pedagang ditentukan dengan metode Snowball Sampling. Adapaun rumus-rumus yang digunakan sebagai berikut:

Rumus Margin Pemasaran:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir

Pf = Harga di tingkat petani

Margin untuk tiap lembaga pemasaran:

$$Mi = Ps - Pb$$

Keterangan

Mi = Margin pemasaran di tingkat Lembaga pemasaran

Ps = Harga jual pada setiap tingkat Lembaga pemasaran

Pb = Harga beli pada setiap tingkat Lembaga pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Umur Responden

Tabel Umur Responden Kopi Robusta di Kabupaten Lombok Utara

Umur (Tahun)	Petani		Pedagang Pengepul Desa		Pedagang Antar Pulau	
	Persentase		Persentase		Persentase	
	Orang	(%)	Orang	(%)	Orang	(%)
a. 15-64	29	97	7	100	3	100
d. >64	1	3	0	0	0	0
Jumlah	30	100	7	100	3	100

Berdasarkan data Tabel di atas dapat dilihat tingkat umur responden petani yang berusaha tani kopi robusta di Kabupaten Lombok Utara. Dari Tabel 4.4 menunjukkan bahwa usia responden petani tergolong produktif, dilihat dari tingkat umur petani lebih banyak pada kisaran umur 15 – 64 tahun sebanyak 29 orang (97%) dengan rata-rata umur petani adalah 43 tahun dan sisanya hanya satu orang yang memiliki umur 75 tahun (3%). artinya baik secara fisik maupun mental, responden petani mempunyai kemampuan untuk menghasilkan barang atau jasa dalam hal ini melakukan kegiatan usaha tani dan pemasaran Kopi robusta. Pada tingkat pedagang pengepul desa, dengan jumlah responden 7 orang dengan umur pedagang berkisar dari 35 – 60 tahun yang berarti tergolong umur produktif dengan rata-rata umur responden adalah 46 tahun. Pada tingkat pedagang antar pulau, dengan jumlah responden 3 orang dengan umur berkisar dari 40 – 52 tahun yang berarti tergolong umur produktif dengan rata-rata umur responden adalah 46 tahun.

Tingkat Pendidikan

Tabel Tingkat Pendidikan Responden di Kabupaten Lombok Utara

Tingkat Pendidikan	Petani		Pedagang Pengepul Desa		Pedagang Antar Pulau	
	Persentase		Persentase		Persentase	
	Orang	(%)	Orang	(%)	Orang	(%)
Tamat SD	7	23	4	57	0	0
Tamat SMP	16	54	3	43	2	67
Tamat SMA	7	23	0	0	1	33
Jumlah Responden	30	100	7	100	3	100

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan data Tabel di atas dapat diketahui bahwa Pendidikan formal responden petani dan pedagang kopi robusta di Kabupaten Lombok Utara sangat beragam, yaitu dari yang tamat Sekolah Dasar hingga perguruan tinggi. Tingkat Pendidikan tertinggi responden petani kopi robusta terbanyak adalah tamat SMP sebanyak 16 orang (54%) dari 30 responden petani. Tingkat Pendidikan pedagang pengepul desa terbanyak adalah tamat SD sebanyak 4 orang (57%) dari 7 orang responden pedagang pengepul desa, dan tingkat pendidikan dari responden pedagang antar pulau terbanyak adalah tamat SMP sebanyak 2 orang (67%) dari 3 orang responden. Apabila dilihat secara keseluruhan responden petani dan pedagang pengepul kopi robusta di Kecamatan Gangga menunjukkan bahwa tingkat Pendidikan responden didominasi oleh responden yang telah tamat SMP, artinya petani dan pedagang pengepul sudah dapat membaca dan mempunyai kemampuan untuk menghitung rugi laba secara sederhana untuk diaplikasikan dalam pengolahan usahanya.

Jumlah Anggota Keluarga

Tabel Jumlah Tanggungan Keluarga Responden di Kabupaten Lombok Utara

Jumlah Tanggungan Keluarga	Petani		Pedagang Pengepul Desa		Pedagang Antar Pulau	
	Persentase		Persentase		Persentase	
	Orang	(%)	Orang	(%)	Orang	(%)
a. 1-2	13	43	0	0	0	0
b. 3-5	16	54	7	100	3	100
c.> 5	1	3	0	0	0	0
Jumlah	30	100	7	100	3	100

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah tanggungan responden petani kopi robusta di Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara yang terbanyak berada pada kisaran 3 – 5 orang sebanyak 16 orang responden (54%), pada pedagang pengepul desa berada pada kisaran 3 – 5 orang sebanyak 7 orang responden (100%), sedangkan pada pedagang antar pulau, semua respondennya memiliki tanggungan pada kisaran 3 – 5 orang sebanyak 3 orang responden (100%). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, keluarga responden petani maupun pedagang pengepul berada pada golongan keluarga menengah.

Pengalaman Usaha

Tabel Pengalaman Berusahatani Responden di Kabupaten Lombok Utara

Pengalaman Berusaha	Petani		Pedagang Pengepul Desa		Pedagang Antar Pulau	
	Persentase		Persentase		Persentase	
	Orang	(%)	Orang	(%)	Orang	(%)
<11	3	10	5	72	2	67
11-20	17	57	1	14	1	33
>21	10	33	1	14	0	0
Jumlah	30	100	7	100	3	100

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan Tabel di atas tampak bahwa kisaran pengalaman berusahatani pada responden petani paling banyak pada kisaran 11-20 tahun sebanyak 17 orang (57%), untuk pengalaman paling banyak pada pedagang pengepul desa berkisar antara 1 – 10 tahun sebanyak 5 orang responden (72%), sedangkan pengalaman terbanyak pada pedagang antar pulau berkisar antara 1 – 10 tahun sebanyak 2 orang (67%). Hal ini menunjukkan pengalaman pada tingkat petani dapat dikatakan berpengalaman sedang, pada tingkat pedagang pengepul kecil dan besar dapat dikatakan masih rendah. Responden yang mempunyai pengalaman yang cukup lama akan mempunyai lebih banyak pengetahuan tentang usaha tani dan pemasaran pada usaha tani kopi robusta di Kabupaten Lombok Utara karena selalu belajar cara – cara berusaha tani dan pemasaran dari tahun – tahun sebelumnya. Dari tahun – tahun sebelumnya petani dan pedagang belajar sehingga lebih sukses lagi di tahun berikutnya.

Luas Lahan Garapan

Tabel Luas Lahan Usahatani Kopi Robusta di Kabupaten Lombok Utara

Luas Lahan garapan	Petani	
	Orang	Persentase (%)
< 0,5	2	6
0,5-1,0	28	94
> 1,0	0	0
Jumlah Responden	30	100
Rata-rata (Ha)	0.85	

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Tabel di atas menunjukkan responden petani yang memiliki luas lahan garapan <0,5 ha berjumlah 2 orang petani (6%), petani yang memiliki lahan Garapan yang berkisar dari 0,5 – 1,0 ha berjumlah 28 orang petani (94%).

Berdasarkan kriteria luas lahan garapan menurut Hatagalung (2007), bahwa usahatani yang dimaksud digolongkan menjadi tiga golongan :

Golongan sempit : Luas lahan garapan <0,5 Ha

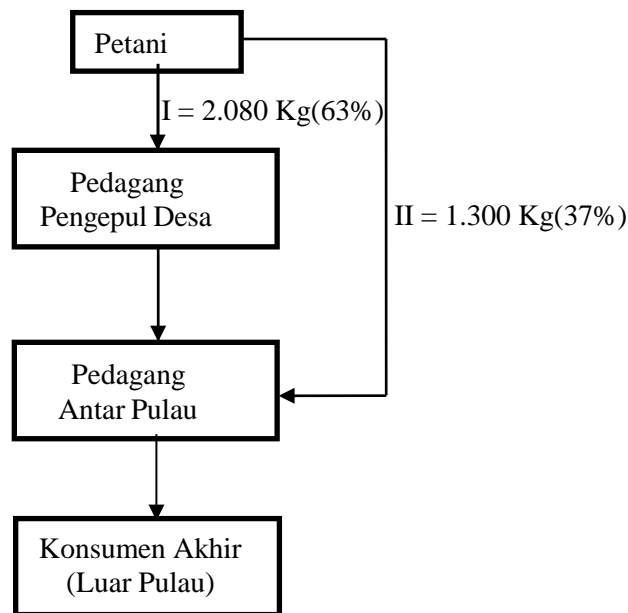
Golongan sedang : Luas lahan garapan berkisar antara 0,5-1,0 Ha

Golongan luas : Luas lahan garapan >3,0 Ha

Dari keterangan tabel dapat diketahui bahwa rata – rata luas lahan garapan responden petani kopi robusta di Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara masuk dalam golongan sedang dikarenakan luas lahan garapan yang dimiliki petani teranyak berkisar antara 0,5 – 1,0 Ha dengan rata – rata 0,85 Ha.

Analisis Saluran Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran kopi robusta di Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara mulai dari petani sebagai produsen penghasil kopi robusta dan Lembaga perantara yang menyalurkan kopi robusta melalui Pedagang pengepul kecil kemudian disalurkan ke pedagang pengepul besar. Untuk lebih jelasnya saluran pemasaran kopi robusta dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar Saluran Pemasaran Kopi Robusta

Gambar di atas menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran kopi robusta yaitu saluran I Petani menjual ke pedagang pengepul kecil, lalu pedagang pengepul kecil menjual lagi ke pengepul besar, pengepul besar lah yang menjual ke konsumen akhir (Luar Pulau). Sedangkan saluran II petani langsung menjual ke pedagang pengepul besar dan pengepul besar menjual ke konsumen akhir atau dikirim ke luar Pulau Berdasarkan saluran pemasaran I diatas dapat diterangkan bahwa petani menjual kopi robusta ke pedagang pengepul kecil sebanyak 19 orang petani dengan rata – rata harga Rp. 22.000/kg yang mana alasan mereka menjual ke pedagang pengepul kecil disebabkan karena ada faktor keluarga, jarak yang relatif dekat dari rumah petani. Harga di tentukan oleh pedagang pengepul kecil itu sendiri. Lalu pedagang pengepul kecil melakukan penjualan biji kopi robusta ke pedagang pengepul besar dengan rata – rata harga Rp. 25.000/kg. setelah transaksi jual beli dilakukan, kemudian pedagang pengepul besar menjual kopi robusta tersebut ke luar pulau. Berdasarkan saluran pemasaran II di atas dapat diterangkan bahwa petani menjual kopi robusta langsung ke pedagang pengepul besar dengan rata – rata harga Rp. 23.500/kg yang ditentukan oleh pedagang pengepul besar alasannya karena petani yang menjual ke pengepul besar mendapatkan harga tawaran yang lebih tinggi dibandingkan dengan menjual ke pedagang pengepul kecil.

Analisis Margin Pemasaran

Tabel Margin Pemasaran Pada Saluran I dan II di Kabupaten Lombok Utara.

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran I	DM (%)	Saluran Pemasaran II	DM (%)
1.	Petani				
	Harga Jual (Rp/Kg)	22.000		23.500	
	Volume Jual (Kg)	109,5		115,7	
2.	Pedagang Pengepul Desa				
	a. Harga Beli (Rp/Kg)	22.000			
	b. Biaya Pemasaran				
	Biaya Pengiriman	200			
	Biaya Pengemasan				
	Total Biaya (Rp)	200			
	c. Harga Jual (Rp/Kg)	25.000			
	d. Margin Pemasaran	3.000	36,3		
	e. Keuntungan Pemasaran	2.800	37		
	f. Total Volume Pembelian (Kg)	109,5			
	g. Total Volume Penjualan (Kg)	109,5			
3.	Pedagang Antar Pulau				
	a. Harga Beli (Rp/Kg)	25.000		23.500	
	b. Biaya Pemasaran				
	Biaya Pengiriman	400		400	
	Biaya Pengemasan				
	Biaya Pengangkutan	100		100	
	Total Biaya	500		500	
	c. Harga Jual (Rp/Kg)	30.250		30.250	
	d. Margin Pemasaran	5.250	63,7	6.750	100
	e. Keuntungan Pemasaran	4.750	63	6.350	100
	f. Total Volume Pembelian (Kg)	109,5		115,7	
	g. Total Volume Penjualan (Kg)	109,5		115,7	
	Total Margin Pemasaran	8.250		6.750	
	Share Petani (%)	72,7		77,6	

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa saluran pemasaran 1 harga jual petani ke pedagang pengepul desa sebesar Rp. 22.000/kg, harga sudah ditentukan oleh pedagang pengepul desa dengan total volume penjualan sebesar 2.080 kg. dari jumlah responden petani kopi robusta yang menjual ke pedagang pengepul desa sebanyak 19 orang petani. Kemudian pedagang pengepul desa menjual Kembali ke pedagang antar pulau dengan harga jual sebesar Rp. 25.000/kg, harga sudah ditentukan oleh pedagang antar pulau dengan total volume penjualan sebesar 2.080 kg. kemudian setelah kopi robusta telah diterima oleh pedagang antar pulau, selanjutnya dijual ke luar daerah dengan rata-rata harga Rp. 30.250/kg.

Pada saluran pemasaran II harga jual petani ke pedagang antar pulau sebesar Rp. 23.500/kg, harga sudah ditentukan oleh pedagang antar pulau dengan total volume penjualan sebesar 1.300 kg dari jumlah responden petani kopi robusta yang menjual langsung ke pedagang antar pulau sebanyak 11 orang.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa biaya pemasaran terbesar dikeluarkan oleh pedagang antar pulau sebesar Rp. 500/kg, sedangkan biaya pemasaran terkecil dikeluarkan oleh pedagang pengepul desa dan petani sebesar Rp.200/kg. Hal ini disebabkan karena pedagang antar pulau mengirim barang ke luar daerah sehingga biaya pengiriman lebih besar dibandingkan dengan pedagang pengepul desa, Karena pedagang pengepul desa menerima kopi robusta dari petani kemudian dikirim langsung ke pedagang antar pulau dengan jarak tempuh yang dekat sehingga biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul desa lebih sedikit, sehingga pedagang antar pulau lebih besar mengeluarkan biaya pemasaran dari pada pedagang pengepul desa.

Pada saluran pemasaran I terdapat 2 pedagang yang terlibat yaitu pedagang pengepul desa dan pedagang antar pulau. Dilihat dari tabel diatas, nilai margin untuk pedagang pengepul desa sebesar Rp. 3.000/Kg dan keuntungan pemasaran sebesar Rp. 2.800/Kg dari harga jual Rp. 25.000/Kg. Sedangkan nilai margin untuk pedagang pengepul besar sebesar Rp. 5.250/Kg dan keuntungan pemasaran sebesar Rp. 4.750/Kg dari rata-rata harga jual Rp. 30.250/Kg.

Apabila ditotalkan margin dan keuntungan oleh kedua pedagang maka margin pemasaran sebesar Rp. 8.250/Kg, dan keuntungan pemasaran Rp. 7.550/Kg. Melihat dari hasil tersebut maka keuntungan yang diperoleh pedagang antar pulau lebih banyak dibandingkan dengan pedagang pengepul desa.

Pada saluran pemasaran II terdapat hanya satu pedagang yang terlibat yakni pedagang antar pulau sehingga diperoleh nilai margin pemasaran sebesar Rp.6.750/Kg dan keuntungan pemasaran sebesar Rp. 6.350/Kg.

Dari tabel di atas dapat dilihat share harga yang di peroleh adalah 72,7% pada saluran pemasaran I dan 77,6% pada saluran pemasaran II. Dari hasil tersebut, maka pemasaran dikatakan adil karena $72,7\%$, $77,6\% \geq 60\%$. Maka sesuai dengan kriteria keputusan bahwa apabila harga yang diterima petani $\geq 60\%$ dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir maka pemasaran dikatakan adil.

Kendala Petani dan Lembaga Pemasaran

Dari hasil wawancara dengan petani dan Lembaga pemasaran kopi robusta di Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara, kendala atau permasalahan yang dihadapi petani dalam pengembangan kopi robusta antara lain; Perubahan iklim yang berdampak pada perubahan perilaku OPT (Organisme Pengganggu Tanaman) yang menyebabkan banyaknya serangan OPT. Pada musim penghujan, terhambatnya pengeringan pada biji kopi robusta. Rendahnya kualitas dari aspek permodalan, Keterbatasan penyuluhan dan pembinaan kepada petani. Permasalahan yang dihadapi oleh pedagang kopi robusta atau Lembaga pemasaran kopi robusta adalah sarana akses jalan yang kebanyakan buruk sehingga mengakibatkan terhambatnya proses penyaluran kopi robusta dari petani ke pedagang pengepul.

Diharapkan kepada pemerintah daerah setempat agar dapat memberikan kebijakan untuk menangani kendala kurangnya penyuluh lapangan yang membimbing petani yaitu dengan cara mengadakan atau memfasilitasi petani dengan keberadaan penyuluh

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran kopi robusta di Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara yakni : saluran I : Petani – Pedagang Pengepul Desa – Pedagang Antar Pulau – konsumen Akhir (Luar Pulau), dan saluran II : Petani – pedagang Antar Pulau – konsumen akhir (Luar Pulau). Margin pemasaran kopi robusta di Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara yakni : saluran I : Total margin pemasaran yang diperoleh adalah Rp. 8.250/Kg, dan keuntungan pemasaran Rp. 7.550/Kg dan saluran II : Total margin pemasaran yang diperoleh adalah Rp. 6.750/Kg dan keuntungan pemasaran sebesar Rp. 6.350/Kg. Kendala dalam pemasaran kopi robusta di Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara yaitu; pada musim penghujan terjadi keterlambatan pada proses pengeringan sehingga mengakibatkan keterlambatan pula dalam proses penjualan biji kopi robusta dan kondisi akses jalan yang kurang memadai membuat petani mengalami keterlambatan dalam proses penyaluran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S Nitisesmito (1981). *“Marketing” Cetakan Ketiga*. Penerbit Ghalia. Indonesia. Saefudin, A.E. (1981) Metode Analisis Pemasaran Komoditi. *Majalah Pertanian*. No.2. Jakarta.
- Amang B. dan M.H. Sawit. (1996). *Kebijakan Beras dan Pangan Nasional. Pelajaran Dari Orde Baru dan Orde Reformasi*. Institut Pertanian Bogor Press. Bogor.
- Cahyono B. (2011). *Sukses Perkebunan Kopi*. Pustaka Mina. Jakarta. Hal: 22.
- Chandra D. (2013). *Prospek Perdagangan Kopi Robusta di Pasar Internasional*. Ilmu-Ilmu Agribisnis. Volume 1 No 1. Tahun 2013. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Winardi SE. (1981). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit. CV Sinar Baru. Bandung.
- Yahmadi Mudrig (2007). *Rangkaian perkembangan dan permasalahan budidaya dan pengolahan kopi di Indonesia*. Penerbit Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI). Jawa Timur
- Yunita (2019). *Analisis Pemasaran Bawang Merah di Kecamatan Plampang Kabupaten Sumbawa*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Mataram