

Analisis Pendapatan Pedagang Pengumpul Kopi Di Desa Bayung Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang

Revenue Analysis Coffee Traders Gatherer Bayung In the Village District of Seberang Musi, Kepahiang District

Fithri Mufriantje¹⁾, Rita Feni³⁾ dan Angga Anggriawa³⁾

¹⁾ Alumni Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Bengkulu

²⁾ Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Bengkulu

³⁾ Alumni Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Bengkulu

⁴⁾ fitrimufriantje@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan pedagang pengumpul biji kopi kering Di Desa Bayung, Kecamatan Seberang Musi, Kabupaten Kepahiang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode sensus dengan cara mengumpulkan data dari populasi atau keseluruhan daerah yang ditentukan dalam penelitian ini. Sedangkan data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dari pedagang pengumpul biji kopi kering kemudian dianalisis menggunakan rumus pendapatan $\pi = M - Bi$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan rata-rata pedagang pengumpul biji kopi kering sebesar Rp 2.700.000 per minggu dan rata-rata total biaya pemasaran sebesar Rp 1.640.463 per minggu sedangkan pendapatan pedagang pengumpul biji kopi kering sebesar Rp 1.059.537 per minggu.

Kata kunci: kopi, pendapatan, biaya pemasaran

ABSTRACT

This study aims to determine the revenue collectors dried coffee beans Bayung In the Village District of Seberang Musi Kepahiang District. The method used is the method of census by collecting data from the entire population or regions identified in this study. While the data used in the form of primary data and secondary data. Data obtained from traders dried coffee beans are then analyzed using the revenue formula $\pi = M - Bi$. The results showed that the average reception traders dried coffee beans Rp 2,700,000 per week and average total marketing costs Rp 1,640,463 per week while revenue collectors dried coffee beans Rp 1,059,537 per week.

Keywords: Coffee, revenues, marketing costs

PENDAHULUAN

Kopi merupakan tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan. Selain sebagai sumber penghasilan rakyat, kopi menjadi komoditas andalan ekspor dan sumber pendapatan devisa negara. Meskipun demikian, komoditas kopi sering kali mengalami fluktuasi harga sebagai akibat ketidakseimbangan antara permintaan dan persediaan komoditas kopi di pasar dunia.

Menurut Rahardjo (2013 : 7-8) Konsumsi kopi dunia mencapai 70% berasal dari spesies Kopi Arabika dan 30% berasal dari spesies Kopi Robusta. Kopi Arabika (*coffea arabica*) berasal dari afrika, yaitu dari daerah pegunungan Etiopia. Kopi ini baru dikenal oleh masyarakat dunia setelah tanaman tersebut dikembangkan di luar daerah asalnya, yaitu Yaman di bagian selatan Jazirah Arab. Melalui para saudagar Arab, minuman tersebut menyebar ke daratan lainnya.

Seiring perkembangan pengetahuan dan teknologi, buah kopi dimanfaatkan menjadi minuman kopi pada saat ini. Masyarakat Arab menyebut minuman yang berasal dari biji kopi tersebut sebagai *qahwa* yang berarti pencegah rasa ngantuk. Oleh karena itu kopi menjadi minuman untuk diminum malam hari sebagai pencegah rasa ngantuk di tenda. Kata *qahwa* berasal dari bahasa Turki, yaitu *kahven*. Adapun istilah kopi untuk tiap negara berbeda-beda, yaitu *kaffee* (Jerman), *coffee* (Inggris), *cafe* (Prancis), *koffie* (Belanda), dan kopi (Indonesia).

Di Desa Bayung Kecamatan Seberang Musi, Kabupaten Kepahiang merupakan daerah yang prospek pengembangan tanaman kopi yang cukup baik karena syarat tumbuh yang dikehendaki cukup mendukung. Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan di sektor perkebunan di Kecamatan Seberang Musi terutama di Desa Bayung, karena sebagian besar masyarakatnya untuk memenuhi kebutuhan pokok berasal dari berusaha tani kopi. Perkembangan produksi kopi 5 tahun terakhir di Kecamatan Seberang Musi, disajikan pada Tabel 1.

Tabel.1. Produksi Dan Luas Tanam Kopi 5 tahun di Kecamatan Seberang Musi.

No	Tahun	Luas Tanaman (Ha)	Produksi (Ton)
1	2009	2.880,50	1.420
2	2010	1.927,0	190,1
3	2011	1.937,00	953,00
4	2012	1.927,00	1.482,78
5	2013	1.922,00	1.478,88

Sumber Data : Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Kepahiang (2014)

Berdasarkan data pada Tabel 1 diketahui bahwa luas tanam dan produksi kopi di Kecamatan Seberang Musi berfluktuasi dari tahun ke tahun, Berfluktuasinya

produksi kopi di Kecamatan Seberang Musi mengakibatkan fluktuasi pendapatan petani kopi di daerah ini. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin meneliti berapakah pendapatan pedagang pengumpul biji kopi kering di Desa Bayung Kecamatan Seberang Musi, Kabupaten Kepahiang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan pedagang pengumpul biji kopi kering di Desa Bayung, Kecamatan Seberang Musi, Kabupaten Kepahiang.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode sensus, yaitu unsur responden (elemen) dari populasi tersebut yang diteliti dan diamati, dengan tujuan untuk memperoleh data. data dianalisis kemudian ditarik suatu kesimpulan berlaku umum (populasi) yang memiliki nilai kepastian, komprehensif, dan objektif (Ruslan, 2008).

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* yakni ditetapkan secara sengaja dengan mempertimbangkan tujuan dari penelitian bahwa tempat penelitian merupakan sentral pedagang pengumpul kopi yang bertempat di Desa Bayung, Kecamatan Seberang Musi, Kabupaten Kepahiang.

Metode Penentuan Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah seluruh pedagang pengumpul biji kopi kering. Responden berjumlah 5 orang yang berada di Desa Bayung, Kecamatan Seberang Musi, Kabupaten Kepahiang.

Definisi Operasional Variabel

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka akan dikemukakan definisi operasional yang ada kaitannya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pedagang pengumpul kopi yaitu pedagang yang membeli biji kopi kering dengan petani kopi secara langsung (Rp/kg).
2. Harga pembelian yaitu harga yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul kopi (Rp/kg).
3. Harga jual yaitu harga biji kopi kering yang dijual ke pedagang besar (Rp/kg).
4. Biaya pemasaran yaitu biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul pada saat kegiatan pemasaran selama masa pengumpulan dan penjualan kopi, yang terdiri dari karung, tali plastik, transportasi, tenaga kerja dan biaya penyusutan alat seperti timbangan, timbangan kadar air, jarum penjahit karung. (Rp/minggu).

5. Penerimaan adalah jumlah yang diterima pedagang pengumpul kopi sebelum dikurangi biaya yang dikeluarkan dalam setiap kegiatan produksi yang diukur dalam rupiah. (Rp/minggu)
6. Pendapatan (Pd) adalah jumlah uang yang diterima pedagang pengumpul biji kopi kering dari hasil penerimaan (M) dikurangi biaya pemasaran (B) yang diukur dalam rupiah (Rp/minggu).

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi, alat yang digunakan :

1. Kuisioner: dilakukan dengan mengisi kuisioner lembar jawaban kepada pedagang pengumpul biji kopi kering di Desa Bayung, Kecamatan Seberang Musi.
2. Wawancara: dilakukan tanya jawab/interview langsung kepada pedagang pengumpul biji kopi kering di Desa Bayung, Kecamatan Seberang Musi.

Data sekunder adalah data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan. Data sekunder juga diperoleh dari majalah, jurnal khusus pasar modal, perbankan, dan keuangan.

Metode Analisis Data

Analisis pendapatan tujuannya untuk menggambarkan keadaan usaha agar memberikan bantuan dalam mengukur keberhasilan usaha pedagang pengumpul kopi. Menurut Rasyaf (1995) dalam Susilaningsih (2012) menghitung penerimaan, diperoleh dari selisih pembelian dengan harga penjualan, menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Menghitung penerimaan

$$M = (H_j \cdot Q) - (H_p \cdot Q)$$

Keterangan:

M = Penerimaan pemasaran (Rp/minggu)

H_p= Harga pembelian (Rp/kg)

H_j= Harga jual (Rp/kg)

Q = Jumlah kopi (Rp/kg)

2. Menghitung pendapatan pedagang pengumpul kopi diperoleh dari penerimaan dikurangi biaya pemasaran.

$$\pi = M - B_i$$

Diketahui :

π = Besarnya pendapatan yang diterima (Rp/minggu)

B_i = Biaya pemasaran i ($i=1,2,3...$ banyak jenis pembiayaan) (Rp/minggu)

M = Penerimaan pemasaran (Rp/minggu)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas responden

Identitas responden merupakan bagian yang terpenting dalam suatu penelitian. Dalam hal ini identitas pedagang pengumpul yang akan dibahas yaitu mengenai umur, pendidikan formal, pengalaman kerja. Dari hasil penelitian rata-rata pedagang pengumpul berusia produktif dengan tingkat pendidikan SMA serta berpengalaman dalam berdagang di atas 4 tahun.

Biaya pemasaran

Biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam penjualan biji kopi kering di tingkat pedagang pengumpul di Desa Bayung, Kecamatan Seberang Musi, Kabupaten Kepahiang yaitu rata-rata sebesar Rp 1.640.463 per minggu. Diperoleh dari banyaknya jenis pembiayaan yang dikeluarkan selama seminggu seperti: penyusutan alat, biaya operasional seperti biaya yang dikeluarkan setiap hari. Misalnya: untuk penggunaan tali plastik, karung, tenaga kerja *banco* kopi, biaya penyusutan kopi, dan biaya transportasi untuk pengangkutan.

Biaya Penyusutan Alat

Alat yang digunakan dalam usaha pengumpul biji kopi kering tidak habis dipakai dalam seminggu. Biaya penyusutan alat yang dihitung adalah semua peralatan yang digunakan oleh pedagang pengumpul biji kopi kering dalam pembelian biji kopi kering meliputi: timbangan, pisau, jarum penjahit karung. Biaya penyusutan alat yang dikeluarkan pedagang pengumpul dalam pembelian biji kopi kering yaitu sebesar Rp 8520,218 per minggu.

Biaya Operasional

Biaya operasional dalam penjualan biji kopi kering merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul biji kopi kering dalam melakukan kegiatan usaha pada saat pembelian dan penjualan. Biaya operasional yang digunakan untuk penjualan biji kopi kering seperti: karung, tali plastik, tenaga kerja, penyusutan kopi.

Tenaga kerja di sini adalah tenaga laki-laki untuk mem-*banco* kopi. Sebelum dipasarkan, kopi di-*banco* secara rata terlebih dahulu, setelah itu kopi dimasukan kedalam karung lalu dijahit dan ditimbang. Pada setiap kopi yang mau dipasarkan

ke pedagang besar, biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul biji kopi kering yaitu sebesar Rp 1.632.500 per minggu.

Biaya Pembelian Biji Kopi Kering

Kegiatan dalam pembelian biji kopi kering oleh pedagang pengumpul dilakukan dengan membeli langsung ke petani kopi. Petani kopi mengantar sendiri biji kopi kering ke pedagang pengumpul yang mereka kehendaki. Biasanya petani sudah punya pilihan pedagang pengumpul tempat mereka menjual kopi. Hal ini karena petani selalu bergantung pada pedagang pengumpul tersebut. Meskipun demikian, bukan berarti petani tersebut tidak boleh menjual kopinya ketempat lain. Petani berhak untuk mencari harga yang lebih tinggi di antara pedagang pengumpul yang ada. Sistem pembayarannya tergantung pada kesepakatan dari kedua belah pihak. Ada yang pembayaran secara langsung dan ada juga yang pembayarannya melalui rekening bank.

Pembelian biji kopi kering merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul untuk memperoleh biji kopi kering dalam melakukan usahanya. Rata-rata pembelian sebesar Rp.105.300.000 per minggu.

Penerimaan Pemasaran

Besarnya penerimaan dipengaruhi oleh tingkat kekeringan kopi. Jika kopi belum begitu kering maka harga jualnya akan dibawah harga pasaran. Pedagang pengumpul biasanya membeli biji kopi yang benar-benar sudah kering bagus, agar harga jualnya tinggi, karena kopi yang sudah kering bagus tidak mengalami penyusutan timbangan. Dari hasil penelitian penerimaan yang diperoleh pedagang pengumpul rata-rata sebesar Rp 2.700.000 per minggu.

Pendapatan Pedagang Pengumpul Biji Kopi Kering

Pendapatan pedagang merupakan pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan biji kopi kering. Pendapatan yang diperoleh dari hasil penerimaan pemasaran dikurangi biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul biji kopi kering selama seminggu disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Pendapatan Pedagang Pengumpul Biji Kopi Kering Di desa Bayung, Kecamatan Seberang Musi, Kabupaten Kepahiang

Uraian	Jumlah (Rp)
Total penerimaan pemasaran (M)	2.700.000
Total Biaya Pemasaran (Bi)	1.640.463
Total Pendapatan ($\pi=M-Bi$)	1.059.537

Sumber : Hasil pengolahan data primer 2016

Pendapatan yang diperoleh pedagang pengumpul biji kopi kering dalam seminggu rata-rata Rp.1.059.537. Hal ini berarti, pendapatan pedagang pengumpul biji kopi kering dalam sebulan mencapai rata-rata Rp.4.238.148. Pendapatan tersebut sudah bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari, karena lebih tinggi dari Upah Minimum Regional (UMR) yang berlaku saat ini.

Keuntungan tidak selalu diperoleh oleh pedagang pengumpul biji kopi kering. Adakalanya mereka mengalami kerugian. Beberapa faktor yang menyebabkan pedagang pengumpul biji kopi kering mengalami kerugian adalah:

1. Kesalahan pedagang pengumpul memprediksi kadar air pada kopi, karena pedagang belum ada yang mempunyai alat pengukur kadar air terhadap biji kopi. Pedagang pengumpul mengukur kadar air kopi masih secara tradisional yaitu dengan cara menggenggam biji kopi tersebut.
2. Kesalahan pedagang pengumpul memprediksi harga beli kopi, karena biasanya harga kopi itu setiap hari mengalami perubahan. Seharusnya pedagang pengumpul tersebut selalu mengecek harga penjualan kopi dipasaran supaya tidak terjadi kerugian pada saat pembelian biji kopi kering dari petani.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Bayung, Kecamatan Seberang Musi, Kabupaten Kepahiang, maka dapat disimpulkan bahwa total biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul biji kopi kering dengan rata-rata sebesar Rp.106.940.463 dan pendapatan pedagang pengumpul biji kopi kering yaitu dengan rata-rata sebesar Rp.1.059.537 per minggu.

SARAN

Untuk meningkatkan pendapatan pedagang pengumpul biji kopi kering maka dalam berdagang biji kopi disarankan :

1. Menurunkan harga beli kopi dan mencari tempat memasarkan kopi dengan harga jual yang agak tinggi. Pedagang pengumpul biji kopi kering perlu memperhatikan dalam pembelian biji kopi kering seperti dalam berbicara harus sopan, jujur dalam timbangan dan meningkatkan dalam pelayanan agar konsumen mengulang kembali menjual biji kopi kering untuk hari-hari berikutnya.
2. Mengurangi biaya operasional, seperti tenaga kerja untuk *banco* kopi, *mem-banco* kopi dilaksanakan dengan sendiri nya. Di samping itu juga mengurangi biaya transportasi jika memasarkan biji kopi kering ke pedagang besar memakai mobil sendiri, tidak menyewa mobil orang lain

DAFTAR PUSTAKA

- Najiyati,S dan Danarti. 2006. *Kopi, Budi Daya Penanganan Pascapanen*. Penebar swadaya: Jakarta.168 halaman.
- Rahardjo, P. 2013. *Panduan Budidaya Dan Pengolahan Kopi Rabika Dan Robousta*. Penebar Swadaya: Jakarta. 212 halaman.
- Rasyaf, M.1996. *Memasarkan hasil perternakan*. PT. Penebar swadaya. Jakarta. 196 halaman.
- Ruslan, R. 2008. *Metode Penelitian. Public relations & komunikasi*. PT Raja Grafindo: Jakarta. 312 halaman.
- Susilaningsih. 2012. *Alokasi Waktu Kerja Dan Kontribusi Pendapatan Wanita Pedagang Pengecer Ikan Tawar Dipasar Minggu Kota Bengkulu Terhadap Pendapatan Rumah Tangga*. Skripsi Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Bengkulu. 17 halaman. Tidak dipublikasikan.