



Intisari

PEMASARAN KOPI ARABIKA KECAMATAN CANDIROTO DI KABUPATEN TEMANGGUNG

Ikhwan Shoffa, Dwidjono Hadi Darwanto, Agus Dwi Nugroho

Departement Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian,
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, margin pemasaran, *farmer's share*, efisiensi saluran pemasaran, faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi pemasaran, monopoli indeks dan struktur pasar komoditas kopi arabika Kecamatan Candirotto Kabupaten Temanggung. Responden petani berjumlah 30 jiwa dengan teknik sampling *simple random sampling*. Responden pedagang berjumlah 12 orang dengan teknik *snowball sampling*. Untuk mengetahui saluran pemasaran digunakan analisis deskriptif. Analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui margin pemasaran, *farmer's share*, efisiensi pemasaran, monopoli indeks dan S-C-P. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi pemasaran digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 saluran pemasaran kopi arabika Kecamatan Candirotto Kabupaten Temanggung. Dari ke empat saluran tersebut saluran 2 merupakan saluran pemasaran paling efisien dengan nilai margin sebesar Rp 1.536/Kg, nilai *farmer's share* sebesar 83,89% dan nilai efisiensi pemasaran sebesar 7,7%. Hasil analisis monopoli indeks, pengecer pada saluran 3 merupakan lembaga pemasaran dengan nilai monopoli indeks paling tinggi sebesar 6,8. Dari hasil analisis regresi jarak petani dengan pedagang dan harga di tingkat petani mempengaruhi efisiensi pemasaran kopi arabika Kecamatan Candirotto Kabupaten Temanggung. Struktur pasar yang terbentuk pada pemasaran kopi arabika Kecamatan Candirotto Kabupaten Temanggung adalah oligopsoni.

Kata kunci: kopi arabika, saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, efisiensi pemasaran



Abstract

MARKETING OF ARABICA COFFEE IN CANDIROTO DISTRICT IN TEMANGGUNG REGENCY

Ikhwan Shoffa, Dwidjono Hadi Darwanto, Agus Dwi Nugroho

*Departement of Social and Economic of Agriculture, Faculty of Agriculture,
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta*

This study aims to analyze, marketing margin, farmer's share, efficiency, the determine factors of the marketing efficiency, the index monopoly, and the market structure of Arabica coffee commodities in Candiroto District, Temanggung Regency. The farmers respondents was 30 people with a simple random sampling technique. There were 12 respondents from the traders with a snowball sampling technique. The descriptive analysis used to know the marketing channel. The quantitative analysis used to know marketing margins, farmer's share, marketing efficiency, monopoly index and market structure, and ordinary least squares analysis used to know the determine factors of the marketing efficiency. The results showed that there were 4 Arabica coffee marketing channels in Candiroto District, Temanggung Regency. From all of the channel, channel 2 is the most efficient marketing channel with the margin value was Rp 1.536 / Kg, the farmer shares was 83.89% and the marketing efficiency value was 7.7%. Regarding to the index monopoly, the retailer in the third channel had the highest monopoly index (6,8). The result of the regression analysis was the distance between farmers and the traders and the farmers price were affecting the marketing efficiency. The market structure formed in the marketing of Arabica coffee in Candiroto District, Temanggung Regency was oligopsonic.

Key words: *coffee Arabica, marketing channels, marketing margins, farmer's share, marketing efficiency*