

**ANALISA EFEKTIVITAS SALURAN DISTRIBUSI KOPI
BUBUK DI KOTA PADANG**

OLEH

**DIANA KRISTIANA SINAGA
04 114 013**

SKRIPSI

**SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA PERTANIAN**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2009**

ANALISA EFEKTIVITAS SALURAN DISTRIBUSI KOPI BUBUK DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian dengan judul "Analisa Efektivitas Saluran Distribusi Kopi Bubuk di Kota Padang" dilaksanakan mulai bulan Januari sampai Maret 2009 dengan tujuan mendeskripsikan saluran distribusi dan menganalisa efektivitas dari saluran distribusi kopi bubuk yang dilakukan di Kota Padang.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Pengambilan wilayah sebagai tempat penelitian dilakukan berdasarkan pertimbangan yaitu wilayah yang memiliki jumlah industri kopi bubuk paling banyak di Sumatera Barat. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder, dengan menjadikan pengecer-pengecer kopi bubuk di kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Padang sebagai sumber data primer. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait untuk mendukung analisa dan kelengkapan data. Analisa yang digunakan adalah analisa deskriptif kualitatif dengan analisis kluster untuk mendeskripsikan saluran distribusi kopi bubuk di Kota Padang. Analisa efektivitas saluran distribusi dilakukan dengan analisa deskriptif kualitatif dengan Metode *Skala Likert*.

Saluran distribusi kopi bubuk di Kota Padang terdiri dari empat tipe, yaitu tipe saluran distribusi tingkat nol (produsen - konsumen), saluran distribusi tingkat satu (produsen - pengecer - konsumen), saluran distribusi tingkat dua (produsen - grosir/pengecer - pengecer - konsumen), dan saluran distribusi tingkat tiga (produsen - grosir/pengecer kecamatan - grosir/pengecer kelurahan - pengecer - konsumen). Pendistribusian kopi bubuk di Kota Padang dilakukan melalui pengecer-pengecer yang terbagi atas 3 klaster yaitu klaster A (pengecer skala usaha besar), klaster B (pengecer skala usaha menengah), klaster C (pengecer skala usaha kecil).

Hasil analisa efektivitas saluran distribusi, menunjukkan bahwa pengecer klaster A dan C adalah cukup efektif, karena kopi bubuk pada pengecer ini cukup tersedia, variasi ukuran kemasan ada 2 variasi, wilayah pendistribusian sudah tersebar hampir di seluruh kecamatan di Kota Padang, kestabilan mutu kopi bubuk cukup terjaga, harga cukup baik di mata konsumen, dan dari strategi bersaing juga cukup baik, sedangkan untuk pengecer klaster B adalah efektif, karena kopi bubuk di pengecer-pengecer ini lebih tersedia jika dibandingkan dengan klaster A dan C, jumlah variasi ukuran kemasan juga lebih banyak yaitu ada 3 variasi, wilayah pendistribusian kopi bubuk sudah tersebar hampir di seluruh kecamatan Kota Padang, kestabilan mutu kopi bubuk cukup terjaga, harga cukup baik di mata konsumen, dan dari strategi bersaing juga cukup baik. Disarankan agar penyebaran pendistribusian kopi bubuk dilakukan lebih merata, sebaiknya pihak industri memberi diskon harga untuk pihak minimarket sehingga harga yang ditetapkan untuk para konsumen lebih murah dan pengembangan pasar dilakukan pada pengecer-pengecer yang tidak banyak menjual kopi bubuk merek lain.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian masih menjadi tumpuan harapan dan memegang peranan penting dalam pembangunan nasional. Perkembangan dan perubahan struktur ekonomi tidak bisa dipisahkan dari posisi agroindustri dan agribisnis karena sektor agribisnis ini sangat ditentukan oleh kondisi agroindustri dalam masa sekarang dan masa yang akan datang dan pada akhirnya akan mempengaruhi struktur ekonomi secara keseluruhan dari masa mendatang. Usaha pertanian harus dikembangkan menjadi usaha agroindustri dimana pertanian sebagai penyedia bahan baku dan industri sebagai pengolah bahan baku tersebut (Soekartawi, 2003).

Menurut Soekartawi (2000), menyatakan bahwa agroindustri harus diprioritaskan dari industri lain karena agroindustri ini dapat membantu petani dalam hal meningkatkan kesejahteraan petani. Agroindustri dapat diartikan menjadi dua hal. Pertama, agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk-produk pertanian yang menekankan pada *food processing management* dalam suatu produk olahan (suatu industri yang menggunakan bahan baku dari pertanian dengan jumlah minimal 20% dari jumlah bahan baku keseluruhan disebut dengan agroindustri. Kedua adalah bahwa agroindustri itu diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahap pembangunan tersebut mencapai tahap pembangunan industri. Di Sumatera Barat perusahaan yang bergerak di bidang agroindustri tersebar di berbagai daerah, di antaranya adalah industri pengolahan kopi biji menjadi kopi bubuk.

Di Indonesia, tanaman kopi dibudidayakan oleh rakyat dan perkebunan besar di beberapa wilayah, antara lain D.I. Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Jambi, Sumatera Selatan, Bengkulu, Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, D.I. Yogyakarta, Jawa Timur, Bali, NTB, NTT, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Maluku, dan Irian Jaya dan dari keseluruhan sentra produksi tersebut, produksi kopinya mencapai 88,37% dari total produksi Indonesia (Putra, 2005).

Tanaman kopi (*Coffea sp*) adalah salah satu jenis tanaman perkebunan yang mendapat prioritas dikembangkan dalam pelita V sampai pembangunan jangka panjang

(PJP) tahap kedua sekarang. Tanaman ini berperan penting dalam perekonomian nasional dan Sumatera Barat khususnya karena merupakan selain sebagai komoditi ekspor, juga menjadi komoditi usaha tani rakyat dan termasuk ke dalam kebutuhan sehari-hari masyarakat (Dinas Perkebunan, 2006).

Luas areal perkebunan kopi Indonesia pada tahun 2007 adalah 1,31 juta Ha dengan total produksi sebanyak 686.763 ton (Lampiran 1). Sedangkan di Sumatera Barat, kopi merupakan salah satu komoditi terbesar yang dihasilkan sesudah kelapa sawit, karet dan cassiavera (Lampiran 2). Sumatera Barat dengan luas areal perkebunan kopi 47.511 Ha dan total produksi sebesar 29.576 ton pada tahun 2007 (Lampiran 3) merupakan daerah pengekspor kopi dengan volume ekspor sebesar 438.000 kg dengan nilai 469.801,00 US\$ (Lampiran 4).

Pentingnya komoditi kopi bagi Indonesia, khususnya Sumatera Barat merangsang semakin banyaknya berkembang agroindustri atau industri-industri pengolahan (*roasters*) kopi di Sumatera Barat (Lampiran 5). Kopi biji yang diolah menjadi kopi bubuk merupakan salah satu bahan minuman yang mempunyai khasiat untuk menyegarkan badan disamping aromanya yang harum dan rasanya yang nikmat sehingga kopi cukup banyak digemari oleh masyarakat. Pengolahan kopi banyak dilakukan petani, pedagang pengecer, industri kecil dan pabrik. Pengolahan kopi bubuk oleh petani biasanya hanya dilakukan secara tradisional dengan menggunakan alat-alat sederhana. Pengolahan kopi bubuk oleh pedagang pedagang pengecer dan industri kecil sudah agak meningkat dengan menggunakan mesin-mesin, tetapi masih dalam jumlah yang terbatas. Sedangkan pengolahan kopi bubuk oleh pabrik biasanya dilakukan secara modern dengan skala usaha yang cukup besar (Najiyati dan Danarti, 2006).

Industri kopi bubuk memberikan nilai tambah tertinggi yang mencapai Rp. 318,9 miliar atau 43,5% dari total nilai tambah seluruh industri pengolahan kopi, kemudian diikuti oleh industri kopi arabika OIB pada urutan kedua dan industri kopi robusta OIB pada urutan ketiga masing-masing dengan nilai tambah sebesar Rp. 226,7 miliar (30,9%) dan Rp. 105 miliar (14,3%) (Lembaga Riset Perkebunan Indonesia, 2004).

Berdasarkan analisis perankingan masalah hasil wawancara dengan para pelaku industri hilir kopi diketahui bahwa masalah utama dari lambannya pengembangan industri hilir kopi di Indonesia berturut turut mulai dari masalah terberat adalah (1)



masalah dalam menembus jaringan pasar ekspor produk hilir kopi; (2) kurangnya keterediaan sarana dan prasarana; (3) adanya hambatan dalam peraturan khususnya ketenagakerjaan, perpajakan dan perdagangan; (4) kurangnya motivasi dari pengusaha; (5) kekurangan modal; (6) teknologi pengolahan dan pengemasan yang belum dikuasai sepenuhnya; dan (7) kualitas SDM untuk pemasaran produk hilir yang belum memadai (Lembaga Riset Perkebunan Indonesia, 2004).

Industri biji kopi dan kopi olahan Indonesia mempunyai potensi untuk dikembangkan karena nilai keterkaitan ke depan dan belakang langsung dan tidak langsung lebih besar dari satu. Peningkatan permintaan di industri biji kopi dan kopi olahan sebesar satu satuan akan meningkatkan output di semua industri, termasuk terhadap dirinya sendiri, yang relatif besar yaitu 1,5 kali lipat. Dengan memperhitungkan efek konsumsi masyarakat, yaitu jika terjadi peningkatan pengeluaran rumah tangga yang bekerja di industri kopi, maka kenaikan output tersebut dapat mencapai 3 kali lipat. Industri biji kopi dan kopi olahan juga mempunyai kemampuan untuk meningkatkan pendapatan tenaga kerja di semua industri. Efek induksi pendapatan tenaga kerja di industri kopi dan kopi olahan terhadap industri lain sekitar 1,6 kali lipat. Keterbatasan dari industri biji kopi dan kopi olahan adalah daya penyebaran ke belakang lebih tinggi dibandingkan daya penyebaran ke depan, sehingga pertumbuhan industri ini lebih banyak tergantung pada pertumbuhan ekonomi nasional (Lembaga Riset Perkebunan Indonesia, 2004).

Menurut Kotler (1997), setiap perusahaan atau industri mempunyai tujuan yaitu memperoleh keuntungan dan meningkatkan volume penjualan. Untuk mencapai tujuan, maka industri harus melakukan usaha dan strategi serta kebijakan untuk mencapai tujuan usahanya, salah satunya dengan distribusi.

Distribusi merupakan salah satu variabel dari beberapa variabel pemasaran lainnya sehingga sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan. Distribusi merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan dalam rangka untuk menyebarkan dan menjamin persediaan produk di pasar sehingga masyarakat memperoleh kemudahan dalam upaya mencari dan mendapatkan produk yang diharapkan untuk memenuhi sebagian kebutuhan hidup mereka (Afrianti, 2005).

Industri memerlukan sistem distribusi yang baik yang bertujuan supaya produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan ekonomis dan efisien. Industri harus mendasari keputusan tentang sistem distribusi ini dengan mengetahui terlebih dahulu sifat produk, situasi pasar, tipe konsumen dan saingan yang dihadapi. Dalam menyampaikan produk akan dipengaruhi oleh sistem distribusi, sehingga akan berpengaruh terhadap besarnya pendapatan, biaya operasi dan keuntungan industri (Afrianti, 2005).

1.2 Perumusan Masalah

Kopi ini merupakan komoditi yang banyak dikonsumsi di dalam negeri. Hal ini disebabkan karena kopi baik yang bentuk bubuk maupun seduhannya memiliki aroma yang khas yang tidak dimiliki oleh bahan minuman lainnya. Menurut survei yang dilakukan oleh Departemen Pertanian, rata-rata penduduk Indonesia mengkonsumsi kopi sekitar 0,5 – 0,7 kg/orang/tahun (Najiyati dan Danarti, 2004).

Berdasarkan data Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) tahun 2004, konsumsi kopi per kapita di Indonesia ini termasuk dalam kategori rendah yaitu hanya mencapai 0,61 kg/ tahun. Negara-negara pengimpor kopi memiliki tingkat konsumsi kopi per kapita jauh di atas Indonesia yaitu Finlandia (10,58 Kg/th, Norwegia (9,62 Kg/th), Denmark (9,38 Kg/th), Belanda (8,77 Kg/th), Benelux (8,46 Kg/th), Swedia (8,34 Kg/th), Austria (8,18 Kg/th), dan Perancis (6,63 Kg/th).

Tingkat konsumsi kopi masih rendah di Indonesia secara umum (Lampiran 6) dan di kota Padang secara khusus, tetapi meskipun demikian saat ini telah banyak berdiri industri/ pabrik pengolahan kopi bubuk di Kota Padang, namun tidak semua dari industri kopi bubuk tersebut telah terdaftar di Disperindagtamben Kota Padang. Berdasarkan data yang diperoleh dari Disperindagtamben. Saat ini terdapat dua belas buah industri kopi bubuk yang telah terdaftar di Kota Padang (Lampiran 7).

Rendahnya konsumsi kopi Indonesia dipengaruhi oleh aspek psikologi dan aspek ekonomi. Aspek psikologi menyangkut pandangan yang “kabur” akan efek negatif dari minum kopi, seperti mengganggu kesehatan, tidak baik untuk anak-anak dan wanita, serta sisa pengaruh budaya kolonial yang menekan masyarakat Indonesia untuk tidak mengkonsumsi kopi dalam jumlah yang cukup besar. Aspek ekonomi berkaitan dengan rendahnya pendapatan per kapita sebagian besar penduduk Indonesia (Bappebti, 2002).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian

4.1.1 Letak dan Keadaan Geografis Kota Padang

Secara geografis wilayah Kota Padang berada antara 00°44'00"-01°08'35"LS dan 100°05'05"-100°34'09" BT dengan luas wilayah 694,96 Km² dengan batas-batas sebagai berikut sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Padang Pariaman, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Pesisir Selatan, sebelah timur berbatasan dengan Selat Mentawai dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Solok.

Sebagian besar atau 52.52 % dari keseluruhan luas Kota Padang berupa hutan yang dilindungi oleh pemerintah. Bangunan dan perkarangan adalah seluas 9.01 % atau 62.63 km², sedangkan yang digunakan untuk lahan sawah seluas 7.52 % atau 52.25 km². Wilayah daratan Kota Padang ketinggiannya berbeda-beda, antara 0 – 1.853 meter di atas permukaan laut dengan daerah tertinggi adalah Kecamatan Lubuk Kilangan. Kota Padang memiliki banyak sungai, yaitu 5 sungai besar dan 16 sungai kecil, dengan sungai terpanjang yaitu sungai Batang Kandis sepanjang 20 km.

Kota Padang memiliki 11 kecamatan yaitu kecamatan Bungus Teluk Kabung, Lubuk Kilangan, Lubuk Begalung, Padang Selatan, Padang Timur, Padang Barat, Padang Utara, Nanggalo, Kuranji, Pauh dan Koto Tangah. Secara rinci, nama-nama kecamatan dan luasnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nama dan Luas Kecamatan di Kota Padang

No.	Kecamatan	Luas (Km ²)
1.	Bungus Teluk Kabung	100,78
2.	Lubuk Kilangan	85,99
3.	Lubuk Begalung	30,91
4.	Padang Selatan	10,03
5.	Padang Timur	8,15
6.	Padang Barat	7,00
7.	Padang Utara	8,08
8.	Nanggalo	8,07
9.	Kuranji	57,41
10.	Pauh	146,29
11.	Koto Tangah	232,25
Total		694,96

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Padang, 2006

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Industri kopi bubuk di Kota Padang secara umum memiliki saluran distribusi yang berbeda-beda pada tiap-tiap daerah pendistribusiannya. Kebanyakan produk kopi bubuk ini didistribusikan dengan menggunakan banyak pengecer atau memakai kebijakan distribusi intensif karena kopi bubuk merupakan produk *convenience goods*. Pendistribusian kopi bubuk umumnya menggunakan empat tipe saluran distribusi yaitu saluran distribusi tingkat nol atau saluran distribusi langsung, saluran distribusi tingkat satu, saluran distribusi tingkat dua dan saluran distribusi tingkat tiga. Pengecer-pengecer kopi bubuk di Kota Padang, terdiri atas tiga kelompok/klaster yang dibedakan berdasarkan skala usahanya yaitu klaster A, pengecer pada kelompok ini, melakukan pembelian sebanyak 2 x seminggu dan jumlah penjualan per bulannya paling besar dibandingkan dengan kelompok B dan kelompok C. Kelompok pengecer ini melakukan sistem pembayaran yang berbeda dengan kelompok lainnya yaitu dengan sistem konsinyasi. Sedangkan untuk harga jual per kg, pengecer kelompok ini berada di bawah harga jual kelompok C tetapi berada di atas harga jual kelompok B, dalam artian harga jual per kg kopi bubuk pada kelompok pengecer ini adalah lebih murah dibandingkan dengan kelompok C dan sedikit lebih mahal dibandingkan dengan kelompok B, klaster B, pengecer pada kelompok ini, memiliki jumlah pembelian yang paling besar jika dibandingkan dengan pembelian kelompok A dan C. Sedangkan jumlah penjualan per bulannya berada di bawah penjualan kelompok A tetapi berada di atas penjualan kelompok C, dan klaster C yaitu pengecer dengan jumlah penjualan per bulan untuk kelompok pengecer ini adalah paling kecil diantara kelompok lainnya (kelompok A dan B). Sedangkan untuk harga jual kopi bubuk yang ditetapkan pada kelompok pengecer ini paling mahal jika dibandingkan dengan kelompok A dan kelompok B.
2. Efektivitas saluran distribusi kopi bubuk ditentukan oleh beberapa variabel. Dari hasil penelitian diketahui variabel-variabel yang menentukan efektivitas saluran distribusi kopi bubuk antara lain: ketersediaan kopi bubuk, dimana untuk variabel ini, pengecer-pengecer klaster A atau minimarket secara umum

cukup tersedia, di pengecer-pengecer klaster B (grosir-grosir di pasar kecamatan) adalah tersedia, dan pada pengecer-pengecer klaster C (grosir sekitar perumahan dan warung) secara umum juga cukup tersedia, baik dari segi jumlah stok, variasi ukuran kemasan maupun dari segi wilayah pendistribusiannya, dari segi kestabilan mutu kopi bubuk, pada umumnya mutu kopi bubuk secara umum di pengecer-pengecer baik itu pengecer klaster A, klaster B maupun klaster C di Kota Padang adalah baik karena kemasan kopi bubuk yang dijual di pengecer-pengecer ini cukup terjaga dan kemasannya tidak mengalami kerusakan yang dapat menurunkan mutu kopi bubuk, kemudian dari segi harga, harga kopi bubuk di Kota Padang secara umum adalah cukup baik dan konsumen pada umumnya tidak merasa keberatan dengan harga kopi bubuk yang telah ditetapkan. Untuk pengecer-pengecer klaster A dan klaster C, harga kopi bubuknya cukup baik, sedangkan pada pengecer-pengecer klaster B, harga kopi bubuknya adalah baik, dan untuk variabel strategi bersaing, secara umum di pengecer-pengecer kopi bubuk yang ada di Kota Padang terdapat hanya sekitar 3 variasi merek, tetapi pada pengecer klaster A (minimarket), kebanyakan hanya ada 2 variasi merek saja, sehingga strategi bersaing pada pengecer klaster A ini lebih baik dibandingkan dengan pengecer pada klaster B dan klaster C.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah:

1. Penyebaran pendistribusian kopi bubuk sebaiknya dilakukan lebih merata agar produk lebih mudah dijangkau oleh konsumen.
2. Pihak industri sebaiknya memberikan diskon harga kepada pihak minimarket sehingga harga untuk para konsumen lebih murah.
3. Kopi bubuk sebaiknya dimasukkan ke pengecer-pengecer yang tidak banyak menjual kopi bubuk merek lain, sehingga bisa menghindari persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti. 2005. *Analisis Kebijakan Distribusi Untuk Meningkatkan Penjualan Gage Mie (Studi Kasus; PT. Wicaksana Overseas International Tbk Cabang Padang)*. [Skripsi]. Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
- Agung, Y. 2006. *Efektivitas Saluran Distribusi*. *Marketing*, No.11/VI/November/2006. Hal.82.
- Agusta, Y. 2008. *K-Means*. <http://yudiagusta.wordpress.com/k-means/>. [14 Oktober 2008].
- [Anonim]. 2008. *Kopi*. <http://id.wikipedia.org/wiki/kopi>. [23 Juni 2008].
- [Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia]. 2004. *Statistik Kopi*. Jakarta.
- [Badan Pusat Statistik]. 2006. *Statistik Kota Padang*. Padang.
- [Bappebti]. 2002. *Profil Komoditi Kopi*. www.bappebti.go.id/sisinfo/data/kopikonsumsi.asp
- Dahnash. 2008. *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan XXX Di Kota YYY* www.indoskripsi.com [02 November 2008]
- [Dinas Perkebunan Sumbar]. 2006. *Perkembangan Tanaman Perkebunan di Sumbar*. Padang.
- [Dinas Perindustrian, Perdagangan, Barang Tambang dan Energi Kota Padang]. 2007. *Industri dan Perdagangan Kota Padang dalam Angka*. Kantor Perindagtamben Kota Padang.
- [Ditjen Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, Departemen Pertanian]. 2008. *Warta Agribisnis-Peningkatan Peluang Kerjasama Ekspor Kopi Indonesia*. <http://agribisnis.deptan.go.id> [03 November 2008].
- Fatima, I. 2003. *Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Flores Nusa Tenggara di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur*. [ejournal.unud.ac.id/.../\(1\)%20soca-imaculata-strategi-pemasaran\(1\).pdf](http://ejournal.unud.ac.id/.../(1)%20soca-imaculata-strategi-pemasaran(1).pdf). [20 April 2009].
- Gunawan, A. 2003. *Analisis Consumer Decision Model Untuk Pengukuran Efektivitas Periklanan*. <http://www.detikinet.com/read/> [06 November 2008].
- Irianto, A. 2004. *Statistik : Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Kencana. Jakarta
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.