

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PETANI KOPI ARABIKA
TERHADAP PEDAGANG PENGUMPUL DAN STRATEGI
BISNIS USAHATANI KOPI ARABIKA
DI PEMATANG RAYA KECAMATAN RAYA KABUPATEN
SIMALUNGUN**

SKRIPSI

Oleh:

**MUHAMMAD BEY TASMARA SUMITRO
NPM : 1504300082
Program Studi : AGRIBISNIS**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PETANI KOPI ARABIKA
TERHADAP PEDAGANG PENGUMPUL DAN STRATEGI
BISNIS USAHATANI KOPI ARABIKA
DI PEMATANG RAYA KECAMATAN RAYA KABUPATEN
SIMALUNGUN

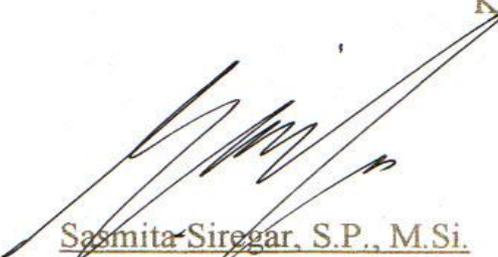
SKRIPSI

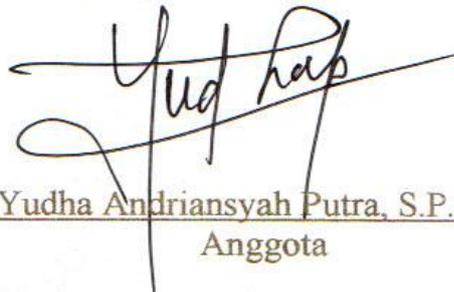
Oleh:

MUHAMMAD BEY TASMARA SUMITRO
1504300082
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing


Sasmita Siregar, S.P., M.Si.
Ketua


Yudha Andriansyah Putra, S.P., M.P.
Anggota

Disahkan Oleh:
Dekan


Ir. Asritanarai Munar, M.P.



Tanggal Lulus: 19 Maret 2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Muhammad Bey Tasmara Sumitro
NPM : 1504300082

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Petani Kopi Arabika Terhadap Pedagang Pengumpul dan Strategi Bisnis Usahatani Kopi Arabika Di Pematang Raya Kecamatan Raya Kabupaten Simalungun adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 19 Maret 2019

Yang menyatakan



Muhammad Bey Tasmara Sumitro

RINGKASAN

Kopi arabika merupakan komoditi unggulan yang banyak dibudidayakan oleh petani di Pematang Raya, harga jual kopi arabika yang murah dapat mengurangi tingkat kepuasan mereka. Kopi yang telah terjual di para petani nantinya akan di jual kembali oleh para pedagang pengumpul kopi dengan harga yang lebih mahal. Kemudian Petani kopi arabika di kecamatan raya belum mengerti untuk mengolah hasil kopi arabika mereka, kebanyakan menjualnya dalam bentuk buah yang disebut cherry. Maka dibutuhkan strategi untuk petani itu sendiri agar bisa memperoleh keuntungan yang lebih besar dengan analisis matriks SWOT.

Penelitian ini dilakukan di Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 285 petani kopi arabika, lalu dari seluruh populasi tersebut diambil 15% sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 43 petani kopi arabika. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui data primer yang didapat dari wawancara dan data sekunder didapat dari lembaga dan instansi terkait. Metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan skala likert dan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil yang didapat bahwa indeks skor sebesar 73,02% yang dimana tingkat kepuasan petani kopi arabika terhadap pedagang pengumpul adalah puas. Kemudian berdasarkan analisis SWOT, usahatani kopi arabika memerlukan seluruh strategi yang dimana pada dasarnya petani kopi arabika tersebut tidak menggunakan strategi dalam usahatannya. Strategi-strategi tersebut adalah strategi S-O, W-O, S-T dan W-T.

SUMMARY

Arabica Coffee is the flagship of the commodity a lot of educated farmers in Pematang Raya, Cheap coffee sales price may reduce their level of satisfaction. Coffee are sold by the farmer sold to dealers who collect the coffee for a more expensive price. Then Arabica coffee farmers in sub-district of Raya have not yet realized that to process the results of their Arabica coffee, most selling in the form of fruit called Cherry. Then He will assume a strategy so that farmers can earn more profits with the SWOT matrix analysis.

This study was conducted in Pematang Raya, sub-district of Raya, district of Simalungun. The Population in this research as much as 285 the Arabica coffee farmers, and then the rest of the population is 15%, so try this research as much as 43 for Arabica coffee farmers. The method Used for collecting data is derived from the basic data through interviews and secondary data received from institutions and related institutions. Used Data analysis methods use the Likert scale and the SWOT analysis.

Based on the results Obtained, it has been demonstrated that the index score is 73.02%, when Arabica's coffee brakes are collected by traders. Then based on the SWOT analysis, Arabica coffee farming requires a whole strategy in which, basically, Arabica coffee farmers do not use the strategies in their farming. These strategies are S-O, W-O, S-T, and W-T.

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Bey Tasmara Sumitro dilahirkan di Pematangsiantar, pada tanggal 05 Desember 1997. Penulis merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak **Sumitro Sastra** dan Ibu **Rumiani**.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis sebagai berikut :

1. Pada tahun 2003-2009, menjalani pendidikan di SD Negeri 122376 Kota Pematangsiantar.
2. Pada tahun 2009-2012, menjalani pendidikan di SMP Negeri 4 Kota Pematangsiantar.
3. Pada tahun 2012-2015, menjalani pendidikan di SMA Swasta Sultan Agung Kota Pematangsiantar.
4. Pada tahun 2015 sampai sekarang menjalani pendidikan perguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis.
5. Tahun 2018 melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara III Kebun Rambutan pada bulan Januari sampa bulan Februari.
6. Melaksanakan penelitian skripsi dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Petani Kopi Arabika Terhadap Pedagang Pengumpul dan Strategi Bisnis Usahatani Kopi Arabika (Studi Kasus : Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun)**”.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa kepada kedua orang tua tersayang Ayahanda Sumitro Sastra dan Ibunda Rumiani yang telah mendidik dan memberikan dukungan moril maupun materil serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakanda Konica Sumitro dan Adinda Muhammad Fria Fachrama Sumitro yang tersayang, atas dukungan dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Rekan kesayangan Fitri Ayu Dianti, atas semua dukungan dan doanya.
4. Ibu Sasmita Siregar, S.P., M.Si., selaku ketua pembimbing penulis dalam menyusun skripsi.
5. Bapak Yudha Andriansyah Putra, S.P., M.P., selaku anggota pembimbing penulis dalam menyusun skripsi.
6. Ibu Ir. Hj. Asritanarni Munar, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu dan Bapak dosen di Fakultas Pertanian terkhusus Program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

9. Seluruh jajaran biro Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian, yang telah membantu peneliti dari mulai penyusunan proposal dan skripsi.
10. Seluruh rekan-rekan penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama Program Studi Agribisnis angkatan 2015 khususnya Agribisnis 2.
11. Bapak Hendra Purba, Bapak Andi Damanik, dan Bapak Rudi Damanik atas bantuannya pada saat penelitian.
12. Petani kopi arabika di Pematang Raya yang menjadi sampel penulis atas waktunya dan bantuannya pada saat penelitian.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya. Satu dari sekian banyak nikmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai mana mestinya. Serta tak lupa Shalawat beriringkan salam penulis hibahkan kepada Nabi kita Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa risalah kepada umat manusia dan membawa manusia dari alam kegelapan menuju alam yang benderang seperti saat ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa yang akan menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul skripsi ini yaitu “Analisis Tingkat Kepuasan Petani Kopi Arabika Terhadap Pedagang Pengumpul Dan Strategi Bisnis Usahatani Kopi Arabika (Studi Kasus: Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun)”. Akhir kata penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bertujuan untuk penyempurnaan skripsi ini kearah yang lebih baik.

Medan, 19 Maret 2019

Penulis

Muhammad Bey Tasmara Sumitro
1504300082

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	6
Tujuan Penelitian	6
Kegunaan Penelitian	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
Petani	7
Kopi Arabika	7
Harga	9
Sikap	9
Kepuasan	10
Pedagang Pengumpul	10
Analisis SWOT	11
Penelitian Terdahulu	13
Kerangka Pemikiran	15
METODE PENELITIAN	17
Metode Penelitian	17
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	17
Metode Penarikan Sampel	17
Metode Pengumpulan Data	18
Metode Analisis Data	18

Defenisi Operasional.....	25
Batasan Operasional.....	27
DESKRIPSI UMUM LOKASI PENELITIAN.....	28
Gambaran Umum Geografis.....	28
Gambaran Umum Demografis.....	28
Sarana dan Prasarana Umum.....	29
Karakteristik Petani Sampel.....	31
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
Tingkat Kepuasan.....	35
Strategi Bisnis.....	39
KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
Kesimpulan.....	47
Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Luas Tanaman dan Produksi Kopi Arabika Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten/Kota 2017.....	3
2.	Interval Skor Jawaban Likert.....	19
3.	Klasifikasi Yang Menyatakan Sangat Puas, Puas, Cukup Puas, Tidak Puas, Sangat Tidak Puas Tolak Ukur Harga.....	20
4.	Klasifikasi Yang Menyatakan Sangat Puas, Puas, Cukup Puas, Tidak Puas, Sangat Tidak Puas Tolak Ukur Sikap Pedagang Pengumpul Kepada Petani Kopi Arabika.....	21
5.	Matriks SWOT.....	23
6.	Jumlah Penduduk Per Lingkungan.....	29
7.	Jumlah Prasarana Kesehatan.....	30
8.	Jumlah Prasarana Pendidikan.....	30
9.	Jumlah Prasarana Rumah Ibadah.....	31
10.	Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
11.	Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Umur.....	32
12.	Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	32
13.	Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Lama Berusaha Tani.....	33
14.	Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Luas Lahan.....	34
15.	Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Kepemilikan Lahan.....	34
16.	Uji Validitas dan Reliabilitas dari Tolak Ukur Harga (A) dan Sikap Pedagang Pengumpul Terhadap Petani (B).....	35
17.	Distribusi Jawaban Responden dari Tolak Ukur Harga (A) dan Sikap Pedagang Pengumpul Kepada Petani Kopi Arabika (B).....	36
18.	Matriks SWOT Usahatani Kopi Arabika di Pematang Raya.....	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran	16

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	51
2.	Karakteristik Petani Kopi Arabika di Pematang Raya.....	60
3.	Skor Jawaban Tingkat Kepuasan Petani Kopi Arabika Terhadap Pedagang Pengumpul dengan Tolak Ukur Harga (A) dan Sikap Pedagang Pengumpul Kepada Petani Kopi Arabika (B).....	62
4.	Cara Menentukan Skor Perhitungan Likert (Total Skor dan Skor Maksimal).....	63
5.	Uji Validitas dan Reliabilitas Tolak Ukur Harga (A) dan Sikap Pedagang Pengumpul Kepada Petani Kopi Arabika (B).....	64

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pulau Sumatera merupakan salah satu pulau terbesar di Indonesia dengan luas sekitar 443.065,8 km² dan merupakan pulau dengan perkembangan ekonomi terpesat kedua setelah Pulau Jawa. Kegiatan ekonomi yang cukup pesat di pulau ini didukung oleh potensi sumber daya alam wilayahnya yang melimpah serta lokasinya yang sangat strategis. Terletak di ujung barat wilayah kesatuan Indonesia yang berbatasan dengan Selat Malaka, Selat Sunda, dan Samudera Hindia, Pulau Sumatera memiliki akses yang sangat baik sehingga menjadi gerbang utama Indonesia di bagian barat (Sosilawati, 2017).

Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu daerah potensi perkebunan di Indonesia. Komoditas yang menjadi andalan adalah karet, kopi, kelapa sawit, dan coklat. Berdasarkan Badan Pusat Statistik produksi karet rakyat pada tahun 2017 yaitu 311.099 ton, produksi kopi robusta tahun 2017 yaitu 8.484,72 ton dan kopi arabika pada tahun 2017 yaitu 58.055,09 ton, produksi kelapa sawit pada tahun 2017 yaitu 6.068.178,45 ton, dan produksi coklat tahun 2017 yaitu 43.330,97 ton.

Kopi termasuk kelompok tanaman semak belukar dengan genus *Coffea*. Kopi termasuk ke dalam family *Rubiaceae*, subfamily *Ixoroideae*, dan suku *Coffeae*. Seorang bernama Linnaeus merupakan orang yang pertama mendeskripsikan spesies kopi (*Coffea arabica*) pada tahun 1753. Menurut Bridson dan Vercourt pada tahun 1988, kopi dibagi menjadi dua genus, yakni *Coffea* dan *Baracoffea*. Berdasarkan geografik (tempat tumbuh) dan rekayasa genetik, kopi dapat dibedakan menjadi lima, kopi yang berasal dari Ethiopia, Madagaskar, serta

Benua Afrika bagian barat, tengah dan timur (Illy, A dan Viani, R di dalam buku pintar kopi, 2011).

Di kabupaten Simalungun kopi dapat dikatakan komoditi primadona setelah kelapa sawit dan karet, berdasarkan data Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Utara tahun 2017 produksi kopi di kabupaten simalungun mencapai 9.743,50 ton. Adapun jenis kopi yang di tanam di kabupaten Simalungun adalah kopi robusta dan arabika. Peminat kopi tersebut banyak sekali, hampir semua masyarakat kabupaten Simalungun suka minum kopi dengan selera jenis kopi yang berbeda, sehingga kopi itu sendiri di tanam/budidayakan oleh masyarakat yang menjadi petani kopi arabika di kabupaten Simalungun.

Selain menjadi komiditi primadona, saat ini prospek dari kopi itu sendiri sangatlah baik dikarenakan sudah banyak olahan kopi arabika dengan berbagai jenis olahan kopi. Jenis kopi yang digemari oleh kalangan remaja saat ini adalah kopi arabika yang dimana memiliki karakter rasa yang cenderung asam. Selain itu arabika juga lebih kaya akan rasa dan aroma. Kopi menjadi trend kalangan remaja pada tahun 2018 ini, seperti halnya acara besar Indonesia *Coffee Event* membuat para barista dan pegiat kopi berlomba-lomba menunjukkan diri mereka. Yang mengikuti acara tersebut kebanyakan adalah kalangan remaja, yang dimana kopi menjadi gaya hidup bagi mereka saat ini. Tidak hanya itu terdapat juga stand coffe village dimana puluhan stand *coffee shop* dari kota-kota besar di Indonesia berkumpul.

Dengan prospek yang baik itu produksi dan harga menjadi hal yang harus dilihat oleh pelaku-pelaku usaha tani dan pelaku-pelaku usaha kopi. Maka dari pada itu, hal tersebut dapat menjadi kesempatan bagi petani untuk meningkatkan

lagi produksi kopi arabikanya, dan kualitasnya. Kopi arabika di kabupaten Simalungun memiliki produksi yang tinggi di provinsi Sumatera Utara. Dapat dilihat di tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Luas Tanaman dan Produksi Kopi Arabika Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten/Kota 2017.

Kabupaten/Kota	Luas Tanaman (ha)			Jumlah	Produksi (ton)
	TBM	TM	TTM		
Kabupaten					
01 Nias	-	-	-	-	-
02 Mandailing Natal	881,73	1 762,32	263,80	2 907,85	2 154,31
03 Tapanuli Selatan	1 260,90	963,50	906,00	3 130,40	1 073,86
04 Tapanuli Tengah	-	-	-	-	-
05 Tapanuli Utara	2 053,01	12 052,36	379,69	14 485,06	13 923,52
06 Toba Samosir	1 021,88	2 892,59	161,89	4 076,36	3 741,00
07 Labuhanbatu	-	-	-	-	-
08 Asahan	-	-	-	-	-
09 Simalungun	1 033,78	6 753,38	56,32	7 843,48	9 743,50
10 Dairi	2 146,00	7 660,00	876,00	10 682,00	8 409,00
11 Karo	2 590,44	5 755,00	33,00	8 378,44	6 877,02
12 Deli Serdang	139,80	359,25	31,00	530,05	347,40
13 Langkat	2,40	66,00	2,00	70,40	61,24
14 Nias Selatan	-	-	-	-	-
15 Humbang Hasundutan	2 270,14	7 927,34	1 177,02	11 374,50	6 807,10
16 Pakpak Bharat	165,00	644,00	140,14	949,14	1 050,79
17 Samosir	949,14	3 660,10	304,00	4 913,24	3 866,35
18 Serdang Bedagai	-	-	-	-	-
19 Batu Bara	-	-	-	-	-
20 Padang Lawas Utara	-	-	-	-	-
21 Padang Lawas	-	-	-	-	-
22 Labuhanbatu Selatan	-	-	-	-	-
23 Labuhanbatu Utara	-	-	-	-	-
24 Nias Utara	-	-	-	-	-
25 Nias Barat	-	-	-	-	-
Kota					
77 Padangsidempuan	-	-	-	-	-
78. Gunungsitoli	-	-	-	-	-
Sumatera Utara 2017^{*)}	14 514,22	50 495,84	4 330,86	69 340,92	58 055,09
2016	14 233,00	44 067,00	5 039,00	63 339,00	53 237,00
2015	13 416,00	43 012,00	3 387,00	59 815,00	49 085,00
2014	14 098,26	43 247,48	3 885,70	61 231,44	49 176,51

Sumber : Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Utara, 2017.

Dapat dilihat bahwa dari tabel diatas produksi kopi arabika di provinsi Sumatera Utara mengalami kenaikan pada tahun 2017 yang dimana mencapai angka 58.055,09 ton. Produksi kopi arabika tertinggi yaitu di kabupaten Tapanuli Utara yaitu sebesar 13.923,52 ton dan kabupaten Simalungun sebesar 9.743,50 ton. Di kabputaen Simalungun terdapat 14 kecamatan yang menanam dan memproduksi kopi arabika yaitu kecamatan Raya dengan produksi 1.658 ton, Purba dengan produksi 1.797,3 ton, Haranggaol Horizon dengan produksi 7,9 ton, Dolok Silau dengan produksi 856,4 ton, Pematang Silimakuta dengan produksi 1.436,1 ton, Silimakuta dengan produksi 798 ton, Dolok Pardamean dengan produksi 1.313,3 ton, Pematang Sidamanik dengan produksi 55,1 ton, Sidamanik dengan produksi 600,7 ton, Panei dengan produksi 280,9 ton, Girsang Sipangan Bolon dengan produksi 537,5 ton, Tanah Jawa dengan produksi 13,8 ton, Panombeian Panei dengan produksi 0,7 ton, Raya Kahean dengan produksi 25 ton. Data tersebut didapat dari Badan Pusat Statistik (2017). Dari data tersebut kecamatan Purba dan Raya menjadi sentra produksi kopi arabika dengan produksi terbanyak diantara kecamatan lain yang menanam dan memproduksi kopi arabika.

Namun dengan tingginya produksi kopi arabika di kabupaten Simalungun, belum tentu petani kopi arabika tersebut merasa puas dengan hasil jual produk kopi arabikanya, karena petani di kabupaten Simalungun khususnya kecamatan raya masih merasa harga jual kopi arabika yang murah dapat mengurangi tingkat kepuasan mereka. Kopi yang telah terjual di para petani nantinya akan di jual kembali oleh para pedagang pengumpul kopi dengan harga yang lebih mahal. Kemudian sikap pedagang pengumpul dapat membuat tingkat kepuasan seorang

petani menjadi berkurang jika pedagang pengumpul memperlakukan petani dengan tidak baik.

Lalu petani kopi arabika di kecamatan raya belum mengerti untuk mengolah hasil kopi arabika mereka, kebanyakan menjualnya dalam bentuk buah yang disebut cherry. Harga jual kopi arabika dalam bentuk buah cherry per kilogramnya masih tergolong murah yaitu Rp 8.000-9.000, lain halnya jika petani mengolahnya lagi menjadi biji kopi arabika yang sudah di roasting harganya akan lebih mahal yaitu bisa mencapai Rp 320.000/kg. Maka dibutuhkan strategi untuk petani itu sendiri agar bisa memperoleh keuntungan yang lebih besar dengan mengolah lagi kopi arabika tersebut untuk menambah nilai jualnya, yaitu dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang maupun ancaman maka diperlukannya analisis SWOT untuk membantu petani kopi arabika agar usahataniya bisa lebih baik lagi. Dengan demikian dari hal-hal yang sudah di sebutkan di atas bahwasannya, tingkat kepuasan petani akan terbantu jika para petani mengetahui strategi bisnis usahatani nya yang dapat di terapkan.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui dan mendalami lebih jauh tentang tingkat kepuasan petani kopi terhadap pedagang pengumpul di Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun dengan membuat penelitian yang berjudul **“Analisis Tingkat Kepuasan Petani Kopi Arabika Terhadap Pedagang Pengumpul Dan Strategi Bisnis Usahatani Kopi Arabika Di Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan petani kopi arabika terhadap pedagang pengumpul di Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun?
2. Bagaimanakah strategi bisnis usahatani kopi arabika di Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis tingkat kepuasan petani kopi arabika terhadap pedagang pengumpul di Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun.
2. Untuk mengidentifikasi strategi bisnis usahatani kopi arabika di Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana Tingkat Kepuasan Petani Kopi Arabika Terhadap Pedagang Pengumpul Dan Strategi Bisnis Usahatani Kopi Arabika Di Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan dan bahan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

TINJAUAN PUSTAKA

Petani

Secara umum, petani adalah orang yang melakukan usaha tani dengan memanfaatkan segala sumber daya hayati seperti bercocok tanam dan beternak untuk keberlangsungan hidup rumah tangga petani. Menurut Erizal Jamal (2006), ia agak kesulitan menemukan batasan baku tentang petani. Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (Cetakan Ketiga tahun 1990), menyatakan petani adalah orang yang mata pencahariannya bercocok tanam. Namun pengertian tersebut memiliki bias, sehingga perlu untuk membagi jenis petani sesuai dengan cakupan komoditas. Berikut pembagian sub sector petani menurut Badan Pusat Statistik (BPS):

1. Sub Sektor Tanaman Pangan seperti: padi, palawija
2. Sub Sektor Hortikultura seperti : Sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias & tanaman obat-obatan
3. Sub Sektor Tanaman Perkebunan Rakyat (TPR) seperti: kelapa, kopi, cengkeh, tembakau, dan kapuk odolan. Jumlah komoditas ini juga bervariasi antara daerah
4. Sub Sektor Peternakan seperti : ternak besar (sapi, kerbau), ternak kecil (kambing, domba, babi, dll), unggas (ayam, itik, dll), hasil-hasil ternak (susu sapi, telur, dll)
5. Sub Sektor Perikanan, baik perikanan tangkap maupun perikanan budidaya

Kopi Arabika

Menurut Edy Panggabean di dalam bukunya yang berjudul Buku Pintar Kopi mengatakan bahwa Awalnya jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia

adalah arabika, lalu liberika dan terakhir kopi jenis robusta. Kopi jenis arabika sangat baik ditanam di daerah yang berketinggian 1.000-2.000 mdpl. Semakin tinggi lokasi perkebunan kopi, cita rasa yang dihasilkan oleh biji kopi akan semakin baik. Karena itu, perkebunan kopi arabika hanya terdapat di beberapa daerah tertentu (di daerah yang memiliki ketinggian di atas 1.000 meter). Berikut ini beberapa daerah penanaman jenis kopi arabika yang terkenal di Indonesia.

1. Provinsi Sumatera Utara.
2. Provinsi Aceh.
3. Provinsi Lampung.
4. Beberapa provinsi di Pulau Sulawesi, Jawa dan Bali.

Berbagai klon unggulan dari Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (PPKKI), di antaranya AB 3, S 795, USDA 762, Kartika 1, Kartika 2, Andungsari 1 dan BP 416. Sebagai gambaran awal, hasil produksi arabika klon Kartika sekitar 800 – 2.500 kg/ha/tahun (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2002). Berikut karakteristik daun kopi arabika.

1. Dilihat dari tekstur dan ketebalannya kurus memanjang dan tebal
2. Dari warna daunnya hijau pekat dan bergaris gelombang seperti talang air karakteristik biji kopi arabika secara umum.
1. Rendemennya lebih kecil dari jenis kopi lainnya (18 – 20%).
2. Bentuknya agak memanjang.
3. Bidang cembungnya tidak terlalu tinggi.
4. Lebih bercahaya dibandingkan dengan jenis lainnya.
5. Ujung biji lebih mengkilap, tetapi jika dikeringkan berlebihan akan retak atau pecah.

6. Celah tengah (*center cut*) di bagian datar (perut) tidak lurus memanjang ke bawah, tetapi berlekuk.
7. Untuk biji yang sudah dipanggang (*roasting*), celah tengah terlihat putih.
8. Untuk biji yang sudah diolah, kulit ari kadang-kadang masih menempel di celah atau parit biji kopi.

Harga

Menurut Philip Kotler (2001) harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Harga adalah satu-satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk. Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli.

Sikap

Menurut Loudon & Della Bitta, 1993 di dalam buku Perilaku Konsumen karangan Nugroho, 2015 mengatakan bahwa sikap adalah suatu mental dan saraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan/atau dinamis terhadap perilaku. sikap dipandang mengandung tiga komponen yang terkait, yaitu kognisi (pengetahuan tentang objek), afeksi (evaluasi positif atau negative terhadap suatu objek), dan *cagnation* (perilaku aktual terhadap suatu objek).

Kepuasan

Menurut Muhammad Busro (2018) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan juga dapat dipandang sebagai suatu perbandingan apa yang harapan dengan apa yang diperoleh. Seseorang akan terpenuhi kepuasannya jika perbandingan tersebut cukup adil. Ketidakseimbangan perbandingan, khususnya yang merasa merugikan akan menimbulkan ketidakpuasan.

Kepuasan merupakan respons terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan realitas reward yang dirasakan. Dapat dikatakan bahwa kepuasan sebagai suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan, dalam arti semua yang dibutuhkan dapat diterima sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Kepuasan juga dapat dikatakan abstrak karena tingkat kepuasan seseorang terhadap hasil pekerjaan yang dikerjakan sangat tersembunyi. Menurut Hendi Irawan (2002) bahwasannya tingkat kepuasan itu sendiri dapat dikategorikan yaitu sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas dan sangat puas

Pedagang Pengumpul

Menurut Direktorat Jenderal Pajak, pedagang pengumpul adalah badan atau orang pribadi yang kegiatan usahanya mengumpulkan hasil kehutanan, perkebunan, pertanian dan perikanan dan menjual hasil-hasil tersebut kepada badan usaha industri/eksportir yang bergerak dalam sector kehutanan, perkebunan, pertanian dan perikanan.

Pedagang pengumpul adalah lembaga pemasaran independen yang terlibat pada saluran distribusi dengan motif ekonomi tertentu. Pengumpul sebagai

perantara memanfaatkan selisih (margin) sebagai keuntungan yang akan ia peroleh dari harga pembelian dan harga penjualan. Pengumpul tak selalu harus untung, karena dalam setiap kegiatan ekonomi, kendala atau resiko bisnis itu akan selalu ada (Tim Lentera, 2003).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi usaha. Analisis ini dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat di dalam suatu organisasi termasuk satuan bisnis tertentu sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang di hadapi perusahaan atau satuan bisnis tertentu.

Menurut David (2006), semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Menurut A. Wijaya Tunggal (2005), analisis swot merupakan identifikasi yang sistematis dari faktor-faktor dan strategis yang menggambarkan pedoman terkait. Dalam pengertian analisis SWOT tersebut dapat kita lihat beberapa faktor dari kekuatan (*strength*) yaitu segi lingkungan, karena ruang lingkup suatu bisnis dapat mempengaruhi akan kekuatan dari bisnis tersebut. Lingkungan adalah salah

satu faktor untuk menunjang keberhasilan perusahaan dalam persaingan. Untuk menentukan tujuan, sasaran, dan strategi-strategi yang akan diambil, diperlukan suatu analisa mendalam serta menyeluruh mengenai lingkungan dimana perusahaan atau satuan bisnis tertentu berada. Lingkungan tersebut dibagi dua yaitu,

1. Lingkungan Eksternal (lingkungan luar perusahaan atau satuan bisnis tertentu)
2. Lingkungan Internal (lingkungan dalam perusahaan atau satuan bisnis tertentu)

Faktor eksternal adalah suatu kekuatan yang berada di luar perusahaan dimana perusahaan tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadapnya sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja semua perusahaan atau satuan bisnis tertentu (Wahyudi, 2000).

Sedangkan lingkungan internal yaitu kemampuan menemukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya (Kotler, 2008). Yang merupakan landasan pertama dalam analisis SWOT dengan mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

1. Kekuatan (*strength*)

Yang dimaksud dengan kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komperatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat.

2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, kemampuan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh pengguna atau calo pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

3. Peluang (*opportunities*)

Merupakan situasi utama yang mendukung didalam lingkungan perusahaan. Yang dapat memberikan gambaran mengenai peluang adalah identifikasi segmen pasar sebelumnya, perubahan atau keadaan yang teratur, perubahan teknologi dan perbaikan hubungan dengan pembeli atau penjual.

4. Ancaman (*Threats*)

Merupakan kebalikan pengertian peluang, dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yaitu yang mengkaji tentang tingkat kepuasan oleh Berkat dan Revi Sunaryati (2015) yang berjudul Analisis Kepuasan Petani Terhadap Kegiatan Penyuluhan Pertanian Di Kelurahan Kalamangan, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah, yang di mana (1) Kegiatan penyuluhan

pertanian yang dilakukan oleh penyuluh telah memberikan kepuasan yang tinggi bagi para petani di Kelurahan Kalampangan. (2) Kualitas pelayanan penyuluhan pertanian dengan dimensi (a) *tangible* / keberwujudan, (b) *reliability* / keandalan, (c) *empaty* / kepedulian, mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan petani di Kelurahan Kalampangan Kota Palangka Raya.

Penelitian kedua yaitu mengkaji tentang analisis SWOT oleh Cicilia Tatimu (2014) yang berjudul Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Pada Rumah Makan Pondok Selera 88 IT Center, yang di mana dalam kesimpulannya mengatakan Banyaknya jumlah rumah makan yang ada membuat tingginya angka persaingan diantara usaha sejenis. Besarnya persaingan itu membuat pihak Rumah makan Pondok Selera 88 perlu menerapkan cara pemasaran yang tepat. Melalui SWOT (*strengths, weakness, opportunities dan threats*) Rumah makan Pondok Selera 88 memiliki peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang dapat disimpulkan sebagai berikut (1) Rumah makan Pondok Selera 88 memiliki lokasi yang cukup baik yaitu di *foodcourt* IT CENTER Manado dimana sudah terciptanya pasar. Sebab banyak pengunjung yang datang berbelanja di IT CENTER dan menyempatkan diri untuk makan ke lantai 5 di *foodcourt*. (2) Kelemahan yang dimiliki Rumah makan Pondok Selera 88 ini adalah belum dikenal oleh seluruh masyarakat Kota Manado. Karena hanya berupa counter makanan yang ada di *foodcourt* dan mungkin hanya orang yang datang ke IT CENTER yang mengenal rumah makan ini. (3) Terletak di tengah kawasan BOB (*Boulevard On Business*) dan berada di dalam pusat perbelanjaan bisa menjadi peluang bagi rumah makan ini apa bila ada pada bulan bulan mendekati hari raya untuk menambah besar omset. (4) Strategi yang di terapkan belum secara

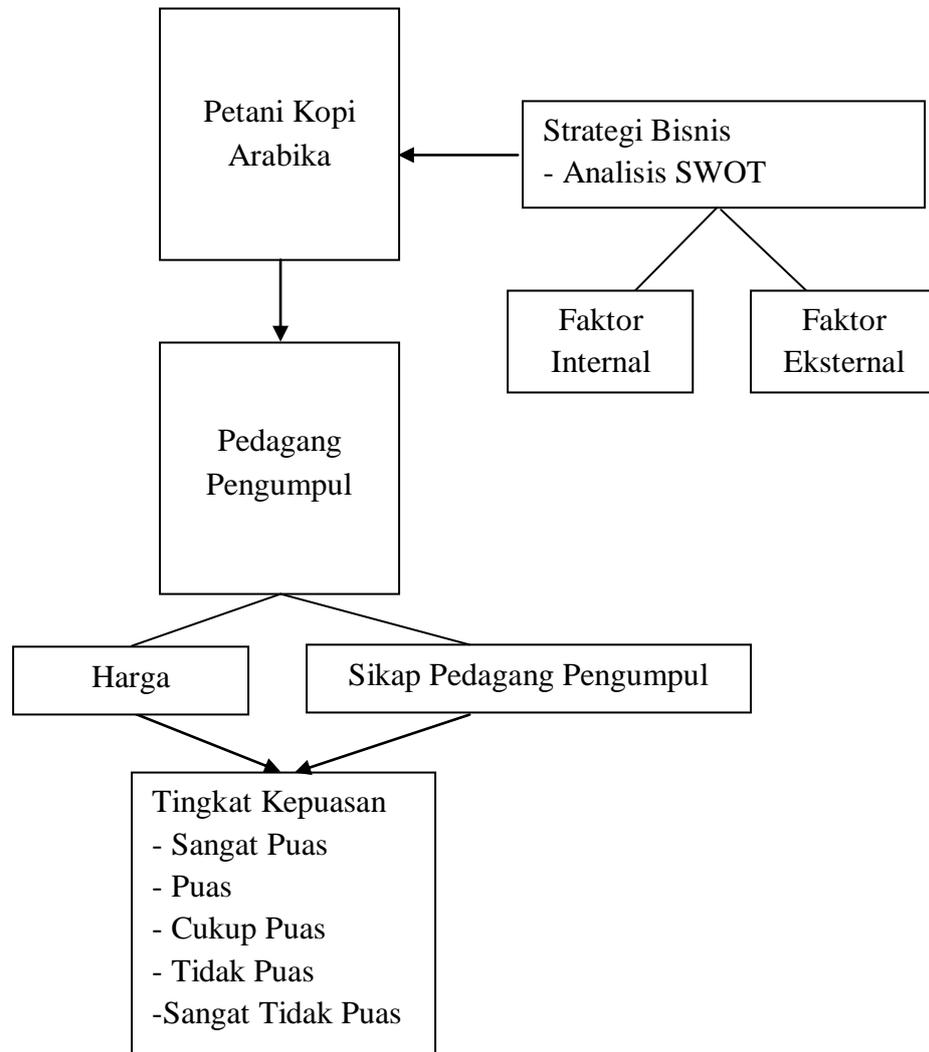
maksimal karena masih banyaknya kekurangan yang perlu dibenahi. seperti pada SDM yang kurangnya pelatihan secara mendalam. (5) Pada matriks SWOT terdapat beberapa alternative strategi-strategi yang dapat digunakan untuk di jadikan pertimbangan bagi rumah makan ini jika ingin membuka cabang. Seperti pada strategi SO dan ST.

Kerangka Pemikiran

Petani kopi arabika yang menjual produknya (kopi arabika dalam bentuk buah cherry) ke pedagang pengumpul, yang dimana harga ditentukan oleh pedagang pengumpul dengan harga normal yaitu Rp 8.000-9.000/kg. Maka peneliti ingin melihat tingkat kepuasan petani kopi arabika dengan harga yang ditentukan oleh pedagang pengumpul, apakah petani merasa puas dengan harga normal Rp 8.000-9.000/kg atau tidak puas dengan penipuan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul terhadap petani kopi arabika yaitu penentuan harga normal Rp 8.000-9.000/kg menjadi Rp 5.500-6.500/kg pada petani kopi arabika yang berbeda pada waktu yang sama. Lalu sikap pedagang pengumpul kepada petani menjadi tolak ukur karena beberapa petani pernah mengalami perlakuan yang tidak sopan oleh pedagang pengumpul, yang dimana dilakukannya analisis tingkat kepuasan apakah petani merasa sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas dan sangat tidak puas mengenai harga dan sikap pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika.

Kemudian para petani belum banyak mengetahui bagaimana cara meningkatkan nilai jual kopi arabika mereka, dengan itu peneliti membuat strategi bisnis dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman baik itu dari faktor internal maupun faktor eksternal usahatannya dengan menggunakan

analisis matriks SWOT. Untuk memperjelas alur dari proses perumusan tingkat kepuasan dan strategi bisnis tersebut maka dapat dilihat pada gambar 1.



Keterangan:

—————> = Menyatakan Hubungan

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan studi kasus, menurut Rianse dan Abdi (2012), *Case Study* (studi kasus) adalah suatu metode studi eksploratif dan analitis yang sangat cermat dan intensif mengenai keadaan suatu unit (kesatuan). Tujuan studi ialah mengetahui ada atau tidaknya faktor-faktor tertentu yang memberikan ciri khas pada tingkah laku sosial yang kompleks dari unit yang diteliti, juga untuk memahami relasi antara unit tersebut dengan *mileu* (lingkungan pergaulan) sekitarnya. *Case study* bisa ditujukan secara luas terhadap segenap segi siklus kehidupan, ataupun hanya mencakup satu sektor tertentu dan siklus kehidupan unit tersebut.

Metode Penentuan Lokasi

Penelitian ini akan dilakukan di Desa Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penentuan lokasi ini didasarkan atas pertimbangan di desa Pematang Raya banyak petani kopi arabika yang mengalami permasalahan sesuai judul penelitian.

Metode Penarikan Sampel

Jumlah populasi petani di Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun adalah sebanyak 285 orang yaitu petani kopi arabika yang menjual produknya ke pedagang pengumpul. Untuk menentukan besarnya sampel apabila subjek kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua sebagai sampel. Jika subjeknya lebih dari 100 dapat diambil antara 15 % atau 20-25% (Arikunto, 2006).

Berdasarkan pendapat tersebut dan keterbatasan peneliti mengambil sampel 15% dari jumlah populasi yaitu 285 jadi jumlah sampelnya adalah sebanyak 43 sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *Simpel Random Sampling*. Sampel random sederhana merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel (Siregar, 2012). Dengan itu dari jumlah populasi sebanyak 285 petani kopi arabika peneliti menjadikan sampelnya sebanyak 43 petani kopi arabika yang diambil dari jumlah populasi secara acak.

Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Teknik pengumpulan data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama (petani) dengan mewawancarai langsung petani yang telah terdaftar sebagai sampel, serta memberikan kuisisioner.
2. Teknik pengumpulan data sekunder, yaitu data pelengkap yang dikumpulkan dari lembaga dan instansi terkait yang dapat mendukung penelitian yang diperoleh dari Kantor Kelurahan Pematang Raya dan Dinas Perkebunan Kabupaten Simalungun.

Metode Analisis Data

Untuk menyelesaikan rumusan masalah pertama menggunakan skala likert dengan memberikan skor pada kuisisioner kemudian diinterpretasikan dalam bentuk

narasi. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016).

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen menggunakan gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skor dari setiap indikator sebagai berikut:

Sangat Puas (SP)	= 5
Puas (P)	= 4
Cukup Puas (CP)	= 3
Tidak Puas (TP)	= 2
Sangat Tidak Puas (STP)	= 1

Interpretasi Skor Perhitungan

Agar mendapatkan hasil intepretasi, terlebih dahulu harus diketahui nilai skor tertinggi (maksimal), indeks skor dan interval skor.

1. Menghitung Skor tertinggi

$$\text{Skor Maksimal} = \text{Jumlah Responden} \times \text{Skor Tertinggi Likert} \times \text{Jumlah Pertanyaan}$$

2. Menghitung Indeks Skor

$$\text{Indeks Skor (\%)} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100$$

3. Rumus Interval

$$I = \frac{100}{\text{Jumlah Skor Likert}}$$

Tabel 2. Interval skor jawaban likert

Indeks Skor	Keterangan
0 % -- 19.99%	Sangat Tidak Puas
20% -- 39.99%	Tidak Puas
40% -- 59.99%	Cukup Puas
60% -- 79.99%	Puas
80% -- 100%	Sangat Puas

(Nazir dan Risman, 2003)

Tabel 3. Klasifikasi Yang Menyatakan Sangat Puas, Puas, Cukup Puas, Tidak Puas, Sangat Tidak Puas Tolak Ukur Harga

Kategori	Indikator
Sangat Puas	<ul style="list-style-type: none"> - Pedagang pengumpul memberi tahu langsung kepada petani jika ada kenaikan harga. - Harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul kopi arabika dalam bentuk buah cherry yaitu Rp 8.000-9.000/kg. - Hasil yang diterima oleh petani 100%
Puas	<ul style="list-style-type: none"> - Harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul kopi arabika dalam bentuk buah cherry yaitu Rp 8.000-9.000/kg. - Hasil yang diterima oleh petani 100%
Cukup Puas	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil yang diterima oleh petani 100%
Tidak Puas	<ul style="list-style-type: none"> - Ada unsur penipuan terhadap harga di pedagang pengumpul, yaitu penentuan harga yang tidak wajar di waktu yang sama pada petani kopi arabika sebesar Rp 5.500-6.500/kg. - Adanya pemotongan harga yang tidak diketahui oleh petani, sehingga pada saat diterimanya uang dari hasil penjualan tidak 100% diterima oleh petani.
Sangat Tidak Puas	<ul style="list-style-type: none"> - Ada unsur penipuan terhadap harga di pedagang pengumpul, yaitu penentuan harga yang tidak wajar di waktu yang sama pada petani kopi arabika sebesar Rp 5.500-6.500/kg. - Adanya pemotongan harga yang tidak diketahui oleh petani, sehingga pada saat diterimanya uang dari hasil penjualan tidak 100% diterima oleh petani. - Petani tidak memberikan informasi mengenai kenaikan harga

Tabel 4. Klasifikasi Yang Menyatakan Sangat Puas, Puas, Cukup Puas, Tidak Puas, Sangat Tidak Puas Tolak Ukur Sikap Pedagang Pengumpul Kepada Petani Kopi Arabika

Kategori	Indikator
Sangat Puas	<ul style="list-style-type: none"> - Pedagang pengumpul memperlakukan petani dengan baik. - Tidak melakukan kecurangan pada saat melakukan penimbangan buach cherry. - Pedagang pengumpul tidak berkata kasar kepada petani.
Puas	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak melakukan kecurangan pada saat melakukan penimbangan buach cherry. - Pedagang pengumpul tidak berkata kasar kepada petani.
Cukup Puas	<ul style="list-style-type: none"> - Pedagang pengumpul tidak berkata kasar kepada petani.
Tidak Puas	<ul style="list-style-type: none"> - Pedagang pengumpul melakukan penipuan pada saat melakukan penimbangan buah cherry. - Perlakuan pedagang pengumpul tidak baik terhadap petani, seperti tidak sopan ke petani, berkata kasar dan tidak menghargai petani.
Sangat Tidak Puas	<ul style="list-style-type: none"> - Pedagang pengumpul melakukan penipuan pada saat melakukan penimbangan buah cherry. - Perlakuan pedagang pengumpul tidak baik terhadap petani, seperti tidak sopan ke petani, berkata kasar dan tidak menghargai petani. - Petani dipersulit oleh pedagang pengumpul dalam penyaluran produknya, mempersulit dalam arti, pedagang pengumpul tidak datang langsung ke petani melainkan petani yang datang ke pedagang pengumpul, sedangkan tidak semua petani yang memiliki transportasi pengangkut untuk bisa datang mengantarkan produknya ke pedagang pengumpul.

Untuk penyelesaian rumusan masalah kedua menggunakan analisis deskriptif yakni analisis SWOT.

Matrik SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)

Matrik SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para pembuat keputusan untuk mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO (Kekuatan-Peluang), Strategi WO (Kelemahan-Peluang), Strategi ST (Kekuatan Ancaman) dan Strategi WT (Kelemahan-Ancaman). Identifikasi faktor-faktor eksternal dan internal dilakukan secara interaktif antara responden dan peneliti. Sehingga faktor-faktor internal dan eksternal yang terdapat dalam matriks SWOT berdasarkan hasil kajian dari peneliti yang sudah didiskusikan dengan responden yang dalam hal ini adalah petani kopi arabika desa Pematang Raya.

Matrik SWOT digunakan untuk menyusun strategi usahatani. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi petani disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi SO, strategi WO, strategi WT, dan strategi ST. Langkah-langkah menyusun matrik SWOT adalah sebagai berikut :

1. Peluang eksternal usahatani yang menentukan
2. Tuliskan ancaman eksternal usahatani yang menentukan
3. Tuliskan kekuatan internal usahatani yang menentukan
4. Tuliskan kelemahan internal usahatani yang menentukan
5. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat.

6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO dalam sel yang tepat.
7. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat.
8. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman dan mencatat resultan strategi WT dalam sel yang tepat.

Tabel 5. Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH-S Faktor-Faktor Kekuatan Internal Usahatani	WEAKNESS-W Kelemahan Internal Usahatani
OPPORTUNITIES-O Peluang Faktor Eksternal Usahatani	STRATEGI S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS-T Ancaman Faktor Eksternal Usahatani	STRATEGI S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2014.

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran petani, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan tersebut untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki petani untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Hasil dari matrik SWOT ini sendiri diharapkan dapat memberikan beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh petani agar tujuan awal dari usahatani tercapai dan kegiatan usahatani dapat memberikan hasil yang maksimal. Dalam perumusan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usahatani diperlukan diskusi lebih mendalam dengan petani sehingga dilakukan tanya jawab secara *iterative*. Diskusi yang dilakukan dengan petani bertujuan agar dalam penelitian ini dapat merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi usahatani. Pertimbangan petani dan hasil analisis penelitian akan menjadi acuan utama dalam pembuatan matriks SWOT ini.

Untuk menguji apakah instrumen yang digunakan terukur dan akurat maka digunakan uji validitas dan reliabilitas terhadap data dengan menggunakan program SPSS

Uji Validitas

Validitas menguji seberapa baik suatu instrumen dibuat untuk mengukur konsep tertentu yang ingin diukur (Sekaran, 2006). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil validitas dari setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada besarnya angka yang terdapat pada kolom *Corrected Item Total Correlation*. Dengan dasar pengambilan keputusan berikut :

- a) Jika r hitung positif serta r hitung $>$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut valid. Namun jika r hitung positif serta $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid
- b) Jika r hitung $>$ r tabel, tetapi bertanda negatif, maka butir atau variabel tersebut tidak valid

Uji Realibilitas

Realibilitas suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Dengan kata lain keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi dimana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai ketepatan sebuah pengukuran. Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian realibilitas ini adalah dengan menggunakan metode alpha cronbach's yang dimana satu kuisioner dianggap reliabel apabila cronbach's alpha $>$ 0,600 (Mudrajad Kuncoro, 2013).

Definisi dan Batasan Operasional

a. Definisi Operasional

1. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.
2. Strategi bisnis usahatani adalah upaya usahatani dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan yang terintegrasi serta dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis usahatani untuk memenuhi dan mencapai tujuan.

3. SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau bisnis.
4. Kekuatan (*strength*) adalah faktor-faktor internal positif yang berperan terhadap kemampuan usahatani kopi arabika di Pematang Raya dengan segala keunggulan yang dimiliki dan kemampuan untuk mempertahankan posisinya untuk mencapai tujuannya.
5. Kelemahan (*weakness*) adalah faktor-faktor internal negatif yang menghalangi kemampuan usahatani kopi arabika di Pematang Raya yang tidak dilakukan dengan baik atau tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya.
6. Peluang (*opportunities*) adalah faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh usahatani kopi arabika di Pematang Raya karena hal yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuannya.
7. Ancaman (*threats*) adalah segala macam bahaya yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi oleh usahatani kopi arabika di Pematang Raya.
8. Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survey.
9. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur.
10. Uji reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama.
11. Populasi adalah jumlah petani kopi arabika yang menjual produk komoditinya ke pedagang pengumpul.

12. Sampel adalah bagian dari petani kopi arabika yang menjual produk komoditinya ke pedagang pengumpul.
13. Simple random sampling adalah suatu tipe sampling probabilitas, di mana peneliti dalam memilih sampel dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk ditetapkan sebagai anggota sampel.
14. Penipuan adalah sebuah kebohongan yang dibuat untuk keuntungan pribadi (pedagang pengumpul) tetapi merugikan orang lain (petani kopi arabika).

b. Batasan Operasional

1. Penelitian ini dilakukan di Desa Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun.
2. Sampel penelitian adalah petani kopi arabika yang menjual produk komoditinya ke pedagang pengumpul
3. Untuk menyelesaikan analisis matriks SWOT, penulis melakukan interview dan menganalisis langsung ke petani kopi arabika.
4. Untuk mengukur tingkat kepuasan petani kopi arabika sesuai dengan indikator kategori yang dibuat di metode penelitian.
5. Penipuan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul terhadap petani kopi arabika yaitu penentuan harga normal Rp 8.000-9.000 menjadi Rp 5.500-6.500 pada petani kopi arabika yang berbeda pada waktu yang sama.

DESKRIPSI UMUM LOKASI PENELITIAN

Gambaran Umum Geografis

Pematang Raya merupakan Kelurahan yang sejak tahun 2008 ditetapkan sebagai pusat Pemerintahan Kabupaten Simalungun. Pematang Raya salah satu Kelurahan dari 5 Kelurahan dan 17 Desa di Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun. Kelurahan Pematang Raya memiliki luas sekitar 32,00 Km² atau sekitar 9,64% dari luas keseluruhan Kecamatan Raya, dengan batas-batas sebagai berikut:

- Sebelah Timur berbatasan dengan : Kelurahan Sondi Raya
- Sebelah Barat berbatasan dengan : Kelurahan Dalig Raya
- Sebelah Utara berbatasan dengan : Desa Silou Buttu
- Sebelah Selatan berbatasan dengan : Kelurahan Baringin Raya

Gambaran Umum Demografis

Kelurahan Pematang Raya merupakan Kelurahan dengan tingkat kepadatan penduduk tertinggi di Kecamatan Raya yakni memiliki jumlah penduduk sebanyak 4.453 jiwa, yang terdiri atas 2.163 jiwa laki-laki dan 2.290 jiwa perempuan. Ditinjau dari segi agama, penduduk Kelurahan Pematang Raya mayoritas menganut agama Kristen yaitu sebesar 90%, baik Kristen Protestan maupun Kristen Katolik, dan yang menganut agama islam sebesar 10%. Begitu juga dari segi suku, penduduk Kelurahan Pematang raya mayoritas suku Batak Simalungun sebesar 95% dan 5% suku lain seperti jawa dan melayu. Adapun jumlah penduduk per Lingkungan di Kelurahan Pematang Raya dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Per Lingkungan.

No	Lingkungan	Penduduk		
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Lingkungan Tambarasi	77	81	158
2	Lingkungan Naga Tengah	121	135	256
3	Lingkungan Tambahan	138	190	328
4	Lingkungan Jl. Salain Timur	102	109	211
5	Lingkungan Jl. Salain Barat	117	130	247
6	Lingkungan Jl. Rajamin Purba	132	132	264
7	Lingkungan Jl.Pdt.J.Wismar Barat	75	87	162
8	Lingkungan Jl.Pdt.J.Wismar Timur	92	96	188
9	Lingkungan Dolok Kasian	57	58	115
10	Lingkungan Mangadei	95	96	191
11	Lingkungan Jl.Dr.Jasamen	132	156	288
12	Lingkungan Jl.Sudriman Barat	141	134	275
13	Lingkungan Jl.Sudirman Timur	70	78	148
14	Lingkungan Jl.Rondahaim Timur	122	107	229
15	Lingkungan Jl.Rondahaim Barat	127	131	258
16	Lingkungan Aman Raya	63	65	128
17	Lingkungan Jl. Manjung	127	143	270
18	Lingkungan Jalan Kartini	123	127	250
19	Lingkungan Jl. Sutomo Timur	252	235	487
Total		2.163	2.290	4.453

Sumber : Data Sekunder Kantor Kelurahan Pematang Raya, 2018.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah penduduk terbanyak berdasarkan jumlah penduduk per Lingkungan yaitu di Lingkungan Jl. Sutomo sebanyak 487 jiwa. kemudian di Lingkungan Tambahan sebanyak 328 jiwa. Total penduduk laki-laki dari keseluruhan jumlah per Lingkungan di Kelurahan Pematang Raya yaitu 2.163 jiwa dan perempuan sebanyak 2.290 jadi total penduduk di Kelurahan Pematang Raya adalah sebanyak 4.453 jiwa.

Sarana Dan Prasaran Umum

Bidang Kesehatan

Berikut adalah jumlah prasarana kesehatan yang ada di Kelurahan Pematang Raya, dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Prasarana Kesehatan.

No	Uraian	Jumlah (Unit)
1	Rumah Sakit	-
2	Puskesmas	1
3	Puskesmas Pembantu	-
4	Posyandu	4
Total		5

Sumber : Data Sekunder Kantor Kelurahan Pematang Raya, 2018.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa prasarana kesehatan yang ada di Kelurahan Pematang Raya yaitu 1 unit Puskesmas dan 4 unit Posyandu. Jadi total prasarana kesehatan di Kelurahan Pematang Raya adalah sebanyak 5 unit.

Bidang Pendidikan

Berikut adalah jumlah prasarana pendidikan yang ada di Kelurahan Pematang Raya, dapat dilihat pada tabel 8 .

Tabel 8. Jumlah Prasarana Pendidikan.

No	Uraian	Jumlah (Unit)
1	SMA	3
2	SMP	3
3	SD	4
4	TK/PAUD	3
Total		13

Sumber : Data Sekunder Kantor Kelurahan Pematang Raya, 2018.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah prasarana pendidikan SMA sebanyak 3 unit, SMP 3 unit, SD 4 unit dan TK/PAUD sebanyak 3 unit. Jadi jumlah keseluruhan prasarana pendidikan di Kelurahan Pematang Raya adalah sebanyak 13 unit.

Rumah Ibadah

Berikut adalah jumlah rumah ibadah yang ada di Kelurahan Pematang Raya, dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jumlah Prasarana Rumah Ibadah.

No	Uraian	Jumlah (Unit)
1	Gereja	10
2	Masjid	1
Total		11

Sumber : Data Sekunder Kantor Kelurahan Pematang Raya, 2018.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah Gereja sebanyak 10 unit dan Masjid 1 unit, jadi total prasarana rumah ibadah di Kelurahan Pematang Raya sebanyak 11 unit.

Karakteristik Petani Sampel

a. Karakteristik Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah jumlah sampel berdasarkan jenis kelamin baik laki-laki dan perempuan, dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	32	74,4
Perempuan	11	25,6
Total	43	100

Sumber : Data Primer, 2018.

Dari Tabel 10, dapat diketahui bahwa jumlah petani sampel berdasarkan jenis kelamin terbanyak yaitu laki-laki sebanyak 32 orang dengan persentase 74,4%, dan perempuan sebanyak 11 orang dengan persentase 25,6%.

b. Karakteristik Sampel Berdasarkan Umur

Berikut adalah jumlah sampel berdasarkan umur, dapat dilihat pada Tabel

11.

Tabel 11. Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Umur.

Usia Petani (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
30 – 39	14	32,5
40 – 49	10	23,2
50 – 59	11	25,6
60 – 69	6	14,1
70 – 79	2	4,6
Total	43	100

Sumber : Data Primer, 2018.

Dari Tabel 11 dapat diketahui bahwa jumlah petani sampel berdasarkan umur terbanyak yaitu berusia antara 30-39 tahun sebanyak 14 petani dengan persentase yaitu 32,5% , kemudian berusia antara 50-59 tahun sebanyak 11 petani dengan persentase 25,6%, berusia 40-49 tahun sebanyak 10 petani dengan persentase 23,2% berusia 60-69 tahun sebanyak 6 petani dengan persentase 14,1% dan 70-79 tahun hanya 2 petani dengan persentase 4,6%.

c. Karakteristik Sampel Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berikut adalah jumlah sampel berdasarkan tingkat pendidikan, baik itu tidak bersekolah, SD, SMP, SMA dan Sarjana, dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Tidak Bersekolah	2	4,7
SD	0	0
SMP	10	23,2
SMA	28	65,1
Sarjana	3	7
Total	43	100

Sumber: Data Primer, 2018.

Dari Tabel 12 dapat diketahui bahwa jumlah petani sampel berdasarkan pendidikan yaitu sebanyak 28 petani berpendidikan SMA dengan persentase 65,1%, 10 petani berpendidikan SMP dengan persentase 23,2%, 3 petani berpendidikan Sarjana (Keguruan, Pertanian dan Hukum) dengan persentase 7%, kemudian 2 petani yang tidak bersekolah dengan persentase 4,7%, dan tidak ada petani yang berpendidikan SD.

d. Karakteristik Sampel Berdasarkan Lama Berusaha Tani

Berikut adalah jumlah sampel berdasarkan lama berusaha tani, dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Lama Berusaha Tani

Lama Berusaha Tani (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
0 – 9	3	7
10 – 19	31	72,1
20 – 29	6	13,9
30 – 39	3	7
Total	43	100

Sumber: Data Primer, 2018.

Dari Tabel 13 dapat diketahui bahwa jumlah petani sampel berdasarkan lama berusaha yaitu 10-19 tahun sebanyak 31 petani dengan persentase 72,1%, 20-29 tahun sebanyak 6 petani dengan persentase 13,9%, 0-9 tahun dan 30-39 tahun masing-masing sebanyak 3 petani dengan persentase yang sama yaitu 7%.

e. Karakteristik Sampel Berdasarkan Luas Lahan

Berikut adalah jumlah sampel berdasarkan luas lahan, dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Luas lahan

Luas Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< 0,25	14	32,6
0,26 – 0,50	10	23,2
0,51 – 0,75	10	23,2
0,76 – 1	9	21
Total	43	100

Sumber: Data Primer, 2018.

Dari Tabel 14 dapat diketahui bahwa jumlah petani sampel berdasarkan luas lahan yaitu sebanyak 14 petani yang memiliki luas lahan sebesar <0,25 Ha dengan persentase 32,6%, sebanyak 10 petani yang memiliki luas lahan sebesar 0,26-0,50 Ha dengan persentase 23,2%, kemudian sebanyak 10 petani yang memiliki luas lahan 0,51-0,75 dengan persentase 23,2% dan sebanyak 9 petani yang memiliki luas lahan 0,76-1 Ha dengan persentase 21%.

f. Karakteristik Sampel Berdasarkan Kepemilikan Lahan

Berikut adalah jumlah sampel berdasarkan kepemilikan lahan baik itu milik sendiri atau menyewa, dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Jumlah Petani Sampel Berdasarkan Kepemilikan Lahan

Kepemilikan Lahan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Milik Sendiri	43	100
Total	43	100

Sumber: Data Primer, 2018.

Dari Tabel 15 dapat diketahui bahwa 43 petani berdasarkan kepemilikan lahan yaitu 100% milik sendiri, dan tidak petani yang menyewa lahan di Pematang Raya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kepuasan

Harga dan Sikap Pedagang Pengumpul Kepada Petani Kopi Arabika

Sebelum dilakukan pembahasan mengenai tolak ukur harga dan sikap pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika pada pertanyaan di kuisioner, maka terlebih dahulu harus dilakukan uji validitas dan realibilitas dari kuisioner ini. Uji validitas dan realibilitas ini berfungsi untuk melihat sejauh mana instrumen pertanyaan ini dapat mengukur apa yang seharusnya diukur dan melihat sejauh mana pengukuran ini tanpa bias (bebas kesalahan). Untuk uji validitas dan realibilitas dari tolak ukur harga (A) dan sikap pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika (B) dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Uji Validitas dan Reliabilitas dari Tolak Ukur Harga (A) dan Sikap Pedagang Pengumpul Terhadap Petani (B)

Instrumen	r Hitung	r Tabel	Cronbach Alpha	Keterangan Uji	
				Validitas	Reliabilitas
A	0,897	0,388	0,794	Valid	Reliabel
B	0,879	0,388		Valid	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2018.

Dari Tabel 16 dapat dilihat bahwa r hitung $>$ r tabel, dan *Cronbach Alpha* $>$ 0,600. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item instrumen tolak ukur harga (A) dan sikap pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika (B) yaitu valid dan reliabel untuk dijadikan instrumen penelitian sesuai dengan pendapat Kuncoro (2013) yang mengatakan bahwa apabila r hitung $>$ r tabel dan *cronbach alpha* $>$ 0,600, maka instrumen tersebut valid dan reliabel untuk digunakan.

Pembahasan

Dari penelitian dilapangan dengan instrumen pertanyaan yang telah diuji didapat jawaban dari responden yang beragam. Untuk distribusi jawaban dari setiap instrument pertanyaan dengan tolak ukur harga (A) dan sikap pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika (B) dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Distribusi Jawaban Responden dari Tolak Ukur Harga (A) dan Sikap Pedagang Pengumpul Kepada Petani Kopi Arabika (B)

Instrumen	SP	P	CP	TP	STP
A	7	17	15	3	1
B	5	21	16	1	-

Sumber: Data Primer, 2018.

Pada Tabel 17, dapat dilihat bahwa distribusi jawaban responden dari tolak ukur harga (A), yaitu sebanyak 17 petani menyatakan puas (P), 15 petani yang menyatakan cukup puas (CP), 7 petani menyatakan sangat puas (SP), kemudian 3 petani menyatakan tidak puas (TP) dan 1 petani yang menyataka sangat tidak puas (STP). Kemudian distribusi jawaban responden dari tolak ukur sikap pedagang pengumpul kepada petani (B), yaitu sebanyak 21 petani menyatakan puas (P), sebanyak 16 petani menyatakan cukup puas (CP), 5 petani menyatakan sangat puas (SP), kemudian 1 petani menyatakan tidak puas (TP), dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak puas (STP), berikut penjelasan lebih lanjut :

1. A yaitu tingkat kepuasan petani kopi arabika terhadap pedagang pengumpul mengenai harga.

Dari instrumen pertanyaan A sebanyak 17 responden (39,5%) menjawab puas (P), 15 responden (35%) menjawab cukup puas (CP), 7 responden (16,2%) menjawab sangat puas (SP), kemudian 3 responden (7%) menjawab tidak puas (TP) dan 1 (2,3%) responden menjawab sangat tidak puas (STP). Dari jawaban responden tersebut dapat kita gambarkan bahwa responden merasa puas dengan

harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika, walaupun ada 3 responden yang menjawab tidak puas dan 1 responden menjawab sangat tidak puas. Adapun rasa kepuasan yang diberikan oleh pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika mengenai harga buah cherry yaitu harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul kopi arabika dalam bentuk buah cherry yaitu Rp 8.000-9.000, dan hasil yang diterima oleh petani 100% dari hasil penjualannya kepada pedagang pengumpul. Kemudian untuk responden yang menjawab tidak puas sebanyak 3 petani (7% dari 43 petani) dan 1 petani (2,3% dari 43 petani) yang menyatakan sangat tidak puas, mereka pernah di tipu oleh pedagang pengumpul yaitu dalam penentuan harga yang tidak wajar di waktu yang sama sebesar Rp. 5.500-6.500, kemudian adanya pemotongan harga yang tidak diketahui oleh petani, sehingga pada saat diterimanya uang dari hasil penjualan tidak 100% diterima oleh petani, dan pedagang pengumpul tidak memberikan informasi mengenai kenaikan harga buah cherry. Petani yang menyatakan tidak puas (3 petani) menjual produknya ke pedagang pengumpul yang sama, tetapi berbeda dengan petani yang menyatakan sangat tidak puas (1 petani), ia menjualnya ke pedagang pengumpul yang lain.

2. B yaitu sikap pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika.

Dari instrument pertanyaan B sebanyak 21 responden (48,9%) menjawab puas (P), 16 (37,2) responden menjawab cukup puas (CP), kemudian 5 (11,6) responden menjawab sangat puas (SP), dan 1 (2,3%) responden menjawab tidak puas (TP). Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa petani kopi arabika merasa puas terhadap sikap pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika. Kepuasan petani kopi arabika bahwa pedagang pengumpul tidak

melakukan kecurangan pada saat melakukan penimbangan buah cherry dan pedagang pengumpul tidak berkata kasar kepada petani. Namun ada 1 petani (2,3 % dari 43 petani) kopi arabika yang menjawab tidak puas karena Pedagang pengumpul melakukan penipuan pada saat melakukan penimbangan buah cherry. Perlakuan pedagang pengumpul tidak baik terhadap petani, seperti : tidak sopan ke petani, berkata kasar dan tidak menghargai petani. Pedagang pengumpul tersebut adalah pedagang pengumpul yang sama pada petani yang menyatakan sangat tidak puas pada tolak ukur harga.

Interpretasi Skor Perhitungan

Dari seluruh jawaban instrumen pertanyaan pada tolak ukur harga (A) dan sikap pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika (B) dari responden diatas, maka dapat dilihat indeks skor jawaban yang di dapat yaitu:

1. Total Skor = 314
2. Skor maksimal = 430
3. Indeks Skor = $\frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$
 $= \frac{314}{430} \times 100\%$
 $= 73,02 \%$

Pada interval skor jawaban likert bahwa 0% - 19,99% adalah sangat tidak puas, 20% - 39,99% adalah tidak puas, 40% - 59,99% adalah cukup puas, kemudian 60% - 79,99% adalah puas dan 80% - 100% adalah sangat puas. Total skor yang didapat adalah 314 (Dapat dilihat pada Lampiran 3) dan skor maksimal yang didapat adalah 430 (Cara penentuan skor maksimal dapat dilihat pada Lampiran 4). Jadi indeks skor yang didapat adalah sebesar 73,02 % sehingga jika dilihat pada interval skor jawaban likert adalah pada interval puas. Dapat

disimpulkan bahwa tingkat kepuasan petani kopi arabika terhadap pedagang pengumpul adalah puas pada tolak ukur harga (A) dan sikap pedagang pengumpul terhadap petani kopi arabika (B).

Strategi Bisnis

Setelah dilakukannya interview/wawancara kepada petani kopi arabika di Pematang Raya sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner, sehingga penulis mengetahui apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman yang ada pada usahatani kopi arabika. Berikut penjelasan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usahatani kopi arabika.

Kekuatan

Kekuatan adalah keadaan positif di dalam internal usahatani kopi arabika. Beberapa kekuatan yang dimiliki oleh usahatani kopi arabika adalah:

1. Buah cherry yang dihasilkan oleh petani kopi arabika di Pematang Raya memiliki kualitas yang baik (buah cherry yang dihasilkan tidak cacat pada buahnya) karena dapat dilihat dari banyaknya pedagang pengumpul, dan pelaku usaha kopi yang mengincar kopi arabika dalam bentuk buah cherry dari Pematang Raya.
2. Para petani kehidupannya berpangku pada usahatani kopi arabika, karena usahatani kopi arabika tersebut menghasilkan keuntungan yang besar (dalam sebulan didapat keuntungan sebesar Rp. 5.000.000-7.000.000 penjualan dalam bentuk basah atau buah cherry), sehingga kehidupannya sangat berpengaruh terhadap usahatani kopinya.

3. Harga kopi arabika dalam bentuk buah cherry di Pematang Raya dapat dikatakan tinggi (Rp 8.000-9.000/kg) di bandingkan daerah lain di Kabupaten Simalungun, seperti Kecamatan Purba dan Sidamanik.

Kelemahan

Kelemahan adalah kekurangan atau hal-hal negatif yang ada pada usahatani kopi arabika, adapun kelemahannya adalah :

1. Petani sebagai pelaku usahatani kopi arabika di Pematang Raya belum semua mengetahui cara pengolahan buah cherry ke biji kopi dengan baik. Seperti teknik penyangraian (roasting) kopi.
2. Petani yang menjadi sampel penelitian tidak menerapkan strategi bisnis, karena mereka hanya menjalankan usahatannya berdasarkan apa yang didapatnya dari lapangan saja. Sebagai contoh, pengolahan usahatani kopi arabika mereka hanya memetik, mengumpulkan buah cherry dan menjualnya, tidak ada penambahan strategi pada usahatannya.
3. Petani belum banyak mengetahui informasi-informasi penting mengenai tanaman kopi arabika, sebagai contoh banyak tanaman kopi seharusnya dilakukan penanaman kembali setelah berusia 15 tahun tetapi banyak petani yang tanamannya sudah berumur 30 tahun.
4. Peran pemerintah sampai sekarang belum terlihat mengenai bantuan, maupun tenaga penyuluh mengenai tanaman kopi arabika, sehingga hal-hal penting yang seharusnya diketahui oleh petani, kenyataannya tidak.
5. Tidak adanya penggunaan teknologi panen maupun pasca panen yang dapat menunjang kegiatan usahatani kopi arabika mereka.

6. Kurangnya modal usahatani di beberapa petani kopi arabika, sehingga petani tersebut kekurangan biaya untuk membeli pupuk maupun obat-obatan.

Peluang

Peluang adalah kondisi-kondisi eksternal usahatani kopi arabika yang dapat membantu mencapai strateginya. Adapun yang menjadi peluang usahatani kopi arabika adalah :

1. Saat ini kopi arabika di Pematang Raya memiliki peluang harga yang tinggi karena, dengan harganya yang tinggi (buah cherry Rp.8.000-9.000/kg, dan biji kopi yang sudah di roasting Rp. 320.000/kg) membuat usahatani ini mulai berkembang lagi.
2. Kopi arabika di Pematang Raya sudah mulai banyak dikenal oleh kalangan bisnis kopi di Pulau Sumatera maupun luar pulau Sumatera, dapat dikatakan sudah meraih pasar yang cukup luas, adapun beberapa kota di Pulau Sumatera dan luar Sumatera yang menjadi pasar kopi arabika di Pematang Raya yaitu Nias, Pekanbaru, Jakarta dan Tangerang.

Ancaman

1. Pedagang pengumpul mendesak petani kopi arabika untuk menjual dalam bentuk kering, sedangkan petani biasanya menjual dalam bentuk basah (buah cherry). Hal tersebut karena, pelaku usaha kopi yang membeli kopi dari Pematang Raya memerlukan kopi dalam bentuk kering dengan jumlah besar sehingga pedagang pengumpul mendesak petani untuk menjual dalam bentuk kering tidak lagi basah.
2. Ciri khas kopi yang di beli pedagang pengumpul dari Sidikalang yang mengatas namakan kopi dari Pematang Raya milik sendiri, sehingga petani kopi arabika

yang menghasilkan kopi yang di beli oleh pedagang pengumpul dari Sidikalang terancam ciri khas kopinya.

3. Beberapa petani pernah mengalami pencurian buah cherry oleh beberapa orang yang berada di luar daerah Pematang Raya pada saat musim panen buah cherry, sehingga petani mengalami kerugian yang cukup besar.

Pembahasan

Setelah uraian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di atas, maka dilakukannya penentuan strategi yang berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usahatani kopi arabika di Pematang Raya. Maka seluruh kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut di masukkan ke tabel matriks SWOT, dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Matriks SWOT Usahatani Kopi Arabika di Pematang Raya

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>STRENGTH-S</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas buah cherry yang baik. 2. Usahatani kopi arabika menghasilkan keuntungan yang besar. 3. Harga buah cherry yang tinggi. 	<p>WEAKNESS-W</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Beberapa petani elum smengetahui cara pengolahan buah cherry ke biji kopi dengan baik. Seperti teknik penyangraian (roasting) kopi. 2. Belum menerapkannya strategi bisnis. 3. Petani belum banyak mengetahui informasi-informasi penting mengenai tanaman kopi arabika.. 4. Peran pemerintah sampai sekarang belum terlihat.. 5. Tidak adanya penggunaan teknologi panen maupun pasca panen. 6. Kurangnya modal.
<p>OPPORTUNITIES-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang harga yang sangat tinggi. 2. Kopi arabika di Pematang Raya sudah mulai banyak dikenal oleh kalangan bisnis kopi. 	<p>STRATEGI S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih mengutamakan kualitas. 2. Memanfaatkan peluang harga. 	<p>STRATEGI W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengolahan pasca panen. 2. Petani harus memanfaatkan Teknologi Informasi. 3. Pembentukan Kelompok Tani. 4. Membuat pembukuan.
<p>THREATS-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pedagang pengumpul mendesak petani kopi arabika untuk menjual dalam bentuk kering, 2. Ciri khas kopi yang hilang. 3. Beberapa petani pernah mengalami pencurian buah cherry. 	<p>STRATEGI S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penentuan Penjualan produk. 2. Pembuatan perjanjian antara petani dan Pedagang pengumpul. 3. Pembuatan pengamanan di lahan kopi arabika petani. 	<p>STRATEGI W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggali informasi dan penetapan strategi bisnis. 2. Pengolahan modal dengan baik. 3. Menjalin hubungan baik dengan pedagang pengumpul. 4. Meminimalisir kesempatan pencuri.

Pada tabel 18 menjelaskan bahwa penetapan strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada usahatani kopi arabika di Pematang Raya. Sehingga seluruh strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T dibutuhkan oleh petani untuk strateginya, karena pada dasarnya petani kopi arabika di Pematang Raya belum pernah menggunakan strategi bisnis pada usahatannya. *Strengths* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang) yang dimiliki oleh

usahatani kopi arabika di Pematang Raya menciptakan strategi SO (*strengths opportunities*) yang dikenal juga dengan istilah strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*). *Strengths* (kekuatan) dan *threats* (ancaman) yang dimiliki oleh usahatani kopi arabika di Pematang Raya menciptakan strategi ST (*strengths threats*) yang merupakan strategi diversifikasi (produk/pasar). *Weakness* (kelemahan) dan *opportunities* (peluang) yang dimiliki oleh usahatani kopi arabika di Pematang Raya menciptakan strategi WO (*weakness opportunities*) yang dikenal dengan strategi *turn – around*. *Weakness* (kelemahan) dan *threats* (ancaman) merupakan strategi WT (*weakness threats*) merupakan strategi defensive (bertahan). Adapun penjelasan dari strategi S-O, W-O, S-T dan W-T yaitu :

- Strategi S-O

1. Lebih mengutamakan kualitas. Petani sebaiknya lebih meningkatkan lagi kualitas buah cherrynya, karena dengan peluang pasar yang luas membuat petani dapat memanfaatkan peluang yang ada.
2. Memanfaatkan peluang harga. Dengan harga yang cukup tinggi membuat peluang yang sangat besar bagi petani untuk meningkatkan produksi buah cherry dan biji kopi arabika.

- Strategi W-O

1. Pengolahan pasca panen. Pengolahan buah cherry menjadi biji kopi untuk meningkatkan nilai jual, karena harga jual biji kopi menjadi lebih mahal dari pada buah cherry.
2. Memanfaatkan Teknologi Informasi. Petani harus memanfaatkan teknologi dan jaringan internet untuk mengetahui informasi-informasi mengenai tanaman

kopi dan pasar. Kemudian dengan perkembangan industri 4.0 petani kopi arabika harus melihat peluang pasar yang besar, karena dengan memanfaatkan jaringan internet petani bisa memasarkan dan memperkenalkan produknya (kopi arabika) ke belahan dunia.

3. Pembentukan Kelompok Tani. Membentuk kelompok tani kopi arabika yang aktif sehingga petani mendapat beberapa bantuan, dan pelatihan mengenai tanaman kopi arabika.
4. Membuat pembukuan, mengenai keuangan sehingga, modal untuk usahatani kopi arabika tidak kekurangan.
 - Strategi S-T
1. Penentuan Penjualan produk. Petani harus membuat pilihan penjualan kopi arabika dalam bentuk basah (cherry) atau kering dengan memanfaatkan kualitas buah cherry yang baik pada dasarnya sebagai kekuatan, sehingga jika timbulnya ancaman tersebut tidak menjadi ancaman serius bagi petani.
2. Pembuatan perjanjian antara petani dan Pedagang pengumpul dengan harga yang lebih tinggi. Membuat perjanjian antara petani kopi arabika di Pematang Raya dengan pedagang pengumpul di Sidikalang mengenai ciri khas kopi arabika Pematang Raya, supaya nama kopi arabika di Pematang Raya dikenal oleh konsumen ataupun pelaku usaha kopi yang membeli kopi arabika dari pedagang pengumpul di Sidikalang. Dengan ditetapkannya harga yang lebih tinggi dari sebelumnya.
3. Pembuatan pengamanan di lahan kopi arabika petani. Dengan keuntungan yang didapat oleh petani, seharusnya petani membuat pagar kawat agar pencurian dapat diminimalisir.

- Strategi W-T

1. Menggali informasi dan penetapan strategi bisnis. Kelemahan yang menjadi munculnya ancaman bagi petani yaitu kurangnya informasi dan tidak menerapkannya strategi bisnis usahatani. Sehingga strategi yang dibutuhkan adalah mengubah pola pikir seorang petani yang awalnya hanya berada pada zona nyaman. Kemudian lebih peka terhadap ancaman yang ada dan melakukan beberapa pengendalian secara intensif.
2. Pengolahan modal dengan baik. Keuntungan yang didapat petani harus dibagi untuk menjadi modal dan penggunaan modal harus dikeluarkan untuk keberlangsungan usahatani dan juga peningkatan usahatani seperti pembelian teknologi panen maupun pasca panen.
3. Menjalin hubungan baik dengan pedagang pengumpul. kebergantungan seorang petani kepada pedagang pengumpul pada saat ini, harus dijalin dengan hubungan yang baik agar segala bentuk ancaman yang ada tidak menjadi ancaman yang serius bagi petani.
4. Meminimalisir kesempatan pencuri. Dalam hal ini petani harus lebih intensif pada pengawasan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Tingkat kepuasan yang diperoleh indeks skor jawaban dari tolak ukur harga (A) dan sikap pedagang pengumpul kepada petani kopi arabika (B) yakni sebesar 73,02%, yang artinya petani merasa puas terhadap pedagang pengumpul yang ada di daerah penelitian.
2. Strategi S-O yaitu, Lebih mengutamakan kualitas. Memanfaatkan peluang harga. Strategi W-O yaitu, Pengolahan pasca panen. Memanfaatkan Teknologi Informasi. Pembentukan Kelompok Tani. Membuat pembukuan. Strategi S-T yaitu Penentuan Penjualan produk. Pembuatan perjanjian antara petani dan Pedagang pengumpul. Pembuatan pengamanan di lahan kopi arabika petani. Strategi W-T yaitu Menggali informasi dan penetapan strategi bisnis. Pengolahan modal dengan baik. Menjalin hubungan baik dengan pedagang pengumpul. Meminimalisir kesempatan pencuri.

Saran

1. Petani

Petani kopi arabika di Pematang Raya harus memanfaatkan strategi bisnis agar usahatannya berkelanjutan, karena komoditi kopi arabika ini termasuk komoditi yang cocok ditanam di Pematang Raya,

2. Pemerintah

Pemerintah setempat harus berpihak kepada petani kopi arabika karena komoditi tersebut adalah komoditi yang dapat menaikkan ekonomi masyarakatnya, dan pemerintah harus membentuk tenaga ahli penyuluh untuk petani kopi arabika,

karena sampai saat ini peran pemerintah terhadap penyaluran tenaga penyulu tidak lah ada.

3. Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya mengenai tingkat kepuasan dengan instrument-instrument lain dengan menggunakan metode analisis data Customers Sarisfaction Index (CSI).

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, L. Damanik, dkk. 2013. Faktor-Faktor Pendorong dan Penarik Alih Fungsi Usaha Perkebunan Kopi Robusta (*Coffea robusta L*) ke Kopi Arabika (*Coffea Arabica*). Vol. 2, No. 8.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi VI). PT Asdi Mahasatya. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Provinsi Sumatera Utara dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik: Sumatera Utara.
- Berkat dan Revi Sunaryati. 2015. Analisis Kepuasan Petani Terhadap Kegiatan Penyuluhan Pertanian Di Kelurahan Kalamancangan, Kota Palang Karaya, Kalimantan Tengah. ISSN. 1979-0058, Vol. 9, No. 1.
- Busro, M. 2018. *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Prenada Media
- Cicilia, T. 2014. Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Pada Rumah Makan Pondok Selera 88 IT Center. Vol 3. No. 001.
- David, Fred R., 2006. *Manajemen Strategis, Edisi Sepuluh*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Dinas Perkebunan. 2016. *Provinsi Sumatera Utara Dalam Angka 2016*. Dinas Perkebunan : Sumatera Utara.
- Handi Irawan, 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga: Jakarta.
- Lentera, T. 2003. *Cermat & Tepat Memasarkan Gurami*. Agromedia Pustaka. Tangerang.
- Nazir, Moh dan Risman Sikumbang. 2003. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Nugroho, J. S, 2015. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Kencana.
- Panggabean, Edy. 2011. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta Selatan : PT. Agromedia Pustaka.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Grammedia Pustaka Utama Kompas Gramedia Building

- Rianse, usman dan Abdi, 2012. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Rita, H. br Bangun. 2017. Kajian Potensi Perkebunan Rakyat di Provinsi Sumatera Utara Menggunakan *Location Quotient* dan *Shift Share*. Vol. 10, No. 1.
- Siregar, Syofian. 2007. Statistika Deskriptif Untuk Penelitian. Rajawali Pers: Jakarta.
- Sosilawati, dkk. 2017. Sinkronasi Program dan Pembiayaan Pembangunan Jangka Pendek 2018-2020 Keterpaduan Pengembangan Kawasan dengan Infrastruktur PUPR Pulau Sumatera. Jakarta : Pusat Pemograman dan Evaluasi Keterpaduan Infrastruktur PUPR, Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah dan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta: Bandung.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PETANI KOPI ARABIKA
TERHADAP PEDAGANG PENGUMPUL DAN STRATEGI BISNIS
USAHATANI KOPI ARABIKA

(Studi Kasus : Pematang Raya, Kecamatan Raya, Kabupaten Simalungun)

Pengantar

Dalam rangka penyusunan skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, saya bermaksud untuk menggali informasi kepada Bapak/Ibu terkait dengan judul Penelitian saya. Oleh karena itu saya memohon bantuan Bapak/Ibu untuk dapat membantu dengan menjawab pertanyaan-pernyataan yang telah saya susun sesuai dengan kondisi dan kenyataan yang Bapak/Ibu rasakan. Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

A . Identitas Responden.

1. Nama : (Lk/Pr)
2. Umur : Tahun
3. Pendidikan terakhir :
4. Agama :
5. Suku :
6. Lama berusaha tani kopi : Tahun
7. Luas lahan :
8. Kepemilikan lahan :

B. Penentuan Tingkat Kepuasan petani kopi arabika terhadap pedagang pengumpul.

I. Harga

1. Sangat Puas

- () Pedagang pengumpul memberi tahu langsung kepada petani jika ada kenaikan harga.
- () Harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul kopi arabika dalam bentuk buah cherry yaitu Rp 7.000-8.000/kg.
- () Hasil yang diterima oleh petani 100%.

2. Puas

- () Harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul kopi arabika dalam bentuk buah cherry yaitu Rp 7.000-8.000/kg.
- () Hasil yang diterima oleh petani 100%.

3. Cukup Puas

- () Hasil yang diterima oleh petani 100%.

4. Tidak Puas

- () Ada unsur penipuan terhadap harga di pedagang pengumpul, yaitu penentuan harga yang tidak wajar di waktu yang sama pada petani kopi arabika dibawah harga Rp 7.000-8.000/kg.
- () Adanya pemotongan harga yang tidak diketahui oleh petani, sehingga pada saat diterimanya uang dari hasil penjualan tidak 100% diterima oleh petani

5. Sangat Tidak Puas

() Ada unsur penipuan terhadap harga di pedagang pengumpul, yaitu penentuan harga yang tidak wajar di waktu yang sama pada petani kopi arabika dibawah harga Rp 7.000-8.000/kg.

() Adanya pemotongan harga yang tidak diketahui oleh petani, sehingga pada saat tidak diterimanya uang dari hasil penjualan tidak 100% diterima oleh petani

() Petani tidak memberikan informasi mengenai kenaikan harga

Catatan Tambahan :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

II. Sikap/Perilaku Pedagang Pengumpul Terhadap Petani

1. Sangat Puas

- Pedagang pengumpul memperlakukan petani dengan baik.
- Tidak melakukan kecurangan pada saat melakukan penimbangan buah cherry .
- Pedagang pengumpul tidak berkata kasar kepada petani.

2. Puas

- Pedagang pengumpul tidak melakukan kecurangan pada saat melakukan penimbangan buah cherry .
- Pedagang pengumpul tidak berkata kasar kepada petani.

3. Cukup Puas

- Pedagang pengumpul tidak berkata kasar kepada petani.

4. Tidak Puas

- Pedagang pengumpul melakukan penipuan pada saat melakukan penimbangan buah cherry.
- Perlakuan pedagang pengumpul tidak baik terhadap petani, seperti :
 - a. Tidak sopan ke petani, berkata kasar dan tidak menghargai petani.

5. Sangat Tidak Puas

- Pedagang pengumpul melakukan penipuan pada saat melakukan penimbangan buah cherry.
- Perlakuan pedagang pengumpul tidak baik terhadap petani, seperti :
 - a. Tidak sopan ke petani, berkata kasar dan tidak menghargai petani.
- Petani dipersulit oleh pedagang pengumpul dalam penyaluran produknya.

Mempersulit dalam arti :

a. Pedagang pengumpul tidak datang langsung ke petani melainkan petani yang datang ke pedagang pengumpul, sedangkan tidak semua petani yang memiliki transportasi pengangkut untuk bisa datang mengantarkan produknya ke pedagang pengumpul.

Catatan Tambahan :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

C. Pertanyaan-pertanyaan faktor internal dan eksternal usaha tani kopi arabika dan pertanyaan lainnya yang berhubungan.

Dilihat dari faktor Internal usaha tani :

1. Menurut Bapak / Ibu hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan di usaha taninya?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Menurut Bapak / Ibu hal-hal apa saja yang menjadi kelemahan di usaha taninya?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Dilihat dari faktor Eksternal usaha tani :

1. Menurut Bapak / Ibu hal-hal apa saja yang menjadi peluang bagi usaha taninya?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Menurut Bapak / Ibu hal-hal apa saja yang menjadi ancaman bagi usaha taninya?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Pertanyaan lainnya :

1. Apakah Bapak / Ibu menggunakan teknologi dari mulai pra panen, panen dan pasca panen?

.....
.....

2. Apakah Bapak / Ibu melakukan kegiatan pasca panen terhadap buah cery?

.....
.....

3. Bagaimana dengan produktivitas kopi arabika Bapak / Ibu?

.....
.....

4. Bagaimana dengan kualitas / mutu buah cery Bapak / Ibu?

.....
.....

5. Selama ini bagaimana cara Bapak / Ibu melihat pasar untuk produk buah cerynya?

.....
.....

6. Apakah ada keinginan Bapak / Ibu melakukan penjualan produknya sendiri dengan melihat keadaan pasar saat ini?

.....
.....

7. Apakah selama Bapak / Ibu berusaha tani lahan dan agroklimat di Desa Pematang Raya ini sudah sesuai terhadap tanaman kopi arabika?

.....
.....

8. Berhubungan dengan pertanyaan ke-7, bahwasannya perubahan iklim saat ini sulit untuk diperkiarakan, bagaimana cara Bapak / Ibu selama ini mengatasi hal tersebut?

.....
.....

9. Apakah ada kelompok tani di Desa Pematang Raya?

.....
.....

10. Apakah Bapak / Ibu ikut bergabung ke dalam kelompok tani tersebut?

.....
.....

11. Hal-hal apa saja yang didapat pada kelompok tani tersebut?

.....
.....

Lampiran 2. Karakteristik Petani Kopi Arabika di Pematang Raya

Nomor Sampel	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Agama	Suku	Lama Berusaha Tani Kopi Arabika (Tahun)	Luas Lahan (Ha)	Kepemilikan Lahan
1	Nalmen Damanik	Laki-laki	58	SMP	Kristen	Batak	30	0,68	Milik Sendiri
2	John Fredison Saragih	Laki-laki	30	SMA	Kristen	Batak	10	0,80	Milik Sendiri
3	Saridiear Sinaga	Laki-laki	51	SMA	Kristen	Batak	13	0,60	Milik Sendiri
4	Jankardi Purba	Laki-laki	41	SMA	Kristen	Batak	15	0,40	Milik Sendiri
5	Rudolf H. Simamora	Laki-laki	52	SMA	Kristen	Batak	15	0,60	Milik Sendiri
6	Agusman Saragih	Laki-laki	52	SMA	Kristen	Batak	10	0,24	Milik Sendiri
7	A. Del Saragih	Laki-laki	69	SMP	Kristen	Batak	30	0,24	Milik Sendiri
8	Leginem	Perempuan	33	SMP	Islam	Jawa	12	0,12	Milik Sendiri
9	Jan Hot E. Girsang	Laki-laki	36	SMA	Kristen	Batak	3	0,20	Milik Sendiri
10	Jon Perdi Girsang	Laki-laki	40	SMA	Kristen	Batak	10	0,40	Milik Sendiri
11	Rosta Nainggolan	Perempuan	64	-	Kristen	Batak	10	1	Milik Sendiri
12	D. Ijon R. Sinaga	Laki-laki	38	SMA	Kristen	Batak	10	0,48	Milik Sendiri
13	Warmensius S	Laki-laki	51	SMA	Kristen	Batak	20	0,80	Milik Sendiri
14	John Irwandi Girsang	Laki-laki	39	SMA	Kristen	Batak	13	0,20	Milik Sendiri
15	Hoklayaman Purba	Laki-laki	40	SMA	Kristen	Batak	19	0,56	Milik Sendiri
16	Benli Damanik	Laki-laki	38	SMA	Kristen	Batak	12	0,20	Milik Sendiri
17	Jan W. Damanik	Laki-laki	45	SMA	Kristen	Batak	15	1	Milik Sendiri
18	Juanda Purba	Laki-laki	34	SMA	Kristen	Batak	13	0,32	Milik Sendiri
19	Mansen Damanik	Laki-laki	65	SMP	Kristen	Batak	10	1	Milik Sendiri

20	Jendri Damanik	Laki-laki	38	SMA	Kristen	Batak	10	0,16	Milik Sendiri
21	Kasno Suedo	Laki-laki	43	SMA	Islam	Jawa	10	0,60	Milik Sendiri
22	Mat Kosasi	Laki-laki	55	-	Islam	Jawa	21	0,60	Milik Sendiri
23	Roni R. Saragih	Laki-laki	36	SMA	Kristen	Batak	10	0,40	Milik Sendiri
24	Ardin Saragih	Laki-laki	72	Sarjana	Kristen	Batak	21	0,28	Milik Sendiri
25	Darwin Saragih	Laki-laki	38	SMA	Kristen	Batak	12	1	Milik Sendiri
26	Robin Purba	Laki-laki	54	SMA	Kristen	Batak	10	0,28	Milik Sendiri
27	Resmi br Purba	Perempuan	70	SMA	Kristen	Batak	15	0,24	Milik Sendiri
28	Hotden Jaya Purba	Laki-laki	35	SMP	Kristen	Batak	10	0,80	Milik Sendiri
29	Rukiati br Saragih	Perempuan	66	SMA	Kristen	Batak	15	0,24	Milik Sendiri
30	Katarina br purba	Perempuan	60	Sarjana	Kristen	Batak	15	0,16	Milik Sendiri
31	Kermancen Saragih	Laki-laki	51	SMA	Kristen	Batak	20	1	Milik Sendiri
32	Janopiansa Purba	Laki-laki	49	SMP	Kristen	Batak	12	1	Milik Sendiri
33	Teknaoli br purba	Perempuan	41	SMA	Kristen	Batak	10	0,40	Milik Sendiri
34	Mastiar br Sinaga	Perempuan	57	SMP	Kristen	Batak	20	0,60	Milik Sendiri
35	Santauli Saragih	Perempuan	64	SMP	Kristen	Batak	19	0,60	Milik Sendiri
36	Harris Saragih	Laki-laki	43	SMA	Kristen	Batak	15	0,20	Milik Sendiri
37	Darmansen Purba	Laki-laki	33	SMA	Kristen	Batak	33	0,20	Milik Sendiri
38	Masdiana br Sinaga	Perempuan	58	SMP	Kristen	Batak	2	0,40	Milik Sendiri
39	Raswan Pardede	Laki-laki	37	SMA	Islam	Batak	6	0,32	Milik Sendiri
40	Haris Purba	Laki-laki	31	Sarjana	Kristen	Batak	25	0,60	Milik Sendiri
41	Lina Lubis	Perempuan	46	SMA	Kristen	Batak	13	0,60	Milik Sendiri
42	Nomban Raja D.	Laki-laki	40	SMA	Kristen	Batak	15	0,20	Milik Sendiri
43	Mariana br Saragih	Perempuan	56	SMP	Kristen	Batak	10	0,16	Milik Sendiri

Sumber : Data Primer, 2018.

Lampiran 3. Skor Jawaban Tingkat Kepuasan Petani Kopi Arabika Terhadap Pedagang Pengumpul dengan Tolak Ukur Harga (A) dan Sikap Pedagang Pengumpul Kepada Petani Kopi Arabika (B).

Nomor Sampel	Skor Jawaban Pertanyaan		Total Skor
	A	B	
1	3	4	7
2	3	4	7
3	2	3	5
4	2	3	5
5	4	4	8
6	3	4	7
7	5	5	10
8	3	3	6
9	4	4	8
10	4	4	8
11	4	4	8
12	3	3	6
13	5	5	10
14	3	3	6
15	3	3	6
16	4	4	8
17	4	4	8
18	3	3	6
19	4	4	8
20	3	3	6
21	3	3	6
22	3	3	6
23	5	5	10
24	5	5	10
25	4	4	8
26	5	5	10
27	4	4	8
28	3	3	6
29	4	4	8
30	4	4	8
31	3	3	6
32	4	4	8
33	3	3	6
34	4	4	8
35	4	4	8
36	4	4	8
37	3	4	7
38	5	3	8
39	5	3	8
40	4	3	7
41	4	4	8
42	2	4	6
43	1	2	3
Total	155	159	314

Sumber : Data Primer, 2018.

Lampiran 4. Cara Menentukan Skor Perhitungan Likert (Total Skor dan Skor Maksimal).

1. Untuk menghitung total skor jumlahkan seluruh total skor yang ada pada lampiran 3, sehingga didapat total skor yaitu, 314.
2. Untuk menentukan skor maksimal yaitu jumlah responden 43 petani dikali dengan skor tertinggi likert yaitu 5 dan dikali dengan jumlah pertanyaan yaitu 2, jadi hasil skor maksimal yang didapat adalah 430.

Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Tolak Ukur Harga (A) dan Sikap Pedagang Pengumpul Kepada Petani Kopi Arabaika (B).

Correlations

		A	B	Total_Score
A	Pearson Correlation	1	.682**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	43	43	43
B	Pearson Correlation	.682**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	43	43	43
Total_Score	Pearson Correlation	.897**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	43	43	43

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	43	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	2