

## ABSTRAK

Kopi merupakan komoditas perkebunan yang memegang peran penting perekonomian Indonesia. Peran tersebut antara lain sebagai Komoditas ini diperkirakan menjadi sumber pendapatan utama tidak kurang dari 1.84 juta keluarga yang sebagian besar mendiami kawasan pedesaan di wilayah – wilayah terpencil. Kopi merupakan komoditas ekspor yang penting untuk pertumbuhan perekonomian yang mampu menyumbang devisa yang cukup besar untuk Bangsa Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran kopi di Desa Sajang Kecamatan Sembalun dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran kopi di Desa Sajang Kecamatan Sembalun

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif . Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian ini dilakukan di Desa Sajang Kecamatan Sembalun sebagai daerah penelitian ditentukan secara *purposive sampling* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa Desa Sajang memiliki luas area terbesar dan mempunyai kelompok tani terbanyak dari desa-desa yang ada di Kecamatan Sembalun. Dengan mengambil 2 Kelompok Tani di Desa Sajang yaitu Kelompok Tani Gerok Sokong dan Kelompok Tani Hijau Lestari. Petani yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah petani kopi, sedangkan penentuan jumlah responden dilakukan secara “*Quota Sampling*”, yaitu ditetapkan sebanyak 30 orang petani sebagai responden. Penentuan petani responden secara “*proporsional random sampling*”, dengan mengambil 2 kelompok tani kopi dengan mengambil 16 responden pada Kelompok Tani kopi Gerok Sokong dan 14 responden pada Kelompok Tani Hijau Lestari. Kemudian untuk mencari jumlah pedagang pengecer dan pedagang pengumpul dilakukan dengan cara “*Snow Ball*” yaitu metode sampling di mana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden yang lainnya yang berada di Desa Sajang Kecamatan Sembalun. Tekhnis analisis data ini menggunakan Marjin Pemasaran, *Farmer Share*, Efisiensi Pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat dua saluran pemasaran kopi (Robusta) yang dijual secara kering di Desa Sajang Kecamatan Sembalun yaitu (a). Saluran pemasaran I meliputi : Produsen - Pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen (b). Saluran pemasaran II meliputi : Produsen – Pedagang Pengecer – Konsumen. Saluran pemasaran kopi Di Desa Sajang Kecamatan Sembalun merupakan saluran yang efisien.

**KATA KUNCI :** Usahatani Kopi, Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran