

Analisis Pemasaran Memasuki Pasar Persaingan Kopi Arabika di Desa Talimbaru Kecamatan Barusjahe

Marketing Analysis Entering The Arabica Coffee Competitive Market in Talimbaru Village Barusjahe District

Fandri Siburian¹⁾ Posman HP Marpaung²⁾ Muhammad Fauzan Zulazmi³⁾

1,2) Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Quality

3.) Mahasiswa Program Studi Agroteknologi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Quality

Abstrak

Produksi kopi yang dihasilkan oleh petani Indonesia diperhitungkan sebanyak 1,2 juta hectare luas lahan yang terbentang mulai dari Pulau Jawa, Pulau Sumatra Utara, dan Pulau Sulawesi. Indonesia salah satu negara produktivitas Kopi Arabika lebih tinggi dari produktivitas kopi Robusta yang mulai banyak digemari oleh masyarakat petani sampai masyarakat penikmat konsumsi kopi di Indonesia. Kopi Arabika salah satu kopi permintaan dunia yang tinggi sehingga ikut mendorong Indonesia merupakan penghasil kopi terbesar untuk meningkatkan hasil produksi dan produktivitas Kopi Arabika yang dengan penjualan dengan harga yang cukup tinggi. Dalam memajukan sikap, meningkatkan pola pikir akan pengetahuan, dan keterampilan dengan tujuan peningkatan produktivitas kopi, kelompok tani sudah mulai saling merangkul antar sesama ataupun pihak pemerintah dengan cara musyawarah atau seminar sebagai sarana belajar bagi anggotanya agar permasalahan atau kendala yang dihadapi petani kopi di Desa Talimbaru di lapangan terhadap produktivitas kopi dapat tidak ada lagi kesalahan dalam bertani dan kurangnya pengetahuan di tenaga kerja dan pengoperasian alat pengolahan kopi sehingga tercapai produksi yang lebih tinggi. Dengan Latar Belakang Tersebut Penulis Melakukan Penelitian Tentang Analisis Pemasaran Memasuki Pasar Persaingan Kopi Arabika Desa Talimbaru Barusjahe.

Kata kunci: kopi arabika; pemasaran; talimbaru.

Abstract

Coffee production produced by Indonesian farmers is estimated at 1.2 million hectares of land stretching from Java Island, North Sumatra Island and Sulawesi Island. Indonesia is one of the countries where the productivity of Arabica coffee is higher than the productivity of Robusta coffee, which is starting to be popular with the farming community and the people who enjoy coffee consumption in Indonesia. Arabica coffee is one of the world's high demand coffees, which has contributed to Indonesia becoming the largest coffee producer to increase the production and productivity of Arabica coffee by selling it at quite high prices. In advancing attitudes, increasing mindsets, knowledge and skills with the aim of increasing coffee productivity, farmer groups have begun to embrace each other and the government through deliberations or seminars as a means of learning for their members so that the problems or obstacles faced by coffee farmers in Talimbaru Village in the field on coffee productivity there can be no more errors in farming and lack of knowledge in the workforce and the operation of coffee processing equipment so that higher production can be achieved. With this background, the author conducted research on marketing analysis entering the Arabica Coffee Competition Market in Talimbaru Barusjahe Village.

Keywords: arabica coffee; marketing; talimbaru.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan wilayah agraris yang juga memiliki wilayah tropis yang memiliki sektor pertanian

yang cukup besar. Indonesia negara sektor pertanian memiliki sumber ekonomi dalam penopang pembangunan

dan ekonomi sangat penting, karena sebagian besar anggota masyarakat Indonesia menggantungkan hidupnya pada sektor tersebut. Sektor pertanian salah satu bagian dari pembangunan yang sumber daya cukup potensial untuk dijadikan sektor strategis perencanaan pembangunan di tingkat nasional maupun di tingkat daerah*1. Jika pemerintah dengan sungguh memperhatikan kesejahteraan masyarakatnya, maka peningkatan kesejahteraan sebagian besar adalah anggota masyarakatnya yang hidup di sektor pertanian*10.

Tanaman Kopi salah satu perkebunan yang berperan penting dalam ekonomian Indonesia sebagai sumber penghasilan bagi petani kopi, devisa negara, tersedianya lapangan kerja dan pelaku utama dalam pemasaran.

Kopi mempunyai peran penting di sektor ekonomi yang dimana penduduknya atau ekonomi keluarganya dari hasil pertanian kopi. Indonesia sebagai penghasil Kopi Arabika terbaik di pasar perdagangan memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi.

AEKI, memperdiksi kebutuhan konsumsi kopi sebesar 7-8% pertahun. Total produksi, sekitar 71% kopinya diekspor ke negara eropa atau negara laiannya sebagai pengonsumsi kopi terbesar, dan 29% kebutuhan nasional. Indonesia negara penghasil kopi yang mengeksport produk kopi nusantara ke negara konsumen kopi sebagai tujuan eksport seperti Negara eropa yang merupakan salah satu negara konsumsi kopi terbesar. Perkembangan dan kemajuan zaman, membuat kesejahteraan lebih meningkat dan kemajuan kehidupan

petani akhirnya mengalami peningkatan.

Indonesia sebagai negara penghasil kopi perlu menjaga produksi untuk pemenuhan produktivitas kopi terhadap harga beli diluar negeri (ekspor) dan dalam negeri (masyarakat) dengan meningkatkan produksivitas kopi ditingkat nasional. Luas lahan perkebunan sangat mempengaruhi jumlah produksivitas kopi dimana Indonesia sebagai penghasil produktivitas Kopi Arabika lebih tinggi dari produktivitas kopi Robusta saat ini di mulai banyak digemari petani Indonesia. Permintaan dunia yang cukup tinggi terhadap Kopi Arabika juga telah ikut mendorong Indonesia untuk meningkatkan produksi dan produktivitas Kopi Arabika ini, yang secara rata-rata memiliki harga yang lebih tinggi.

Tabel 1. Produktivitas (Ton/Ha) Kopi Arabika, skala provinsi di Indonesia 2022.

| No | Provinsi | Luas / Area (Ha) | Produksi (Ton) | Produktivitas (Ton/Ha) |
|----|-----------------------|------------------|------------------|------------------------|
| 1 | Aceh | 99.882 | 41.309 | 0,41 |
| 2 | Sumatera Utara | 76.257,64 | 62.603,94 | 0,82 |
| 3 | Sumatera Barat | 20.209 | 15.109 | 0,74 |
| 4 | Jambi | 1.320 | 74 | 0,05 |
| 5 | Bengkulu | 4.024 | 1.667 | 0,41 |
| 6 | Lampung | 66 | 43 | 0,65 |
| 7 | Jawa Barat | 17.218 | 9.420 | 0,54 |
| 8 | Jawa Tengah | 6.456 | 2.269 | 0,35 |
| 9 | D.I. Yogyakarta | 50 | 8 | 0,16 |
| 10 | Jawa Timur | 14.000 | 5.600 | 0,40 |
| 11 | Bali | 11.527 | 4.103 | 0,35 |
| 12 | Nusa Tenggara Barat | 2.144 | 704 | 0,32 |
| 13 | Nusa Tenggara Timur | 17.996 | 7.018 | 0,38 |
| 14 | Sulawesi Utara | 277 | 133 | 0,48 |
| 15 | Sulawesi Tengah | 78 | 56 | 0,71 |
| 16 | Sulawesi Selatan | 48.158 | 20.712 | 0,43 |
| 17 | Sulawesi Barat | 6.238 | 401 | 0,06 |
| 18 | Papua | 9.328 | 1.904 | 0,20 |
| 19 | Papua Barat | 514 | 134 | 0,26 |
| | Indonesia | 335.743 | 173.268 | 0,52 |

Sumber : BPS Statistik Indonesia, 2022.

Dari Tabel 1. di atas dapat diketahui bahwa Provinsi Sumatera Utara

merupakan penghasil Kopi Arabika terbesar yang memiliki luas area sebesar 76.257,64 ha dan produksi sebesar 62.603,94 ton. Sedangkan provinsi yang nilai produksinya terendah adalah Provinsi D.K.I Yogyakarta dengan jumlah produksi sebesar 8 ton dan tingkat produktivitas sebesar 0,16 ton/ha. Peningkatan harga, luas areal panen dan jumlah produksi Kopi Arabika ini menyebabkan penawaran akan Kopi Arabika juga meningkat.

Gambaran luas panen, produksi, produktivitas Kopi Arabika di Sumatera Utara dapat di lihat pada Tabel 2. dibawah ini:

Tabel 2. Produktivitas (Ton/Ha) Kopi Arabika skala kabupaten, di Sumatera Utara 2021.

| No | Kabupaten/Kota | Luas Areal (Ha) | Produksi (Ton) | Produktivitas (Ton/Ha) |
|-----------|-----------------------|------------------|------------------|------------------------|
| 2 | Mandailing Natal | 3.230,21 | 2.154,31 | 0,67 |
| 3 | Tapanuli Selatan | 4.521 | 1.840,04 | 0,41 |
| 5 | Tapanuli Utara | 16.214,82 | 14.175,87 | 0,87 |
| 6 | Toba Samosir | 4.614,46 | 3.946,90 | 0,85 |
| 9 | Simalungun | 8.160,86 | 3.588,57 | 0,44 |
| 10 | Dairi | 12.067 | 9.587,36 | 0,79 |
| 11 | Karo | 9.178,44 | 13.279,74 | 1,45 |
| 12 | Deli Serdang | 706,35 | 458,60 | 0,93 |
| 13 | Langkat | 73,40 | 71,24 | 0,97 |
| 14 | Humban | 11.494,5 | 8.067,36 | 0,70 |
| 15 | Hasundutan | 0 | | |
| 16 | Pakpak Bharat | 951 | 1.082 | 1,14 |
| 17 | Samosir | 5.045 | 4.151,96 | 0,82 |
| | Sumatera Utara | 76.257,64 | 62.603,94 | 0,82 |

Sumber : BPS Sumatera Utara, 2022.

Berdasarkan tabel 2. diatas dapat diketahui bahwa Kabupaten Karo merupakan kabupaten di Provinsi Sumatera Utara yang menjadi kabupaten dengan produksi Kopi

Arabika cukup besar yaitu 13.279,74 ton.

Perkembangan dan permintaan Kopi Arabika di Sumatera Utara khususnya daerah Kabupaten Karo dari tahun ke tahun semakin banyak peminat yang berkembang ditandai dengan perkembangan luas lahan pertanian kopi dan produksi serta jenis kopi yang dikembangkan. Peningkatan produksi tersebut dapat dicapai dengan adanya usaha peningkatan produktivitas kopi yang lebih baik. Produktivitas Kopi Arabika di Karo mulai peningkatan dan berkembang, tetapi belum juga dapat dalam pemenuhan kebutuhan permintaan pasar. Hal ini dikarenakan sudah terlalu tinggi permintaan Kopi Arabika di luar negeri ataupun dalam negeri, belum bisa terpenuhi dari hasil produksi petani kopi di karo.

Tabel 3. Produktivitas (Ton/Ha) Kopi Arabika skala kecamatan di kabupaten karo 2021.

| No. | Kecamatan | Luas Areal (Ha) | Produksi (Ton) | Rata-Rata Produksi (Kg/Ha/Thn) | Petani |
|-----------|------------------|-----------------|-----------------|--------------------------------|------------------|
| 1. | Barusjahe | 1.534.00 | 974.14 | 1.813.44 | 1.357.00 |
| 2. | Berastagi | 134.00 | 110.21 | 1,182.00 | 423.00 |
| 3. | Dolat Rakyat | 259.00 | 249.40 | 995.00 | 452.00 |
| 4. | Kuta Buluh | 379.00 | 215.48 | 1,166.00 | 710.00 |
| 5. | Kabanjahe | 431.00 | 170.00 | 1,107.00 | 1,110.00 |
| 6. | Juhar | 569.00 | 336.99 | 1,145.02 | 493.00 |
| 7. | Lau Baleng | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 8. | Payung | 132.00 | 145.15 | 1,182.00 | 352.00 |
| 9. | Talimbaru | 301.00 | 137.60 | 1,514.00 | 760.00 |
| 10. | Merek | 893.00 | 847.00 | 1,283.00 | 1,560.00 |
| 11. | Munte | 964.00 | 972.56 | 1,565.00 | 1,845.00 |
| 12. | Tiga Panah | 659.00 | 489.56 | 1,479.33 | 681.00 |
| 13. | Tiganderket | 893.00 | 491.49 | 1,324.56 | 925.00 |
| 14. | Tiga Binanga | 1,021.00 | 932.03 | 1,075.01 | 1,714.00 |
| 15. | Simpang Empat | 43.00 | 21.09 | 673.00 | 124.00 |
| 16. | Merdeka | 2,231.39 | 1,527.47 | 1,104.11 | 987.00 |
| 17. | Mardingding | 165.00 | 217.24 | 894.16 | 340.00 |
| | Jumlah | 8.692.39 | 7.596.98 | 13.693.47 | 14.274.00 |

Sumber : Dinas Perkebunan dan Peternakan Sumatera Utara, 2022.

Tabel 3. diatas menjelaskan kecamatan barusjahe salah satu kecamatan dengan produksi Kopi Arabika cukup besar yaitu 1,974.14 ton, salah satunya desa talimbaru yang sebagian besar

masyarakat adalah petani kopi yang mempunyai sumber penghasilan terbesar dari hasil pertanian kopi.

Dalam memajukan sikap, meningkatkan pola pikir akan pengetahuan, dan keterampilan dengan tujuan peningkatan produktivitas kopi, kelompok tani sudah mulai saling merangkul antar sesama ataupun pihak pemerintah dengan cara musyawarah atau seminar sebagai sarana belajar bagi anggotanya agar permasalahan atau kendala yang dihadapi petani kopi di Desa Talimbaru di lapangan terhadap produktivitas kopi dapat tidak ada lagi kesalahan dalam bertani dan kurangnya pengetahuan di tenaga kerja dan pengoperasian alat pengolahan kopi sehingga tercapai produksi yang lebih tinggi

Identifikasi Masalah

1. Apakah Analisis Pemasaran Memasuki Pasar Persaingan Kopi Arabika di daerah penelitian sudah efektif ?
2. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran memasuki pasar persaingan Kopi Arabika di daerah penelitian ?
3. Bagaimana saluran dan fungsi pemasaran memasuki pasar persaingan Kopi Arabika di daerah penelitian ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Analisis Pemasaran Memasuki Pasar Persaingan Kopi Arabika di daerah penelitian sudah efektif.
2. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran memasuki

pasar persaingan Kopi Arabika di daerah penelitian.

3. Untuk mengetahui saluran dan fungsi pemasaran memasuki pasar persaingan Kopi Arabika di daerah penelitian.

Waktu Pelaksanaan

Penelitian di laksanakan mulai bulan Juni 2023 - Juli 2023. Penetapan tempat daerah penelitian dilakukan secara purposive atau dengan tujuan sengaja. Penelitian dilaksanakan di Desa Talimbaru, Kecamatan Barusjahe, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara. Dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Barusjahe merupakan salah satu yang melakukan pola rotasi tanaman Tanman Kentang.

METODE PENELITIAN

- Metode Penentuan Populasi dan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik adalah menggunakan *snowball sampling*. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah petani Kopi Arabika, pedagang pengumpul dan pedagang besar yang di butuhkan sesuai dengan penelitian ini.

- Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung yakni wawancara dengan petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Sedangkan Data sekunder diperoleh dari kumpulan data yang berasal dari situs internet, instansi terkait, bahan-bahan pustaka, Pemerintah daerah, perpustakaan dan dari Badan Pusat Statistik.

Metode Analisis Data

Hipotesis 1, untuk menjawab hipotesis I metode analisi data yang di gunakan menggunakan analisis deskriptif yaitu mengamati Analisis Pemasaran Memasuki Pasar Persaingan Kopi Arabika di daerah penelitian.

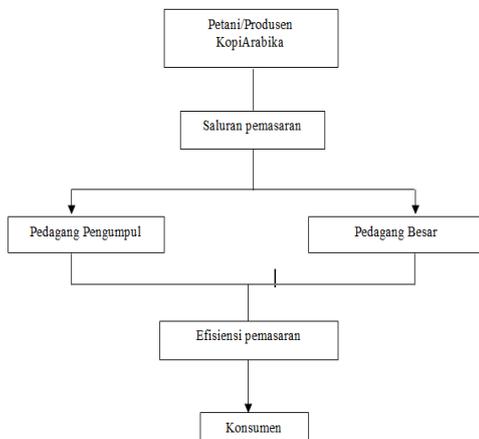
Hipotesis 2, Untuk menghitung efisiensi pemasaran (Ep) di uji dan diukur secara efisiensi pemasaran sebagai berikut :**(Kotler 2002, Dalam Rustiani)**

$$Ep = \frac{\text{Biayapemasaran}}{\text{NilaiProdukyangdiPasarkan}} = x100\%$$

Dengan kaidah keputusan :

- a. 0- 33% = Efisien
- b. 34-67% = Kurang Efisien
- c. 68-100% = Tidak Efisien

DIAGRAM ALIR PENELITIAN



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

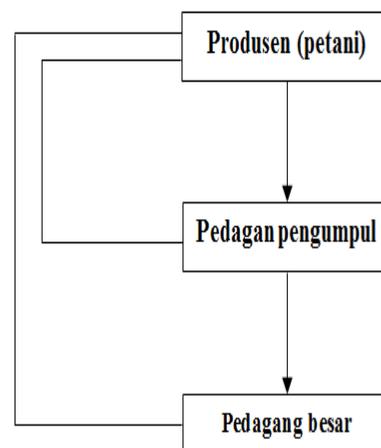
HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran Kopi Arabika

- Posisi pasar Kopi Arabika.

Aliran barang dimulai dari petani sebagai produsen, pemasaran hingga ke konsumen yang terjadi sehingga jalur pemasaran barang dari satu tempat ke tempat lainnya yang merupakan saluran

distribusinya. Saluran distribusi ini mengakibatkan posisi pasar berubah yang menimbulkan adanya biaya distribusi dan pengemasan sehingga timbulnya perbedaan harga yang diterima oleh petani sebagai produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen yang di sebagai biaya pemasaran. Semakin pendek proses jalur pemasaran maka semakin kecil biaya yang di keluarkan petani di daerah penelitian, hasil penelitian menerangkan 2 posisi pasar di desa Talimbaru, Barusjahe.



Gambar 2. Posisi Pasar Kopi Arabika

Gambar 2. di atas menunjukkan posisi pasar Kopi Arabika yang terjadi di desa Talimbaru merupakan saluran distribusi yang menjadi penentu posisi pasar yang di lakukan oleh pelaku pemasaran atau pengepul. Dalam penelitian ini, pengepul atau sebagai pelaku pemasar yang diteliti dalam penelitian ini adalah pemasaran yang dilakukan didaerah penelitian. Dari gambar 2 diatas terbentuk suatu sistem yang merupakan suatu kesatuan yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berkaitan sehingga posisi pasar sangat berpengaruh terhadap Analisis Pemasaran Memasuki Pasar Persaingan Kopi Arabika. Pemasaran Kopi Arabika melibatkan petani sebagai produsen,

pedagang pengumpul dan pedagang besar sampai ke konsumen. Transportasi dan penyortiran merupakan hal penting karena berpengaruh terhadap kualitas Kopi Arabika. Saluran pertama petani menjual Kopi Arabika cerry dengan harga kepada pedagang sebesar Rp. 5.000,- dan biji kering kopi kepada pedagang sebesar Rp.18.000,- inilah disebut dengan saluran ke dua.

- Fungsi Pemasaran di Daerah Penelitian.

Fungsi ini merupakan unsur penting dalam Analisis Pemasaran Memasuki Pasar Persaingan Kopi Arabika. Fungsi pemasaran di lakukan oleh beberapa pelaku pemasaran dalam pemberitahuan hasil produksi Kopi Arabika dari pihak petani ke pedagang. analisis ini dimulai dari hasil produksi, sortir, pembersihan sampai packing..

- Efisiensi Pemasaran.

Pemasaran yang dimaksud adalah pedagang yang menyalurkan hasil produksi pertanian langsung ke konsumen akhir. Adapun pedagang pemasaran yang lain yang terlibat dalam pemasaran yang di lakukan adalah :

1. Petani

Petani kopi yang melakukan pertukaraan, fisik dan fasilitas, adalah pembersihan, sortasi, penyimpanan, pengemasan dan pengangkutan.

2. Pedagang Pengumpul

Pedagang atau sebagai pengumpul merupakan pelaku pasar yang bertindak sebagai pembeli hasil panen skala besar. Fungsi nya ini dilakukan yaitu pertukaran, fisik dan fasilitas. Pengertian dari pertukaran yaitu pembelian langsung ke petani,

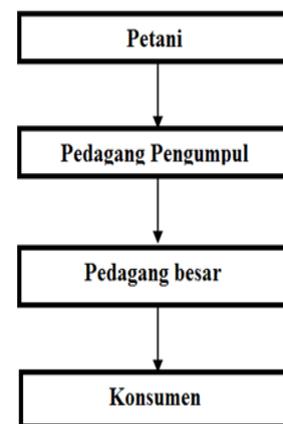
sedangkan fisik adalah pelaku pengangkutan.

3. Pedagang Besar

Pedagang besar bertindak sebagai lembaga perantara ke konsumen industri pengolahan dalam pemasaran Kopi Arabika ini. Dalam penelitian ini pedagang besar bertindak beberapa pemasaran yaitu, pembeli langsung, pembersihan, pengemasan, penjualan. Tugas seorang pedagang yaitu sebagai pengangkutan hasil produksi Kopi Arabika dari lahan pertanian karo ke pabrik pengolahan di kota medan.

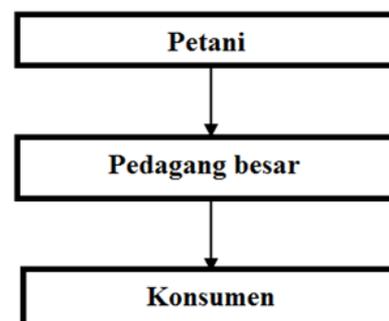
- Saluran Dan Tataniaga.

1. Saluran pemasaran I



Gambar 3. Saluran I Pemasaran Kopi Arabika

2. Saluran pemasaran II



Gambar 4. Saluran II Pemasaran Kopi Arabika

Pemetaan saluran I dan II pemasaran Kopi Arabika.

Adapun yang dilakukan oleh pelaku pasar Kopi Arabika di daerah penelitian dapat dilihat pada saluran I dan II adalah.

Tabel 4. Hasil Pemetaan Saluran I Dan II Pemasaran Kopi Arabika

| No. | Uraian | Price Spread | | Share Margin (%) | |
|-----|--------------------------------|--------------|------------|------------------|------------|
| | | Saluran I | Saluran II | Saluran I | Saluran II |
| 1. | Harga Jual Petani Kopi (Rp/Kg) | 5.000 | 5.000 | 53,19 | 67,56 |
| 2. | Pedagang Pengumpul | | | | |
| | Harga Beli | 5.000 | | | |
| | Biaya Pemasaran | | | | |
| | - Transportasi | 500 | | 5,31 | |
| | - Packing | 200 | | 2,12 | |
| | - Upah Tenaga Kerja | 100 | | 1,06 | |
| | Total Biaya | 800 | | | |
| | Profit Margin | 1.200 | | 12,76 | |
| | Harga Jual | 7.000 | | 74,46 | |
| 3. | Pedagang Besar | | | | |
| | Harga Beli | 7.000 | 5.000 | - | - |
| | Biaya Pemasaran | | | | |
| | - Transportasi | 500 | 500 | 5,31 | 5,31 |
| | - Packing | 200 | 200 | 2,12 | 2,12 |
| | - Upah Tenaga Kerja | 100 | 100 | 1,06 | 1,06 |
| | - Rist Taking | 100 | 100 | 1,06 | 1,06 |
| | Total | 900 | 900 | | |
| | Profit Margin | 1.500 | 1.500 | 15,95 | 20,27 |
| | Harga Jual | 9.400 | 7.400 | 100,00 | 100,00 |
| 4. | Harga Beli Konsumen | 9.400 | 7.400 | | |

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2023.

Hasil Tabel diatas diuraikan biaya dan margin pemasaran pada saluran I dan saluran II pemasaran Kopi Arabika (cherry) sampai ke tangan konsumen dapat di hitung besarnya efisiensi pemasaran.

Efisiensi pemasaran adalah total biaya pemasaran dibagi nilai produksi yang dipasarkan dan dikali dengan 100% dengan rumus dibawah ini:

$$EP = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk Yang Dipasarkan}} \times 100\%$$

Dengan kaidah keputusan :

- 0 - 33% = Efisien
- 34 - 67% = Kurang Efisien
- 68 - 100% = Tidak Efisien

Untuk efisiensi saluran pemasaran I dapat di hitung sebagai berikut :

$$EP = \frac{\text{Rp.1.700}}{\text{Rp.9.400}} \times 100\% = 18,05\%$$

Dari hasil perhitungan saluran pemasaran I diatas diperoleh nilai EP= 18,05%. Dengan demikian pemasaran Kopi Arabika di Desa Talimbaru tergolong efisien.maka dari uraian kegiatan pemasaran tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis II dan III dapat diterima.

Untuk efisiensi saluran pemasaran II dapat di hitung sebagai berikut :

$$EP = \frac{\text{Rp.900}}{\text{Rp.7.400}} \times 100\% = 12,16\%$$

Hasil perhitungan biaya yang dikeluarkan dari kegiatan saluran pemasaran II di peroleh nilai EP = 12,16%. Dengan demikian pemasaran Kopi Arabika di desa Talimbaru tergolong efisien, maka hasil dari uraian kegiatan pemasaran tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis II dan III dapat diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Analisis pemasaran memasuki pasar persaingan Kopi Arabika yang efektif dimulai dari produsen sebagai petani, pelaku pasar yaitu pedagang pengumpul hingga pedagang besar. Baik itu dengan saluran pemasaran Kopi Arabika di desa Talimbaru, barusjahe, sangat efisien karena hasil dari penelitian kedua saluran pemasaran di daerah penelitian lebih kecil dari 33%.

Saran

Pedagang sebagai pelaku pemasaran perlu memperkecil biaya pemasaran supaya tidak mengambil keuntungan yang banyak, sehingga efisiensi pemasaran dari tingkat petani hingga sampai ke tingkat konsumen dapat di terima petani sehingga meningkatkan taraf ekonomi rumah tangga petani kopi. Perlunya perhatian pemerintah dalam

teknologi berupa alat pengeringan biji kopi sebagai terobosan baru bagi petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Angka Tetap Tanaman Perkebunan Komoditi Kopi Arabika Kab.Karo Tahun 2021 Dinas Pertanian Kab.Karo, 2022.
- Badan Pusat Statistik Direktorat Jendral Perkebunan. 2021. "Volume Ekspor Kopi di Dunia Tahun 2022".
- Badan Pusat Statistik (2021) Kotler, P. 2021.Manajemen Pemasaran.(Edisi VII Jilid I.). Jakarta: FE-UI Press.
- Badan Pusat Statistik Direktorat Jendral Perkebunan. 2021. "Luas Areal dan Produksi Kopi Arabika Menurut Provinsi Tahun 2022".
- Badan Pusat Statistik Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Utara. 2021. "Luas Areal dan Produksi Kopi Arabika Menurut Kabupaten di Provinsi Sumatera Utara 2022".
- Hakim, M. A. 2014. Memperkuat Ketahanan Pangan Demi Masa Depan Indonesia 2015-2025.cv. rumah buku, Jakarta.
- Krisnamurti dan Aziz Tahun 2011, Agribisnis. Yayasan Pengembangan Sinar Tani. Jakarta
- Rusmulia,S, 2015.Management Agribisnis. Penerbit LGM-LaGods Publishing
- Rangkuti,E, 2014.Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad ke 21. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soekartawi. 2006.Agribisnis Teori dan Aplikasi. Rajawali Press.Jakarta.
- Kotler,P.2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta : FE-UI Press.
- Soekartawi, 2002. Analisis Usahatani. Jakarta. UI-Press. 120 hal.
- Sumaryanto, et al (2005). Analisis Kebijakan Konversi Lahan pertanian ke. Penggunaan Non Pertanian. Laporan Penelitian Tahun II. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Suryana, A. 2003. Kapita Selektta Evolusi Pemikiran Kebijakan Ketahanan Pangan. FE UGM.
- Winarso, B. 2012.Dinamika pola penguasaan lahan sawah di wilayah pedesaan di Indonesia.Jurnal Penelitian Pertanian Terapan. 12 (3): 137 – 149.
- Witjaksono, A., Kustamar dan D. K. Sunaryo. 2015. Identifikasi perubahan lahan pertanian sebagai pertimbangan menyusun kebijakan lahan pertanian berkelanjutan. Prosiding Seminar Nasional Teknik Sipil V (2015). UMS. p194 – 199.
- Yoshida, K. 1984. An Economic Evaluation of Multifunctional Roles of Agricultural and Rural areas in Japan. Ministry of Agricultural Forestry and Fisheries. Japan