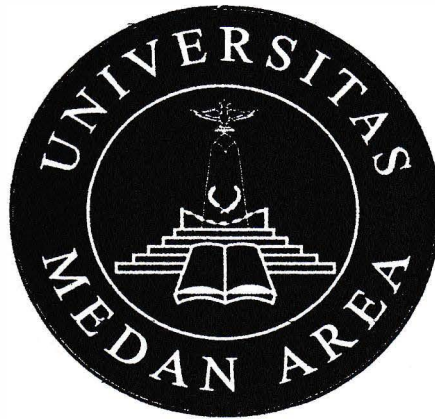


**ANALISIS SISTIM PEMASARAN KOPI PEMBINAAN  
DI KABUPATEN DAIRI  
PROVINSI SUMATERA UTARA**

**TESIS**



**Oleh :**

**RUDSEL TRIANA TETTY  
NPM. 081802026**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA  
PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS  
M E D A N  
2 0 1 0**

**ANALISIS SISTIM PEMASARAN KOPI PEMBINAAN  
DI KABUPATEN DAIRI  
PROVINSI SUMATERA UTARA**

**TESIS**

Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen Agribisnis (M.MA)  
Pada Program Pascasarjana Universitas Medan Area



Oleh :

**RUDSEL TRIANA TETTY  
NPM. 081802026**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA  
PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS  
M E D A N  
2 0 1 0**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA  
PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

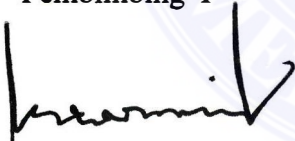
**Judul** : Analisis Sistem Pemasaran Kopi Di Kabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara

**N a m a** : Rudsel Triana Tetty

**NPM** : 081802026

**Menyetujui**

Pembimbing I



**Ir. Erwin Pane, MS**

Pembimbing II



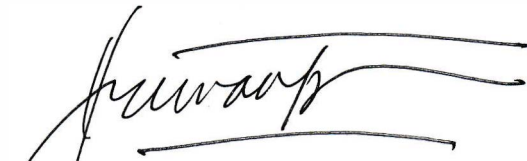
**Ir. Abdul Rahman, MS**

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen Agribisnis



**Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS**

Direktur



**Drs. Heri Kusmanto, MA**

## RINGKASAN

Kabupaten Dairi merupakan daerah penghasil berbagai komoditas pertanian, baik dari sektor perkebunan maupun tanaman pangan dan hortikultura. Peranan sektor pertanian sangat penting sehingga perekonomian Kabupaten Dairi sangat tergantung pada sektor agribisnis. Permasalahan utama yang dihadapi para petani kopi di Kabupaten Dairi adalah bahwa mereka tidak memiliki akses yang baik ke pasar sehingga para petani tidak mengetahui tingkat harga yang sesungguhnya.

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui saluran tataniaga dan fungsi lembaga masing-masing saluran tataniaga dalam pemasaran kopi di Kabupaten Dairi.
2. Menganalisis penyebaran biaya pemasaran, price spread dan share margin pada masing-masing saluran tataniaga kopi di Kabupaten Dairi.
3. Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran kopi pada masing-masing saluran tataniaga kopi di Kabupaten Dairi.
4. Menganalisis perbedaan penerimaan petani pada masing-masing saluran tataniaga kopi di Kabupaten Dairi. Propinsi Sumatera Utara lokasi penelitian adalah di Kabupaten Dairi yang dilaksanakan selama 3 bulan di mulai dari Januari s/d Maret 2010.

Daerah penelitian di tentukan secara random pada 3 kecamatan yaitu kecamatan Sidikalang, Sumbul dan Tiga Lingga dan sampel petani secara random 60 orang, di pilih 20 orang dari setiap kecamatan.

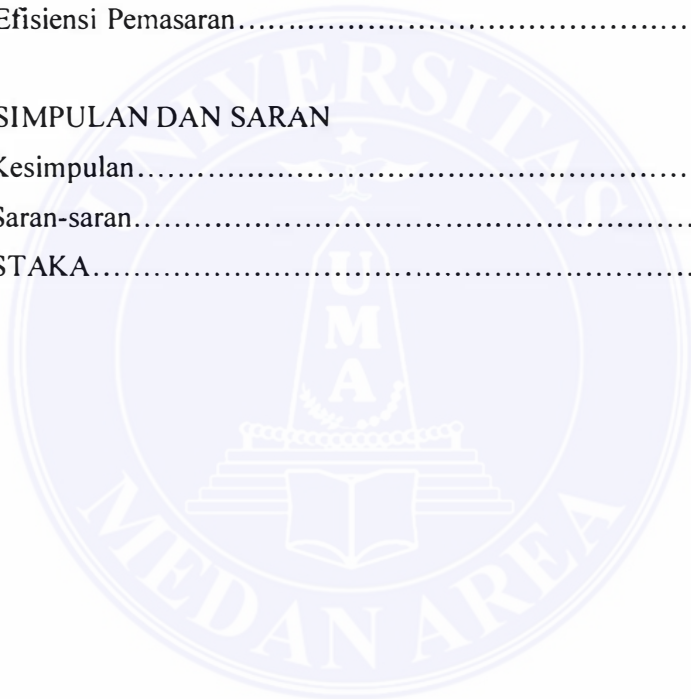
Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran terdiri dari tiga saluran tataniaga. Saluran I menunjukkan bahwa petani menjual kopi kulit tanduk setengah kering langsung ke eksportir dengan harga Rp.14.000,- per Kg, selanjutnya eksportir melepas/menjual kopi kering dengan harga Rp.29.300,- per Kg. Saluran II menunjukkan bahwa petani menjual kopi setengah kering kepada pedagang pengumpul kabupaten dengan harga Rp. 13.100,- per Kg, selanjutnya biji kopi setengah kering dijual ke eksportir dengan harga Rp. 13.900,- per Kg, oleh eksportir melepas / menjual kopi kering dengan harga Rp. 29.300,- per Kg. Saluran III menunjukkan bahwa petani menjual biji kopi setengah kering kepada pedagang pengumpul kecamatan dengan harga Rp. 11.600,- per Kg, kemudian biji kopi setengah kering dijual kepada pedagang pengumpul kabupaten dengan harga Rp. 12.300,- per Kg, dan biji kopi setengah kering dijual lagi ke eksportir dengan harga Rp. 13.100,- per Kg, oleh eksportir melepas/menjual kopi kering dengan harga Rp. 29.300,- per Kg.

Share margin harga jual petani pada saluran I (47,79%) lebih tinggi dari pada saluran II (44,53%) dan saluran III (39,60%) artinya semakin pendek mata rantai tataniaga kopi maka share margin yang di peroleh petani semakin besar, sebaliknya efisiensi pemasaran, biaya pemasaran profit margin lebih tinggi pada Saluran II dan Saluran III dari pada Saluran I. Dengan demikian dari sisi pendapatan petani Saluran I lebih efisien dibanding Saluran tataniaga lainnya.

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Hipotesis.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2 Strategi Pemasaran.....	9
2.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.4 Margin Pemasaran.....	12
2.5 Analisis Produksi dalam Pemasaran.....	12
2.6 Saluran Pemasaran.....	13
2.7 Efisiensi Pemasaran.....	17
2.8 Analisa Harga.....	20
2.9 Modifikasi Harga.....	21
2.10 Metode Penetapan Harga.....	22
2.11 Gambaran Umum Perkopian Indonesia.....	26
2.12 Berbagai Jenis Kopi.....	32
2.13 Gambaran Umum Perkopian di Kabupaten Dairi.....	37
2.14 Kerangka Pikir.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Lokasi & Waktu.....	41
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	42
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4 Metode Analisis.....	42

<b>BAB IV KEADAAN UMUM KABUPATEN DAIRI</b>	
4.1 Kabupaten Dairi.....	46
4.2 Penduduk.....	47
4.3 Pendidikan.....	48
4.4 Kesehatan.....	49
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
5.1 Saluran Tataniaga biji kopi yang terjadi di Kabupaten Dairi.....	53
5.2 Biaya dan Margin Pemasaran.....	55
5.3 Price Spread dan Share Margin.....	60
5.4 Efisiensi Pemasaran.....	64
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan.....	66
6.2 Saran-saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN</b>	





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul ” Analisis Sistem Pemasaran Kopi di Kabupaten Dairi Propinsi Sumatera Utara ” sebagi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen Agribisnis pada Program Pasca Sarjana Universitas Medan Area.

Penelitian ini dilaksanakan dengan observasi / survey langsung ke lapangan untuk mengetahui saluran tataniaga fungsi lembaga pada saluran tataniaga , penyebaran biaya pemasaran , perbedaan tingkat efisiensi pemasaran dan perbedaan penerimaan petani pada masing-masing saluran tataniaga di Kabupaten Dairi.

Penulis menyadari bahwa penelitian dan penulisan tesis ini dapat selesai atas dukungan dan upaya para dosen pengajar di perkuliahaan MMA Program Pasca Sarjana Universitas Medan Area sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs . Heri Kusmanto , MA selalu Direktur Program Pasca Sarjana Univerisitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar , MS selalu ketua Program Studi MMA.

3. Bapak Ir. Erwin Pane, MS selaku Pembimbing I atas bimbingan dan arahan, koreksi dalam penulisan dan penyelesaian tesis ini
4. Bapak Ir. Abdul Rahman , MS selaku Pembimbing II atas bimbingan dan arahan, koreksi dalam penulisan dan penyelesaian tesis ini
5. Staff pengajar dan pegawai Pasca Sarjana Program studi MMA
6. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih buat suami tercinta Drs. Sarif Jinto Simamora dan anak-anakku tersayang : Ivan Simamora yang telah bekerja di Jakarta, Andy Simamora di Fakultas Kelautan UNSRI Palembang, Arie Simamora di SMA XII Medan, dan boruku Mona Olivia Simamora SD Methodist Medan yang menolong, memberi dorongan dan mendukung dalam doa sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahaan dan tesis ini tepat waktu .  
Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat dan mohon maaf atas segala kekurangan yang ada pada tesis ini.

Medan April 2010

Penulis



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Tanaman Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang diharapkan mampu meningkatkan nilai ekspor dan konsumsi dalam negeri mempunyai kedudukan ekonomi yang penting yaitu sebagai penghasil devisa bagi Negara dan meningkatkan pendapatan para petani kopi menjadi bahan perdagangan.

Perkebunan kopi mendapat kepercayaan dan tugas berat dari pemerintahan untuk menghasilkan kopi sebagai bahan ekspor. Sebab dari berbagai penjuru dunia banyak orang yang suka minum kopi, tetapi Negeranya tidak menghasilkan kopi sehingga Negara tersebut harus membeli dari Negara lain. Maka dewasa ini tanaman kopi lebih meluas.

Perluasan perkebunan kopi itu tidak hanya terbatas pada perusahaan perkebunan besar saja, akan tetapi justru perkebunan rakyatlah semakin meluas. Daerah-daerah yang rakyatnya banyak menanam kopi adalah Aceh, Sumatera Utara. Sedang yang diusahakan oleh perusahaan perkebunan besar adalah Jawa Timur dan Jawa Tengah. Dengan demikian yang menghasilkan bahan ekspor itu bukan hanya perkebunan besar saja tetapi tanaman rakyat pun menghasilkan bahan ekspor.

Dari hasil ekspor ini Negara dapat memperoleh dalam jumlah besar, sehingga dipergunakan untuk membeli alat-alat dan bahan-bahan industri yang belum bisa dibuat . disamping itu tanaman kopi juga mempunyai fungsi sosial. Sebab dengan adanya perkebunan tersebut, berarti memberi kesempatan kerja bagi mereka yang memerlukan.

•

Di Sumatera Utara terdapat penghasil kopi yakni, Tapanuli, Labuhan batu, Simalungun, Karo, Asahan, Deli Serdang. Dairi dan Langkat, Kabupaten Dairi penghasil kopi yang terbesar di Sumatera Utara. Luas tanaman kopi di Kabupaten Dairi hingga tahun 2008 adalah 9.955 Ha dan telah berproduksi 2.822,40 ton kopi Robusta, dan 10.339 Ha telah berproduksi 10.733,20 ton kopi Arabica. Tanaman kopi tersebut tersebar pada seluruh desa-desa di Kabupaten Dairi..

Daerah Kabupaten Dairi mempunyai luas 192.780 ha yaitu hampir 2.69% dari luas Propinsi Sumatera Utara (7:160.000), di mana Kabupaten Dairi terletak di sebelah barat laut Propinsi Sumatera Utara. Jenis kopi yang dikembangkan adalah jenis kopi Arabica dan kopi Robusta, yang terlihat pada tabel 1

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino.Z, 1982. Pengantar Tataniaga Pertanian, Bahan Kuliah Jurusan Social Ekonomi Pertanian, IPB, Bogor
- AEKI. 1999, Warta AEKI No.82 April 1999, Sekretariat Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. Jakarta.
- Crisnall, M.P, 1992 Marketing Research 4<sup>th</sup> Edition. Mc. Graw Hill Marketing Series
- Gultinan, P.Y. dan Paul W. Gordon, 1992. Strategi dan Program Manajemen Pemasaran Alih Bahasa: Agus Maulana. Cetakan ke-2. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Jaugh, Lawrence R. dan William F. Glueck, 1999. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan. Edisi ketiga, Erlangga, Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan, 2001. Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P, 1999. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan pengendalian. Jilid I Edisi kelima Erlangga, Jakarta.
- Limbong, W.H.P. Sitorus. 1987, Pengantar Tataniaga Pertanian, Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. IPB, Bogor.
- M.c. Charty And Parreault, 1993, Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kelima, Erlangga Jakarta.
- Mubyarto, 1987, Pengantar Ekonomi Pertanian, LP3ES, Jakarta.
- Majalah Kopi Indonesia No.24 Desember 2005 Jakarta.

Sembiring Sobot, Usaha-usaha Memperbaiki Pemasaran Kopi di Sumatera Utara, 1988, Medan.

Spillane, James J. 1990. Komoditi Kopi : Peranannya dalam Perekonomian Indonesia. Kanisius, Yogyakarta.

Sukartawi, 1993, Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Sumodiningrat, 2000. Pembangunan Ekonomi melalui Pengembangan Pertanian, P.T. Bina Rena Pariwisata, Jakarta.

Swastha, Basu, 1996. Azas-azas Marketing. Edisi 3. Liberty, Yogyakarta.