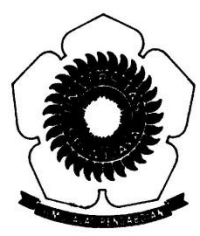


Acc. No. 25/4/18
Acc. No. 20/4

SKRIPSI

**SISTEM PEMASARAN KOPI ROBUSTA DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KEPUASAN PETANI KOPI DI BANDAR
JAYA KELURAHAN KANCE DIWE KOTA PAGAR ALAM**

***MARKETING SYSTEM OF ROBUSTA COFFEE IN EFFORTS
TO INCREASE COFFEE FARMER SATISFACTION IN
BANDAR JAYA KANCE DIWE VILLAGE OF
PAGAR ALAM CITY***



NOVARISA PERMATASARI

05011281419075

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2018

SUMMARY

NOVARISA PERMATASARI. Marketing System of Robusta Coffee in Efforts to Increase Coffee Farmer Satisfaction in Bandar Jaya Kance Diwe Village of Pagar Alam City (Supervised by **NAJIB ASMANI** and **DESSY ADRIANI**).

The purposes of this research are (1) to assess the performance of Robusta coffee marketing system that has been done by farmers in Bandar Jaya Kance Diwe Village of Pagar Alam City (2) to analyze robusta coffee marketing strategy that should be applied in order to increase coffee farmer satisfaction in Bandar Jaya Kance Diwe Village of Pagar Alam City. The research has been conducted in Bandar Jaya, Kance Diwe Village, Pagar Alam City of South Sumatera Province on February 2018. This research used survey method. Robusta coffee marketing performance system at Bandar Jaya consists of four marketing channels that are through direct farmers, collecting traders, retailers and wholesalers. Strategies that can be used to improve the satisfaction of coffee farmers are: the active role of marketing institutions on marketing, brand use to demonstrate the quality standards or quality offered by coffee products and facilitate the addition of market and consumer networks, coffee production process according to Indonesian National Standard (SNI), sales through social media, pricing according to the target market and support from the government. In addition, other supporting strategy factors are: target market determination, business scale and capital improvement, human resource and technological enhancement as well as maintain the characteristics and quality of robusta coffee.

Keywords: Robusta Coffee, Marketing System, Performance, Marketing Strategy, Marketing Line, Marketing Institution, Satisfaction

RINGKASAN

NOVARISA PERMATASARI. Sistem Pemasaran Kopi Robusta dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Petani Kopi di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam (Dibimbing oleh **NAJIB ASMANI** dan **DESSY ADRIANI**).

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) untuk menilai kinerja sistem pemasaran kopi robusta yang telah dilakukan para petani di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam, 2) untuk menganalisis strategi pemasaran kopi robusta yang sebaiknya diterapkan agar dapat meningkatkan kepuasan petani kopi di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam. Penelitian ini dilaksanakan di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam, Provinsi Sumatera Selatan pada Februari 2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Sistem kinerja pemasaran kopi robusta di Bandar Jaya ini terdiri dari empat saluran pemasaran yang melalui petani secara langsung, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan pedagang besar. Strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan petani kopi diantaranya: peran aktif lembaga pemasaran terhadap pemasaran, penggunaan *brand* (merek) untuk menunjukkan standar kualitas atau mutu yang di tawarkan oleh produk kopi serta mempermudah penambahan jaringan pasar dan konsumen, proses produksi kopi sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI), penjualan melalui media sosial, penetapan harga sesuai pasar sasaran dan dukungan dari pemerintah. Selain itu, faktor strategi pendukung lainnya yaitu: penentuan *target market*, peningkatan skala usaha dan modal, peningkatan SDM dan teknologi serta mempertahankan karakteristik dan kualitas kopi robusta.

Kata kunci : Kopi Robusta, Sistem Pemasaran, Kinerja, Strategi Pemasaran, Saluran Pemasaran, Lembaga Pemasaran, Kepuasan

PROPOSAL PRAKTIK LAPANGAN

**BUDIDAYA KACANG PANJANG(*Vigna Sinensis L.*)ORGANIK
MENGUNAKAN MULSA JERAMI DI
LAHAN PRAKTIK KLINIK AGRIBISNIS FAKULTAS
PERTANIAN UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDRALAYA**

***THE CULTIVATION OF ORGANIC LONG BEANS
(Vigna Sinensis L.) USING STRAW MULCHIN
AGRIBUSINESS CLINIC LAND OF AGRICULTURE FACULTY
UNIVERSITY OF SRIWIJAYA
INDRALAYA***

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Melaksanakan Praktik Lapangan**



**Novarisa Permatasari
05011281419075**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN
SISTEM PEMASARAN KOPI ROBUSTA DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KEPUASAN PETANI KOPI DI BANDAR JAYA
KELURAHAN KANCE DIWE KOTA PAGAR ALAM

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Sarjana Pertanian

Oleh :
NOVARISA PERMATASARI
05011281419075

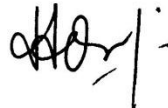
Indralaya, Maret 2018

Pembimbing I,



Dr. Ir. Najib Asmani, M.Si
NIP. 195411191985031001

Pembimbing II,



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si
NIP. 197412262001122001

Mengetahui,


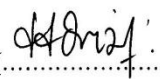
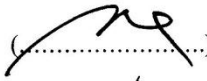

Ketua Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya



Dr. Ir. Marvadi, M.Si
NIP. 196501021992031001

Skripsi dengan Judul “Sistem Pemasaran Kopi Robusta dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Petani Kopi di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam” oleh Novarisa Permatasari telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 14 Mei 2018 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji


- | | | |
|--|------------|---|
| 1. Dr. Ir. Najib Asmani, M.Si.
NIP 195411191985031001 | Ketua | () |
| 2. Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si
NIP 197412262001122001 | Sekretaris | () |
| 3. Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP 196501021992031001 | Anggota | () |
| 4. Henny Malini, S.P., M.Si.
NIP 197904232008122004 | Anggota | () |

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Maryadi, M.Si.
NIP 196501021992031001

Indralaya, Mei 2018
Koordinator Program Studi
Agribisnis



Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.
NIP 198112222003122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novarisa Permatasari

NIM : 05011281419075

Judul : Sistem Pemasaran Kopi Robusta dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Petani Kopi di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam Skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam Skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Mei 2018



Novarisa Permatasari

Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	3
1.3. Manfaat	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Taksonomi Tanaman Kacang Panjang.....	5
2.2. Morfologi Tanaman Kacang Panjang	6
2.3. Syarat Tumbuh.....	8
2.3.1. Tanah.....	8
2.3.2. Ketinggian Tempat.....	9
2.3.3. Curah Hujan	9
2.3.4. Suhu	9
2.3.5. Cahaya.....	9
2.3.6. Kelembaban Udara.....	10
2.4. Hama dan Penyakit	10
2.4.1. Hama	10
2.4.2. Penyakit.....	11
2.5. Kandungan Gizi dan Manfaat Tanaman Kacang Panjang	12
2.5.1. Kandungan Gizi Tanaman Kacang Panjang	12
2.5.2. Manfaat Tanaman Kacang Panjang	13
2.6. Konsepsi Budidaya Tanaman Kacang Panjang	13
2.6.1. Pengolahan Lahan	13
2.6.2. Penggunaan Mulsa	13
2.6.3. Penyiapan Benih Kacang Panjang secara Organik	14
2.6.4. Penanaman Bibit	14
2.6.5. Penyulaman	14
2.6.6. Penyiangan	14
2.6.7. Pengajiran.....	14
2.6.8. Pemangkasan.....	15
2.6.9. Pemupukan.....	15
2.6.10. Pengairan.....	15
2.7. Panen	15
2.7.1. Ciri dan Umur Panen.....	15
2.7.2. Cara Panen	16
2.7.3. Perkiraan Produksi	16
2.8. Pasca Panen.....	16
2.8.1. Pengumpulan.....	16
2.8.2. Penyortiran	16
2.8.3. Penyimpanan	16

2.8.4. Pengemasan dan Pengangkutan	17
2.9. Analisis Usahatani.....	17
2.9.1. Biaya Produksi	18
2.9.1.1. Biaya Tetap (BTp).....	18
2.9.1.2. Biaya Variabel (BV)	18
2.9.1.3. Biaya Total (BT)	18
2.9.1.4. Biaya Rata-Rata (BR)	18
2.9.2. Penerimaan	19
2.9.3. Pendapatan	19
BAB 3 PELAKSANAAN PRAKTIK LAPANGAN.....	20
3.1. Tempat dan Waktu	20
3.2. Bahan dan Alat.....	20
3.3. Metode Praktik Lapangan	20
3.4. Jadwal Kegiatan Praktik Lapangan.....	21
BAB 4 GAMBARAN UMUM LOKASI.....	22
4.3. Lahan Klinik Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.....	23
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
5.1. Persiapan	25
5.1.1. Pengolahan Lahan untuk Budidaya.....	25
5.1.2. Penggunaan Mulsa	26
5.1.3. Persiapan Benih.....	26
5.1.4. Persiapan Alat dan Bahan	27
5.2. Penanaman	27
5.3. Perawatan	28
5.4. Panen dan Pasca Panen Kacang Panjang	32
5.5. Analisis Usaha.....	33
5.5.1. Biaya Produksi	33
5.5.1.1. Biaya Tetap	33
5.5.1.2. Biaya Variabel.....	33
5.5.1.3. Biaya Total	34
5.5.1.4. Biaya Rata-Rata (BR)	35
5.5.2. Penerimaan	35
5.5.2. Pendapatan	36
BAB 6 KESIMPULAN.....	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN.....	39

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Kandungan Gizi Kacang Panjang	12
Tabel 3.1. Jadwal Kegiatan Praktik Lapangan.....	21
Tabel 5.1. Biaya Tetap	33
Tabel 5.2. Biaya Variabel.....	34
Tabel 5.3. Biaya Total	35
Tabel 5.4. Penerimaan dan Pendapatan.....	36

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. Lahan Praktik Klinik Agribisnis	23
Gambar 5.1. Pengolahan Lahan	25
Gambar 5.2. Pemasangan Mulsa Jerami dan Mulsa Plastik.....	26
Gambar 5.3. Benih Kacang Panjang	27
Gambar 5.4. Pemasukkan Benih ke dalam tanah	28
Gambar 5.5. Tanaman yang terserang hama kumbang pemotong daun	29
Gambar 5.6. Tanaman yang terserang hama ulat jengkal semu.....	30
Gambar 5.7. Tanaman yang terserang penyakit bercak daun	31
Gambar 5.8. Tanaman yang terserang penyakit hawar daun	31
Gambar 5.4. Panen	32

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Denah Peta Lahan Praktik Klinik Agribisnis dan sekitarnya .	41
Lampiran 2. Denah Lahan Lokasi Praktik Lapangan.....	42
Lampiran 3. Data Pengamatan tinggi tanaman, jumlah daun dan jumlah buah kacang panjang selama 7 minggu	43
Lampiran 4. Surat Selesai Praktik Lapangan	44
Lampiran 5. Kartu Konsultasi Praktik Lapangan.....	45

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia mempunyai peluang yang besar dalam hal pengembangan komoditas kopi, karena terdapat sumberdaya alam yang cukup banyak sebagai modal potensial untuk mengembangkan komoditas tersebut. Kopi merupakan komoditas potensial yang secara luas diusahakan oleh perkebunan rakyat dan perkebunan besar. Ditinjau dari aktivitas ekonominya, kopi dipandang sebagai komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan strategis untuk pemerataan pendapatan sehingga berkontribusi cukup besar dalam meningkatkan kesejahteraan petani di daerah terpencil, menyediakan kesempatan kerja, dan memberikan pemasukan devisa negara (Budidarsono & Wijaya, 2004 dalam Junaidi & Yamin, 2010).

Dengan demikian, kopi dapat dinilai sebagai komoditas perkebunan yang memberikan *multiplier effect* bagi beberapa sektor ekonomi lainnya. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian Kusmiati & Windiarti (2011) yang mengemukakan bahwa komoditas kopi dapat memberikan kontribusi dalam hal perolehan nilai tambah bagi wilayah basis, sehingga komoditas ini dapat mendukung pengembangan kegiatan perkebunan di Indonesia. Dalam lingkup mikro, usahatani kopi khususnya Robusta memberikan pendapatan sekitar Rp9 juta/ha/tahun (Saragih, 2010). Pada tahun tersebut, harga kopi Robusta Internasional mencapai USD1,91/kg atau setara Rp17.950,-/kg dengan nilai tukar sebesar Rp9.400,-/USD (ICO, 2014). Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa pengusaha kopi dapat memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perolehan pendapatan rumah tangga petani.

Berdasarkan wilayah pengembangannya, sentra penghasil kopi Robusta berada di wilayah Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur, Jawa Tengah, Bali, Nusa Tenggara Timur dan Nusa Tenggara Barat (Kusmiati & Windiarti, 2011). Kopi Sumatera merupakan salah satu varietas kopi yang berasal dari Sumatera yang bertekstur paling halus dan bercita rasa paling berat dan kompleks di antara beragam kopi di dunia. Sebagian besar kopi Sumatera diproses

secara kering (*dry-processed*), tetapi sebagian lagi melalui proses pencucian ringan (*semi-washed*). Provinsi Sumatera yang berkontribusi cukup besar dalam produksi kopi yaitu Provinsi Sumatera Selatan yang terdiri dari 11 kabupaten penghasil kopi. Luas areal dan produksi kopi robusta perkebunan rakyat berdasarkan Kabupaten dan Keadaan Tanaman Tanaman berdasarkan Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi(2015) dapat dilihat pada Tabel 1.1. sebagai berikut.

Tabel 1.1. Luas Areal dan Produksi Kopi Robusta Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten dan Keadaan Tanaman Tahun 2015 di Sumatera Selatan

No.	Kabupaten	Luas Areal (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Kg/Ha)	Jumlah Petani (KK)
1.	Lahat	51.837	21.175	514	43.810
2.	Empat Lawang	61.978	5.251	102	37.523
3.	Pagar Alam	8.384	3.770	502	8.745
4.	Musi Banyuasin	6	3	600	2.561
5.	Banyuasin	2.632	388	272	2.215
6.	Musi Rawas	3.477	1.889	900	3.191
7.	Lubuk Linggau	1.463	277	288	1.406
8.	OKU	21.964	15.992	935	19.967
9.	OKU Timur	2.318	2.151	980	1.523
10.	OKU Selatan	70.799	33.491	530	65.205
11.	OKI	996	636	997	2.965
12.	Ogan Ilir	-	-	-	-
13.	Muara Enim	23.450	25.147	1.300	15.282
14.	Prabumulih	-	-	-	-
15.	Muratara	207	182	1.409	222
Total		249.510	110.351	532	204.615

Sumber : Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi, 2015

Dilihat dari Tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa Pagar Alam merupakan salah satu kota di Provinsi Sumatera Selatan yang memiliki peran dalam produksi kopi robusta dan dari tabel tersebut juga menunjukkan bahwa luas areal, produksi, produktivitas dan petani kopi di setiap Kabupaten Provinsi Sumatera Selatan berbeda-beda. Hal tersebut ditunjukkan pada Kota Pagar Alam yang memiliki luas areal kopi sebesar 8.384 ha, dengan jumlah produksi sebesar 3.770 ton, serta produktivitas sebesar 502 kg/ha dan jumlah petani 8.745 KK. Jika di urutkan, kota Pagar Alam berada di urutan ke enam dalam luas areal dan produksi kopi robusta di Sumatera Selatan.

Bandar Jaya merupakan salah satu desa yang terletak di Kelurahan Kance Diwedan merupakan salah satu daerah di Kota Pagar Alam yang menjadikan kopi sebagai prioritas utama untuk pendapatan warga sekitar dengan jumlah populasi sebanyak 2.529 jiwa (Laki-laki sebanyak 1.332 orang dan Perempuan sebanyak 1.187 orang). Namun, disamping pendapatan petani yang dihasilkan dari bertani kopi, terdapat usahatani lain yang dilakukan seperti bertani sayur-sayuran dan buah-buahan. Di luar usahatani juga terdapat masyarakat yang memiliki profesi lain seperti pedagang, buruh, PNS dan lainnya.

Kopi yang dijadikan usahatani bagi warga sekitar diberi nama kopi asalan dan kebanyakan usahatani kopi ini diperoleh petani secara turun-temurun. Petani kopi di desa ini menghasilkan kopi dengan menggunakan cara tradisional meskipun sekarang sudah banyak pembaharuan mengenai teknik penanaman kopi modern yang dapat menghasilkan kopi dalam jumlah yang lebih banyak dan tentu saja dengan pemeliharaan yang baik. Pada kopi yang dihasilkan, petani langsung menjual kopi tersebut dalam bentuk biji kering yang kemudian dipasarkan menggunakan sistem pemasaran seadanya. Sistem pemasaran tersebut meliputi saluran pemasaran yang terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang eceran maupun dengan pedagang besar yang memang sudah menjadi pelanggan tetap dari kopi yang dihasilkan di desa ini serta konsumen sebagai pembeli kopi.

Berdasarkan pendapat yang diuraikan oleh salah satu petani kopi di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam (2017), pendapatan masyarakat mayoritas didapatkan dari hasil bertani kopi. Namun para petani masih terkendala pada sistem pemasaran kopi yang masih dijual bebas dan harga kopi sendiri telah ditentukan oleh agen di daerah tersebut. Petani hanya bisa menanam, menyimpan, serta menjual ke agen tanpa mengetahui secara jelas mengenai pergolakan harga kopi yang terjadi. Oleh karena itu, petani kopi daerah ini sangat mengharapkan adanya sistem pemasaran yang efektif guna meningkatkan kesejahteraan petani serta dapat meningkatkan kepuasan petani kopi di Kota Pagar Alam ini agar dapat bersaing di kancah pasar dengan daerah penghasil kopi lainnya.

Perbaikan dalam sistem pemasaran akan memberikan dampak dalam multifungsi terhadap peningkatan pemasaran kopi robusta terutama di Bandar Jaya. Dampak tersebut dapat meliputi peningkatan produksi, produktivitas, dan

kualitas produk pertanian serta dapat memberikan dampak besar pada upaya meningkatkan kepuasan petani. Dengan kata lain, perbaikan pemasaran merupakan salah satu *point* penting dalam memajukan kegiatan pertanian saat ini terutama pada komoditi kopi robusta.

Salah satu faktor yang dapat digunakan untuk menganalisis sistem dan memperbaiki sistem pemasaran yang telah dilakukan, serta membuat strategi dalam pemasaran kopi robusta di Bandar Jaya yaitu dengan menggunakan konsep strategi 7P yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process* dan *Physical Evidence*. Melalui strategi bauran pemasaran (7P) ini akan diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk kopi robusta yang dihasilkan.

Faktor-faktor dapat dinilai dari pengembangan konsep 7P tersebut yang meliputi kualitas kopi, kuantitas produk kopi, *brand* (merek) kopi, penetapan harga sesuai dengan pasar sasaran, harga kopi terjangkau, kesesuaian harga dengan fasilitas yang diberikan, lokasi produksi strategis, akses tempat dan distribusi produk mudah, sarana prasarana transportasi, menjual langsung ke pedagang pengumpul, menjual langsung kepada konsumen secara eceran di desa, menjual langsung melalui media sosial, peranan petani, peranan lembaga pemasaran, peranan konsumen, lokasi bersih dan terjangkau, interaksi produsen ke lembaga pemasaran, interaksi lembaga pemasaran ke konsumen, proses produksi kopi sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI), kinerja petani, dan dukungan dari pemerintah. Setelah itu, faktor tersebut dapat dinilai menggunakan metode analisis dan salah satu metode yang dapat digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA). Digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) karena metode tersebut memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode analisis lainnya. Kelebihan tersebut antara lain dapat menunjukkan indikator produk atau jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan petani, sehingga hasilnya relatif mudah untuk diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya yang rendah.

Menurut Ruhimat (2008), metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengatur atribut dari

tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Menurut Suryawan dan Dharmayanti (2013), kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* (kinerja) produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui.

Keberhasilan agribisnis kopi membutuhkan dukungan semua pihak yang terkait dalam proses produksi kopi pengolahan dan pemasaran komoditas kopi. Upaya meningkatkan produktivitas dan mutu kopi terus dilakukan sehingga daya saing kopi di Indonesia dapat bersaing di pasar dunia (Rahardjo, 2012). Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti Sistem Pemasaran Kopi Robusta dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Petani Kopi di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan dalam penelitian yang akan diteliti antara lain :

1. Bagaimana sistem pemasaran kopi robusta yang telah dilakukan oleh lembaga pemasaran di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam ?
2. Bagaimana strategi pemasaran kopi robusta yang sebaiknya diterapkan agar dapat meningkatkan kepuasan petani kopi di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan permasalahan di atas, adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk menilai kinerja sistem pemasaran kopi robusta yang telah dilakukan para petani di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam.
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran kopi robusta yang sebaiknya diterapkan agar dapat meningkatkan kepuasan petani kopi di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam.

Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan akan dapat membantu memberikan dan menambah informasi mengenai Sistem Pemasaran Kopi Robusta dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Petani Kopi terutama di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam.

2. Bagi Petani

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan mengenai sistem pemasaran yang dapat diterapkan oleh para petani kopi robusta dalam upaya meningkatkan kepuasan petani kopi di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini akan dapat menambah ilmu dan wawasan penulis mengenai sistem pemasaran kopi robusta di Bandar Jaya Kelurahan Kance Diwe Kota Pagar Alam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV. Alfabeta: Bandung.
- Asih, L.Bako. 2015. Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Tanpak Sidikalang dengan Analisis SWOT. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Bangun, Wilson. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Erlangga.
- Chandra, Gregorius. 2002. Strategi dan Program Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Darmawan, Didit. 2012. “Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Kesetiaan Pelanggan”. Jurnal Volume 7 No. 1.
- Davis, G.B. 1999. Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen. Cetakan. Kesepuluh. Terjemahan. Penerbit : PT. *Pustaka* Binaman Pressindo, Jakarta.
- Desiana, Candra. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh : Volume 4 No. 2, Ciamis.
- Harini. 2008. Makro ekonomi Pengantar. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Yulian, Junaidi dan M. Yamin. 2010. Faktor-Faktoryang Mempengaruhi Adopsi Pola Usahatani DIversifikasidan Hubungannya dengan Pendapatan Usahatani Kopi di Sumatera Selatan. Jurnal Volume: 4 No.3 Halaman 283-291, Palembang.
- Kotler, Amstrong. 2004. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, P.2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jilid 1&2. PT. Prenhalindo. Jakarta.

- Kotler, P and G. Armstrong. 2008. Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan. Jakarta. Penerbit Indeks.
- Kotler, P dan G. Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller. 1997. Manajemen Pemasaran. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Kusmiati, A. & R. Windiarti. 2011. Analisis wilayah komoditas kopi di Indonesia. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, No.5: 47 - 58.
- Limbong, W.H. dan Sitorus, P. 1987. Diktat Pengantar Tataniaga Pertanian. IPB. Bogor.
- Martilla dan John C. James. 1977. "Importance Performance Analysis." *Journal of Marketing*, Vol. 41 (No. 1) 77-79.
- Muis, Moh. Sidik Priadana Saludin. 2013. Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Mulyana, Wahyu. 1982. Segi Praktis Cocok Tanam Kopi. CV. Aneka. Semarang.
- Muslim, C. dan V. Darwis. 2012. Keragaan kedelai nasional dan analisis farmer share serta efisiensi saluran pemasaran kedelai Di Kabupaten Cianjur. Jurnal. Sepa. Vol. 1 (No.9) : 7 – 9.
- Najiyati, S dan Danarti., 2004. Kopi Budidaya dan Penangan Pascapanen. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Prastowo. 2010. Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Ar-Ruzz Media. Yogyakarta.
- Pratama. 2014. Sistem Informasi dan Implementasinya. Bandung: Informatika Bandung.
- Purwanto, Iwan. 2008. Manajemen Strategi. Yrama Widya. Bandung.
- Rahardjo, Pudji. 2012. Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Ridwansyah. 2003. Pengolahan Kopi. Departemen Teknologi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Ruhimat, D. 2008. Kepuasan Pelanggan. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Saragih, J.R. 2010. Kinerja produksi kopi Arabika dan prakiraan sumbangannya dalam pendapatan wilayah Kabupaten Simalungun. *Visi*, No.18: 98 - 112.
- Soekartawi. 2002. Analisis Usahatani. Universitas Indonesia. Jakarta
- Soetriono. 2009. Daya Saing Agribisnis Kopi Robusta, Sebuah Perpektif Ekonomi. Surya Pena Gemilang. Malang.
- Spinale, James J. 1990. Komoditi Kopi Peranannya Dalam Perekonomian Indonesia. Kanisius. Yogyakarta.
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhamadiyah Malang. Malang.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Suryawan, S., & Dharmayanti, D. S. (2013). Analisa Hubungan Antara Experiential Marketing, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Cafe Nona Manis Grand City Mall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1 (No.2): 1-10.
- Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi. 2015. Luas Areal dan Produksi Kopi Robusta Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten dan Keadaan Tanaman Tahun 2015. Sumatera Selatan: Palembang.
- Tjiptono, Fandi. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi kedua. Andi. Yogyakarta.
- Umar, H. 1997. Strategic Management in Action, Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelan-Hunger. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Widiastuti, N. dan M. Harisudin. 2013. Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di Kabupaten Grobogan (Online). *SEPA* : Vol. 9 (No. 2) :