

**ANALISIS PEMASARAN KOPI
DI KABUPATEN DAIRI
PROPINSI SUMATERA UTARA**

T E S I S



Oleh :

TIGOR HUTABARAT

041802024

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

M E D A N

2 0 0 6

**ANALISIS PEMASARAN KOPI
DI KABUPATEN DAIRI
PROPINSI SUMATERA UTARA**

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Magister Manajemen Agribisnis (MMA)
Pada Program Pascasarjana Universitas Medan Area

TESIS



●leh :

Tigor Hutabarat

041802024

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2006**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCA SARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN

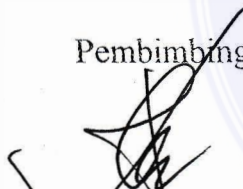
Judul : ANALISIS PEMASARAN KOPI DI KABUPATEN
DAIRI PROPINSI SUMATERA UTARA

NAMA : TIGOR HUTABARAT

NPM : 041802024

Menyetujui :

Pembimbing I


Ir. Abdul Rahman, MS

Pembimbing II


Drs. H. Miftahuddin, MBA

Diketahui :
Program Pasca Sarjana UMA

Ketua Program Studi
Magister Manajemen Agribisnis


Drs. Heri Kusmanto, MA




DR. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, M.S

UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini dipertahankan di depan Panitia Penguji Tesis
Program Pascasarjana Magister Manajemen Agribisnis
Universitas Medan Area

Pada Hari : Jumat
Tanggal : 25 Agustus 2006
Tempat : Program Pascasarjana Magister Manajemen Agribisnis
Universitas Medan Area

PANITIA PENGUJI

Ketua : Ir. Erwin Pane, MS (.....)

Sekretaris : Drs. Kariono, MA (.....)

Pembimbing I : Ir. Abdul Rahman, MS (.....)

Pembimbing II : Drs. Miftahuddin, MBA (.....)

Penguji Tamu : Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS (.....)

ABSTRAK

Kabupaten Dairi terdiri dari 14 kecamatan dimana setiap kecamatan mempunyai luas pertanian kopi dan kecamatan terluas penanaman kopi adalah kecamatan Sumbul dengan luas 1775 Ha, produksi 77.275 ton. Kecamatan Siempu Hula luas 1.175 Ha produksi 55.250 ton.

Tanaman kopi merupakan tanaman yang mampu menyerap tenaga kerja dan menjadi persoalan utama dalam pengembangan agribisnis kopi, bentuk dan pola dan fungsi tata niaga yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dan besar biaya tata niaga yang timbul, maka perlu dianalisa margin pemasaran, price spread dan share margin pada setiap saluran pemasaran dan perbandingan keuntungan dari setiap lembaga pemasaran yang terlibat.

Dari hasil penelitian didapat yaitu terdapat tiga saluran pemasaran. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran terdiri dari biaya, transportasi + bongkar muat, packing, retribusi, biaya pengolahan, penyusutan hasil, marketing loss, dan biaya pemasaran yang paling rendah terdapat pada saluran III yaitu petani menjual kepada pedagang, pengumpul kecamatan dan pedagang pengumpul kecamatan menjual pada pabrik pengolahan.

Dari hasil penelitian ini berguna untuk menemukan alternatif kebijakan yang tepat dalam proses tata niaga kopi di propinsi Sumatera Utara umumnya dan kabupaten Dairi khususnya dalam memberi jaminan terciptanya struktur pasar yang adil bagi produsen dan setiap rantai pemasaran.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunianya sehingga penulis berhasil menyelesaikan penelitian dan penyusunan Tesis ini.

Penyusunan tesis ini adalah merupakan salah satu syarat akhir dalam program pascasarjana Magister Manajemen Agribisnis Universitas Medan Area yang mana pelaksanaannya penulis melakukan penelitian pemasaran di kabupaten Dairi dengan maksud menganalisa bentuk dan pola saluran tata niaga yang dilakukan oleh lembaga – lembaga pemasaran, margin pemasaran, Price spread dengan Share Margin dalam setiap saluran pemasaran.

Penyusunan tesis ini berhasil dengan baik adalah upaya Dosen pengajar pada perkuliahan Magister Manajemen Agribisnis Pascasarjana Universitas Medan Area dan bimbingan para Dosen khususnya pada pembimbing I Ir. Abdul Rahman, MS, dan pembimbing II Drs. H. Miftahuddin, MBA, dan ketua program studi, DR. Edy Batara Mulya Siregar, MS. Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas bimbingannya dan kepada keluarga penulis, istri tercinta Ng Prangin-angin putra saya Frans Sinatra, William Fraansiskus, serta putra bungsu saya Edward Anugerah dan kepada abang saya DR.GF.Hutabarat, DTM&H, MSc,dan kakak saya Dra. O Hutabarat yang telah memberi dorongan semangat dari mulai perkuliahan hingga selesainya penulisan tesis ini.

Akhir kata penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang ada pada Tesis ini dan semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan rahmatNya kepada kita semua.

Medan, Agustus 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.2. Strategi Pemasaran	10
2.3. Bauran Pemasaran	11
2.4. Analisa Produksi Dalam Pemasaran.....	13
2.5. Margin Pemasaran	14
2.6. Analisis Harga.....	14
2.7. Modifikasi Harga	15
2.8. Saluran Pemasaran.....	17

		Halaman	
	2.9.	Efesiensi Pemasaran.....	20
	2.10.	Metode Penetapan Harga	24
	2.11.	Gambaran Umum Perkopian Indonesia	28
	2.12.	Berbagai jenis kopi	33
	2.13.	Gambaran Umum Perkopian di Kabupaten Dairi	38
	2.14.	Kerangka Pikir	39
BAB	III	METODE PENELITIAN.....	46
	3.1.	Lokasi dan Waktu.....	46
	3.2.	Metode Penarikan Sample.....	46
	3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	47
	3.4.	Metode Analisis.....	47
BAB	IV	KEADAAN UMUM KABUPATEN DAIRI	50
	4.1.	Kabupaten Dairi	50
	4.2.	Penduduk	51
	4.3.	Pendidikan	52
	4.4.	Kesehatan.....	54
BAB	V	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
	5.1.	Saluran Pemasaran Kopi di Kabupaten Dairi	57

5.2.	Analisis Biaya Pemasaran dan Profit	
	Margin	58
5.3.	Price Spread dan Share Margin.....	62
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
6.1.	Kesimpulan	65
6.2.	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

BAB I

P E N D A H U L U A N

1.1. Latar Belakang

Tanaman kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang diharapkan mampu meningkatkan nilai ekspor. Komoditi kopi sebagai komoditi 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 pemerintah untuk menghasilkan kopi sebagai bahan ekspor. Sebab dari berbagai penjuru dunia banyak orang yang suka minum kopi, tetapi negaranya 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 Selatan, Lampung, Bali dan 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. Di samping 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 2004 adalah 1.1420 ha dan telah memproduksi 5.094 ton kopi robusta dan 9.647 ha telah memproduksi 10.548 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 Sosek Pertanian, IPB
- AEKI, 1999, *Warta AEKI No. 82 – April 1999*, Sekretariat Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, Jakarta.
- Dahl, D.C and J.W. Hammond 1997. *Market and Prices Analisis*, Mc. Grow Hill Inc. United States.
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran*, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta, 1993.
- Kantor Statistik Sumatera Utara, *Sumatera Utara Dalam Angka, 2004*.
- Limbong dan Sitorus, 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*, Edisi Kedua Institut Pertanian Kabupaten-Kabupaten
- Limbong, W. H. dan P. Sitorus,1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian, Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian, Bogor, Bogor.
- Mc. Carthy and Perreult. 1993. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta.
- Mubyarto, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, LP3ES, Jakarta, 1987.
- Majalah Kopi Indonesia, No. 24 Desember, 2001, Jakarta.
- Soekartawi, (a), *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1993.
- Soekartawi, (b), *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*, Rajawali Press, Jakarta, 1993.
- Soekartawi, 1989, *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*, Rajawali Press, Jakarta
- Sembiring Sobat, *Usaha-Usaha Memperbaiki Pemasaran Kopi di Sumatera Utara*, 1988.