

**ANALISIS PEMASARAN KOPI DI KABUPATEN HUMBANG
HASUNDUTAN PROVINSI SUMATERA UTARA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Agribisnis
dalam Program Studi Magister Agribisnis pada Program Pascasarjana
Universitas Medan Area

OLEH

**ERWIN NASUTION
121802005**



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2014**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER AGRIBISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Pemasaran Kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan
Provinsi Sumatera Utara
N a m a : Erwin Nasution
N P M : 121802005

Menyetujui

Pembimbing I


Dr. Ir. Rahmanta Ginting, M.Si

Pembimbing II


Dr. Ir. Syahbudin Hasibuan, M.Si

**Ketua Program Studi
Magister Agribisnis**


Dr. Ir. Yusniar Lubis, M.MA

Direktur



Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K, MS

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Erwin Nasution
N P M : 121802005

Dengan ini menyatakan bahwa tesis ini dengan judul : *“Analisis Pemasaran Kopi Di Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara”*. adalah benar merupakan hasil penelitian yang saya kerjakan sendiri tanpa meniru atau menjiplak hasil penelitian orang lain, apabila dikemudian hari bahwa tesis ini tidak orisinal dan merupakan hasil plagiat maka saya bersedia dicabut gelar magister yang saya peroleh.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, terimakasih.

Medan, Mei 2014



Erwin Nasution

ABSTRAK

Erwin Nasution, “Analisis Pemasaran Kopi Di Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara”. Dibimbing oleh Dr. Ir. Rahmanta Ginting M.Si sebagai ketua dan Dr. Ir. Syahbudin, M.Si sebagai anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis saluran pemasaran, fungsi pemasaran pada tiap-tiap saluran pemasaran, biaya pemasaran, share margin dan price spread pada setiap saluran serta tingkat efisiensi pemasaran kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan

Penelitian ini di laksanakan di Kabupaten Humbang Hasundutan sebagai salah satu daerah sentra produksi kopi di Sumatera Utara. Dari sepuluh kecamatan di tetapkan secara purposif tiga kecamatan yaitu kecamatan Lintong Nihuta, Dolok Sanggul dan Paranginan sebagai kecamatan penghasil kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan.

Penelitian ini menggunakan metode observasi lapangan kuisioner dan wawancara, dari tiga kecamatan ditetapkan populasi sebanyak 93 petani kopi yang dipilih secara acak, 63 pedagang pengumpul desa, 15 pedagang pengumpul tingkat kecamatan, 6 pedagang kabupaten dan 5 pedagang propinsi (eksportir). Model analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 (empat) saluran pemasaran kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan, Saluran Pemasaran I : Petani - Pedagang Desa - Pedagang Kecamatan - Pedagang Kabupaten - Pedagang Propinsi/Ekportir, Saluran Pemasaran II : Petani - Pedagang Kecamatan - Pedagang kabupaten - Pedagang Propinsi/Ekportir, Saluran Pemasaran III : Petani - Pedagang Kabupaten - Pedagang Propinsi/Ekportir, Saluran Pemasaran IV : Petani - Pedagang Propinsi/Ekportir.

Setiap lembaga pemasaran memerankan paling sedikit 4 fungsi, dari 4 saluran yang ada ternyata saluran 3 memiliki tingkat efisiensi yang paling baik dibandingkan 3 saluran lainnya karena nilai efisiensi pemasaran paling kecil.

Kata kunci: Pemasaran Kopi, Saluran Pemasaran, Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Price Spread dan Efisiensi Pemasaran.

ABSTRACT

Erwin Nasution , " Analysis of Coffee Marketing in Humbang Hasundutan District of North Sumatra Province ". Supervised by Dr. Ir. Rahmanta Ginting M.Si as chairman and Dr. Ir. Syahbudin, M.Si as members.

This study aims to determine the types of marketing channels, marketing functions in each channel marketing, marketing costs, share margins and price spread on each channel as well as the level of efficiency in the coffee marketing District Humbang Hasundutan.

This study was carried on in the district as one of Humbang Hasundutan coffee production center in North Sumatra. The set of ten districts in three districts namely purporsif Lintong Nihuta districts, and a bun Dolok Sanggul, Paranginan as coffee producing districts in the District Humbang Hasundutan.

This study uses field observation questionnaire and interviews, from three districts defined population of 93 coffee farmers randomly selected, 63 village traders, merchants 15 district level, district 6 merchants and traders 5 provinces (exporters). The model used data analysis is descriptive and quantitative analysis.

The results showed that there are four (4) copies of marketing channels District Humbang Hasundutan, Channel Marketing I : Farmers - Traders Village - District of Traders - Traders District - Traders Province/exporters, Channel Marketing II : Farmers - District of Traders - Traders district - Traders Province/exporters, Marketing Channels III : Farmers - Merchant District - Traders Province/exporters, Marketing Channels IV : Farmers - Merchants Province/exporters.

Each institution plays the marketing of at least 4 functions, from the existing 4 channel 3 channel turns out to have a good level of efficiency compared to most other 3 channels because of the small value of marketing efficiency.

Keywords : Coffee Marketing, Channel Marketing, Marketing Costs, Marketing Margins, Price Spread and Marketing Efficiency.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Analisis Pemasaran Kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara” sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan di Program Studi Magister Agribisnis Pascasarjana Universitas Medan Area.

Dalam penyusunan Tesis ini penulis telah banyak mendapat bimbingan, pengarahan, dan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Medan Area, Prof. Dr. H.A. Ya’kub Matondang, MA
2. Direktur Pascasarjana Magister Universitas Medan Area, Prof. Dr.Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS.
3. Ketua Program Studi Magister Agribisnis, Dr. Ir. Yusniar Lubis, M.MA
4. Bapak Dr. Ir. Rahmanta Ginting, M.Si selaku Dosen Pembimbing I
5. Bapak Dr. Ir. Syahbudin Hasibuan, M.Si selaku Dosen Pembimbing II
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen di Pascasarjana Magister Agribisnis Universitas Medan Area.
7. Seluruh staff dan pegawai Pascasarjana Universitas Medan Area.
8. Rekan-rekan mahasiswa Pascasarjana Magister Agribisnis Angkatan 2012 Universitas Medan Area.
9. Bapak Bupati, Kepala BPS, Bapak Camat, Bapak Kepala Desa Terkait, Responden Petani dan Pedagang Kopi di Kecamatan Lintong Nihuta,

10. Keluarga : Orang tua, Istri dan Anakku yang tersayang dan semuanya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih perlu penyempurnaan, oleh karenanya dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran maupun kritikan yang konstruktif, dari para pembaca demi penyempurnaannya. Semoga Tesis ini dapat bermanfaat, baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun bagi dunia usaha dan pemerintah.

Medan, 2014

Penulis,

DAFTAR ISI

JUDUL

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Kerangka Pemikiran.....	8
1.6. Hipotesis.....	10

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Gambaran Umum Kopi	11
2.1.1. Jenis Kopi.....	12
2.1.2. Manfaat Kopi.....	13
2.1.3. Aspek Teknis Kopi.....	14
2.2. Gambaran Kopi Lintong di Kabupaten Humbang Hasundutan	19
2.3. Teori Pemasaran Komoditas Pertanian	26
2.4. Teori Saluran Pemasaran	30

2.5. Teori Struktur Pasar	32
2.6. Teori Margin Pemasaran	32
2.7. Teori Efisiensi Pemasaran	34

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.2. Bentuk Penelitian	37
3.3. Populasi dan Sampel	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data	41
3.5. Teknik Analisis Data	41
3.6. Defenisi dan Batasan Operasional.....	44

BAB IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

Kabupaten Humbang Hasundutan	47
------------------------------------	----

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Petani Sampel	51
5.2. Saluran Pemasaran Kopi di Daerah Penelitian.....	53
5.3. Analisis Fungsi Pemasaran.....	55
5.4. Analisis Biaya Pemasaran Kopi Di Daerah Penelitian.....	58
5.4.1 Analisis Biaya Pemasaran pada Saluran 1	58
5.4.2 Analisis Biaya Pemasaran pada Saluran 2	60
5.4.3 Analisis Biaya Pemasaran pada Saluran 3	62
5.4.4 Analisis Biaya Pemasaran pada Saluran 4	63
5.5. Analisis Margin Pemasaran, Share Margin, Price Spread.....	64
5.5.1 Analisis Margin Pemasaran.....	64

5.5.2 Analisis Distribusi Net Margin Pemasaran	65
5.5.3 Analisis Share Margin	66
5.5.4 Analisis Price Spread	66
5.6. Analisis Efisiensi Pemasaran	67
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	71
6.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kopi Arabika di Indonesia Tahun 2007-2012	2
2.	Produksi, luas kebun, dan produktivitas kopi arabika di Sumatera Utara menurut kabupaten tahun 2011	4
3.	Luas Panen, Produksi dan rata-rata produksi menurut Kecamatan	22
4.	Jumlah Populasi Penelitian per Desa di Kecamatan Lintong Nihuta	38
5.	Jumlah Sampel dari Petani per Desa di Kecamatan Lintong Nihuta	40
6.	Total Sampel Penelitian	40
7.	Persentase Terhadap Luas Wilayah Kabupaten Humbang Hasundutan Menurut Kecamatan 2012	48
8.	Jumlah Desa/Kelurahan Menurut Kecamatan 2008 s/d 2012	48
9.	Luas Areal Kopi Menurut Kecamatan tahun 2011/2012	49
10.	Karakteristik Petani Sampel Berdasarkan jenis Kelamin	51
11.	Karakteristik Petani Sampel Berdasarkan Luas Lahan Kopi	51
12.	Karakteristik Petani Sampel Berdasarkan Produksi Kopi menurut Kecamatan Sampel	52
13.	Persentase Petani Kopi Berdasarkan Saluran Pemasaran yang Dipilih	54
14.	Fungsi Pemasaran Oleh Lembaga Pemasaran Pada Saluran 1 Pemasaran Kopi di Daerah Penelitian	56
15.	Fungsi Pemasaran Oleh Lembaga Pemasaran Pada Saluran 2 Pemasaran Kopi di Daerah Penelitian	56
16.	Fungsi Pemasaran Oleh Lembaga Pemasaran Pada Saluran 3 Pemasaran Kopi di Daerah Penelitian	56
17.	Fungsi Pemasaran Oleh Lembaga Pemasaran Pada Saluran 4 Pemasaran Kopi di Daerah Penelitian	56

18.	Biaya Pemasaran Kopi pada Saluran 1 di Daerah Penelitian	59
19.	Biaya Pemasaran Kopi pada Saluran 2 di Daerah Penelitian	61
20.	Biaya Pemasaran Kopi pada Saluran 3 di Daerah Penelitian	62
21.	Biaya Pemasaran Kopi pada Saluran 4 di Daerah Penelitian	63
22.	Marjin Pemasaran dari 4 Saluran Pemasaran Kopi di Daerah Penelitian...	64
23.	Distribusi Net Margin Pemasaran Kopi pada 4 Saluran pemasaran di Daerah Penelitian	65
24.	Bagian (Share) yang diterima Petani Kopi pada 4 Saluran Pemasaran	66
25.	Price Spread Pada 4 Saluran Pemasaran Kopi di Daerah Penelitian	66

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Konseptual	9
2.	Saluran Pemasaran Kopi di Humbang Hasundutan	54

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Daftar Pertanyaan Kuisisioner untuk Petani Sampel	76
2.	Daftar Pertanyaan Kuisisioner untuk Pedagang Pengumpul Desa.....	77
3.	Daftar Pertanyaan Kuisisioner untuk Pedagang Pengumpul Kecamatan.....	78
4.	Daftar Pertanyaan Kuisisioner untuk Pedagang Kabupaten.....	79
5.	Daftar Pertanyaan Kuisisioner untuk Pedagang Propinsi/Eksportir.....	80
6.	Rencana Jadwal Penelitian.....	81
7.	Data Jawaban Responden Petani Kopi di Kecamatan Lintongnihuta.....	82
8.	Data Jawaban Responden Petani Kopi di Kecamatan Dolok Sanggul	85
9.	Data Jawaban Responden Petani Kopi di Kecamatan Paranginan	87
10.	Data Jawaban Responden Pedagang Pengumpul Desa di Kecamatan Lintongnihuta	89
11.	Data Jawaban Responden Pedagang Pengumpul Desa di Kecamatan Dolok Sanggul	91
12.	Data Jawaban Responden Pedagang Pengumpul Desa di Kecamatan Paranginan	93
13.	Data Jawaban Responden Pedagang Pengumpul Kecamatan di Humbang Hasundutan	95
14.	Data Jawaban Responden Pedagang Pengumpul Kabupaten Humbang Hasundutan	97
15.	Data Jawaban Responden Pedagang Provinsi/Eksportir di Kota Medan ...	98

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi merupakan komoditas ekspor terpenting kedua dalam perdagangan global, setelah minyak bumi (Gregory dan Featherstone, 2008; ICO, 2010; Amsalu dan Ludi, 2010). Kopi dihasilkan oleh lebih dari 70 negara sedang berkembang dimana 45 negara diantaranya memasok 97% produksi kopi dunia. Menurut Kementerian Pertanian RI (2009) bahwa kopi merupakan komoditas unggulan nasional dan Indonesia mempunyai keunggulan komparatif dan kompetitif dalam memproduksi kopi, yang berarti mempunyai peluang untuk meningkatkan luas kebun, produksi, dan ekspor kopi (Susila, 1999).

Jenis kopi yang banyak dikembangkan di Indonesia salah satunya adalah jenis Arabika. Kopi Arabika merupakan salah satu komoditas yang diprioritaskan pengembangannya oleh pemerintah Indonesia saat ini. Ekspor kopi Arabika dari Indonesia sebagian besar dipasarkan ke segmen pasar khusus (kopi spesialti) karena mutu citarasanya khas dan digemari oleh para penikmat kopi di negara-negara konsumen utama. Di segmen spesialti harga kopi lebih mahal dan fluktuasinya tidak terlalu tajam, yang tentunya berdampak pada pendapatan petani dan devisa negara (Wahyudi, 2008).

Komoditas kopi di Indonesia menunjukkan hasil yang cukup baik. Pangsa ekspor Indonesia mencapai 7% dari produksi kopi dunia tahun 2008. Dalam Produk Nasional Bruto (PNB), komoditas kopi Arabika memberikan sumbangan sebesar 0,28% dan merupakan 4,7% dari seluruh ekspor produk pertanian tahun 2012. Luas tanam mencapai 1,185 juta hektar dengan produksi sekitar 634.000

ton biji kopi dengan komposisi 85-90% kopi Robusta, 10-3% kopi Arabika, dan 1-2% kopi Liberika. Luas lahan kopi Arabika di Indonesia pada tahun 2012 mencapai 252.646 hektar dengan produksi 147.017 ton kopi biji dan produktivitas 581,9 kg per hektar per tahun. Produksi tersebut memberikan nilai ekspor sebesar US\$ 306,6 juta (AEKI, 2012).

Perkembangan luas areal dan produksi kopi Arabika Indonesia yang mengalami fluktuasi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kopi Arabika Indonesia Tahun 2007-2012

Tahun	Luas Areal (hektar)	Perkembangan (%)	Total Produksi (ton)	Perkembangan (%)	Produktivitas (kg/hektar)
2007	228.931	-	124.098	-	542,08
2008	239.476	4.40	129.660	4.29	541,43
2009	281.398	14.90	147.631	12.17	524,63
2010	251.582	-11.85	146.641	-0.68	582,88
2011	251.753	0.07	146.761	0.08	582,96
2012	252.645	0.35	147,017	0.17	581,91

Sumber: *Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia, 2012*

Pada Tabel 1. memperlihatkan bahwa perkembangan luas areal kopi Arabika di Indonesia meningkat sebesar 2,38 % per tahun demikian juga produksi meningkat sebesar 3,58% selama kurun waktu 2007-2012. Nilai ekspor kopi Arabika yang terus meningkat akan mendorong petani untuk memperluas areal pertanaman kopi agar dapat menghasilkan jumlah produksi yang lebih besar untuk tujuan ekspor.

Indonesia menempati urutan ketiga dengan kontribusi 657.000 ton pada tahun 2012, sedangkan yang pertama adalah Brazil dengan kontribusi 3.049.560 ton, kedua adalah Vietnam dengan kontribusi 1.320.000 ton, keempat

DAFTAR PUSTAKA

- Adang Agustian dan Iwan Setiadjie Anugrah. 2008. Analisis Perkembangan Harga dan Rantai Pemasaran Komoditas Cabai Merah di Propinsi Jawa Barat, Jurnal. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Tidak Dipublikasikan. Bogor.
- Anderson, D. 2008. *Cita rasa kopi Indonesia kehilangan identitas asli*, Harian Media Indonesia (21/02/08).
- Anonim (2009), *Bermodal cekak, petani kopi Indonesia sulit kalahkan Brasil*, http://www.tempointeraktif.com/.../brk.20090702-184943_id.html
- Asosiasi Kopi Spesial Indonesia, AKSI (tt), *Indonesia's Arabica Coffees, "Excellence in Diversity"*, <http://www.sca-indo.org>
- Azzaino, 1982, Pengantar Tata Niaga Pertanian. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Badan Pusat Statistik, 2012. *Kabupaten Humbang Hasundutan dalam Angka 2012*.
- Badan Pusat Statistik, 2012. *Sumatera Utara Dalam Angka 2012*.
- Chosantum, A. 2001. Efisiensi Pemasaran Ikan Segar Layu Melalui Tempat Pelelangan Ikan Depok di Kabupaten Bantul. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Dinas Perkebunan Kabupaten Humbang Hasundutan, 2009 dan 2010 tentang Luas Areal Perkebunan Kopi tahun 2009
- Daniel, M., 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta.
- Eni Istiyanti. 2010, *Efisiensi Pemasaran Hasil Pertanian*, Jurnal Pertanian MAPETA, ISSN: Tidak Dipublikasikan, Yokyakarta.
- Gitosudarmo, I. 2001, Manajemen Pemasaran, BPFE, Yokyakarta.
- Hanafiah dan Saefudin A.M., 1986. Tata Niaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Ida Bagus Oka Purnama dkk, 2012. Sistem Pemasaran Kopi Bubuk Sari Buana pada UD. Mega Jaya. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata. ISSN: 2301-6523 . FP. Universitas Udayana. Bali
- Kotler, 1995. Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta.

- Kotler, 2000. Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. PT. Prehallindo. Jakarta.
- Limbong dan Sitorus, 2005. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Limbong dan Sitorus, 2005. Pengantar Tataniaga Pertanian. Edisi Keenam. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Limbong dan Sitorus. 2005. Kajian Pemasaran Komoditi Pertanian Andalan. Sosek Pertanian IPB. Bogor.
- Mawardi. Surip (2008a), *Strategi ekspor komoditas perkebunan dalam situasi krisis finansial, kasus pada kopi*, Makalah pada Seminar Nasional dan Display Product dalam rangka Dies Natalis ke-44 Fakultas Pertanian Universitas Jember, Jember, 23 Desember 2008.
- Mawardi. Surip (2008b), *Bentuk kopi dan rasio konversi di Gayo dalam* Mawardi *et al.* (Eds), 2008, Panduan budidaya dan pengolahan kopi arabika Gayo, Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia, APED, Bappeda NAD dan UNDP, Banda Aceh.
- Mawardi, S, R. Hulupi, A. Wibawa, S. Wiryadiputra, dan Yusianto (2008), *Panduan budidaya dan pengolahan kopi arabika Gayo*, Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia, APED, Bappeda NAD dan UNDP, Banda Aceh.
- Mubyarto. 2003. Pengantar Ekonomi Pertanian. Edisi Keenam. LP3S. Jakarta.
- Rachman, H.P.S. 1997 Aspek Permintaan, Penawaran dan Tataniaga Hortikultura di Indonesia. Forum Agro Ekonomi. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Bogor.
- Rahim. A dan Hastuti D. 2007. Pengantar Teori dan Kasus Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Edisi ke 2. Malang
- Soekartawi., 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Agribisnis (teori dan Aplikasinya). Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Umar, H. 2003. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Ottaway. Anne (2007), *A rapid assesment of the spesialti coffee value chain in Indonesia*, United States Agency for International Development (USAID).
- Pujiyanto (2007), *Arah menuju produksi kopi berkelanjutan*, *Warta Puslitkoka Indonesia*, 23(1): 1-10.
- Wahyudi. Teguh (2008), *Sambutan Direktur Puslitkoka Indonesia pada buku Panduan budidaya dan pengolahan kopi arabika Gayo*, Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia, APED, Bappeda NAD dan UNDP, Banda Aceh.