



**ANALISIS EFISIENSI SALURAN PEMASARAN KOPI PILOZZ PADA
UMKM MATHA HATI BPP KARANGPLOSO**

SKRIPSI

Oleh:

SITI KARMILA

220.01.0.32004



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2024



**ANALISIS EFISIENSI SALURAN PEMASARAN KOPI PILOZZ PADA
UMKM MATHA HATI BPP KARANGPLOSO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh:

SITI KARMILA

220.01.0.32004



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2024

RINGKASAN

Siti Karmila (22001032004) ANALISIS EFISIENSI SALURAN PEMASARAN KOPI PILOZZ PADA UMKM MATHA HATI BPP KARANGPLOSO**Dosen Pembimbing : I : Titis Surya Maha Rianti,SP.,MP.****Dosen Pembimbing II: Dina Kartika Sari,SP.,MP.**

Kopi merupakan salah satu hasil komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi Pilozz merupakan salah satu produk usaha yang dikelola oleh pihak UMKM Matha Hati BPP (balai penyuluh pertanian) yang berada di Karangploso, jenis kopi pilozz yang diolah yaitu robusta dan arabika. Hasil dari produksinya sudah dapat dikatakan cukup baik namun terkendala pada sistem pemasarannya dimana saluran pemasaran yang Panjang mengakibatkan tidak efisien dalam proses pemasaran kopi pilozz. Tujuan dari penelitian, 1). untuk mengetahui saluran pemasaran kopi pilozz pada UMKM Matha Hati BPP Karangploso, 2). Untuk mengetahui margin pemasaran kopi pilozz pada UMKM Matha Hati BPP Karangploso. 3). menganalisis efisiensi saluran pemasaran kopi pilozz pada UMKM Matha Hati BPP Karangploso.

Lokasi penelitian ini dilakukan secara purposive yaitu UMKM Matha Hati BPP Karangploso dan pengambilan sampel dilakukan secara *snowball sampling*. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan lembaga pemasaran yang terlibat dan analisis kuantitatif meliputi analisis margin, Distribusi margin, share harga, R/C ratio dan analisis efisiensi pemasaran kopi pilozz. Metode pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan data primer dan data sekunder dengan cara wawancara dan kuesioner data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka.

Hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat III saluran pemasaran yang ada di UMKM Matha Hati BPP Karangploso. Saluran pemasaran I meliputi Pihak UMKM Matha Hati BPP Karangploso – Konsumen, saluran pemasaran II UMKM Matha Hati BPP Karangploso – Reseller -Konsumen, saluran pemasaran III UMKM Matha Hati BPP Karangploso – Reseller – Kafe - Konsumen.

Dilihat dari tingkat efisiensi saluran pemasaran kopi pilozz di UMKM Matha Hati BPP Karangploso sudah efisien. Ketiga saluran pemasaran tersebut saluran pemasaran di UMKM Matha Hati BPP Karangploso sudah efisien dimana pada saluran pemasaran I memiliki tingkat efisien sebesar 25% untuk jenis kopi robusta, 21% untuk jenis kopi Arabika. Saluran pemasaran II memiliki tingkat efisiensi sebesar 10% untuk jenis kopi robsuta dan 8 % untuk jenis kopi arabika. Saluran pemasarn III memiliki tingkat efisien sebesar 8,3% untuk jenis kopi robusta dan 6,6% untuk jenis kopi arabika.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adapun saran yang ingin disampaikan oleh penulis sebagai berikut. UMKM Matha Hati BPP Karangploso disarankan untuk menggunakan saluran pemasaran III karena lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran I dan II. Lembaga pemasaran di UMKM Matha Hati BPP Karangploso disarankan semua lembaga pemasaran (Pihak UMKM Matha Hati BPP Karangploso, Reseller, dan Pemilik maupun pengelolaan kafe) menggunakan saluran pemasaran dengan biaya yang kecil.

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Subsektor perkebunan memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Sehingga diperlukan revitalisasi untuk menyegarkan kembali perkebunan, membangun daya saing, meningkatkan kinerja, serta mensejahterakan pelakunya, terutama petani sebagai bagian dari usaha untuk mensejahterakan seluruh rakyat. Komoditas pertanian dapat diolah untuk meningkatkan nilai tambah dengan cara ditransformasikan barang setengah jadi menjadi barang jadi siap di konsumsi, Listiana, N., Hindarti, S., & Sari, D. K. (2023). Saat ini kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi bukan hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga sebagai sumber pendapatan petani kopi di Indonesia (Indrasari, 2020).

Komoditas Kopi merupakan produk budidaya perkebunan yang paling banyak diperdagangkan di dunia. Salah satu negara yang menjadi produsen dan eksportir kopi utama di dunia adalah Indonesia. Sampai Tahun 2017 Negara Indonesia adalah produsen kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brazil dan Vietnam. Meskipun mengalami pasang surut nilai ekspor kopi Indonesia selalu berada pada lingkaran lima besar dunia. Selain itu bagi Indonesia kopi juga menjadi penyumbang devisa sektor perkebunan terbesar kedua setelah kelapa sawit (Apandi, A 2019).

Kopi merupakan salah satu komoditas penting di Indonesia dan berperan sebagai sumber devisa negara, salah satu faktor penting dalam perkembangan produksi kopi adalah pasaran kopi yang sudah sangat luas dan di dukung oleh lahan tanamannya yang luas juga. Kopi di Indonesia perlu dijaga untuk keberlangsungan produksi kopi saat ini maupun dimasa yang akan datang. Safruddin, S., Efendi, E., Mawarni, R., & Wanto, A. (2023).

Produksi kopi Indonesia menunjukkan perkembangan yang fluktuatif. Berikut data produksi kopi di Indonesia pada tahun 2017-2021

Tabel 1. Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2017-2021 (Ton) Jenis Komoditas Produksi Kopi (Tahun 2017-2021).

Jenis Komoditas	Produksi Kopi (Ton)					Total
	2017	2018	2019	2020	2021	
Kopi	716,10	756,00	752,50	753,90	774,60	3753,10

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 1. diketahui bahwa jumlah produksi kopi di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 sebesar 753,90 ton meningkat pada tahun 2021 sebesar 774,60 ton sedangkan pada tahun 2019 jumlah produksi kopi mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Jumlah produksi yang fluktuatif ini dipengaruhi oleh luas area lahan yang ditanami. Semakin luas area lahan yang ditanami, maka semakin tinggi produksi yang diperoleh oleh petani kopi. Selain itu faktor cuaca yang berkaitan dengan pembungaan dan pembentukan buah kopi juga mempengaruhi fluktuasi jumlah produksi kopi.

Berikut ini disajikan data mengenai produksi tanaman perkebunan kopi di Provinsi Jawa Timur tahun 2017 sampai tahun 2021, dapat dilihat pada

Tabel 2. Produksi Kopi di Provinsi Jawa Timur Tahun 2017-2021 (Ton).

Jenis Komoditas	Produksi Kopi (Ton)					Total
	2017	2018	2019	2020	2021	
Jawa Timur	64,80	64,50	49,20	48,50	46,60	273,60

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2021)

Berdasarkan Tabel 2. dapat dilihat dari data produksi tanaman perkebunan kopi di Provinsi Jawa Timur dapat diketahui bahwa mengalami penurunan produksi yang signifikan setiap tahun pada tahun 2017 sebesar 64,80 ton sampai pada tahun 2021 sebesar 46,60 ton. Menurut Saputro,A.J.,&Rianti,T. S. M. (2024).mengatakan penurunan produksi disebabkan rendahnya produktivitas penggunaan input yang tidak efisien oleh petani, sehingga menyebabkan produksi kopi tidak maksimal.

Kabupaten Malang adalah salah satu daerah yang unggul dalam sektor pertanian, terdapat banyak komoditi sektor pertanian yang dihasilkan salah

satunya yaitu kopi. Sektor pertanian memang dinilai memiliki fungsi dan peran strategis bagi masyarakat dan pemerintah telah mengeluarkan kebijakan untuk melakukan penyuluhan dan pemberdayaan petani atau kelompok tani melalui gabungan kelompok tani. Firmansyah, T., Sudjoni, I. M. N., & Arifin, Z. (2021)

Tabel. 3 Produksi Perkebunan Kopi Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur Pada Tahun 2020-2022

Kabupaten /Kota	Produksi Kopi (ton)		
	2020	2021	2022
Kediri	2.692	2.704	2.684
Malang	13.079	13.207	13.047
Lumajang	2.480	2.534	2.517
Jember	11.660	11.827	11.795
Banyuwangi	12.720	12.547	12.504

Sumber: BPS.Kabupaten/kota Jawa Timur 2020-2022

Berdasarkan Tabel 3. Menunjukkan produksi perkebunan kopi di Kabupaten Malang. Kabupaten Malang mengalami kenaikan jumlah produksi kopi pada Tahun 2020 mencapai 13.079 dan pada Tahun 2021 mengalami kenaikan lagi mencapai 13.207 tetapi pada Tahun 2021 mengalami penurunan hingga 13.047 ton. Salah satu Kec. Di daerah Kabupaten Malang yang menjadi salah satu daerah penghasil kopi adalah Karangploso.

Dalam proses pemasaran kopi untuk sampai ke tangan konsumen, perlu adanya saluran pemasaran yang tepat. saluran pemasaran yang tepat merupakan hal penting jika ingin memperoleh hasil yang setinggi-tingginya. Para pemasar harus mempertimbangkan beberapa isu untuk menghindari pemilihan saluran distribusi yang keliru atau yang tidak efektif dan efisien. Hal ini dapat dikaji melalui besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan margin pemasaran kopi. Margin pemasaran sering digunakan sebagai indikator pemasaran. Besarnya margin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, karena tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran (Nurulita, D. 2022).

Lembaga pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam penyampaian barang dari produsen ke konsumen. Masing masing lembaga pemasaran sesuai dengan kemampuan pembiayaan yang dimilikinya akan

melakukan sistem pemasaran yang berbeda, perbedaan ini menyebabkan biaya dan keuntungan setiap lembaga itu berbeda beda. Banyak sedikitnya lembaga pemasaran akan mempengaruhi efisiensi pemasaran dari produsen hingga ke konsumen, (Zuraida dan Yayuk Minta Wahyuningsih, 2015).

Menurut Lestari dkk. (2017) dan Caesarea dkk. (2017) semakin pendek saluran pemasaran maka semakin efisien sistem pemasaran tersebut. Salah satu aspek untuk meningkatkan pendapatan dari usaha yang dijalankan adalah saluran pemasaran. Seringkali dijumpai adanya rantai pemasaran yang panjang dengan banyak pelaku pemasaran yang terlibat. Akibatnya, balas jasa yang harus diambil oleh para pelaku pemasaran menjadi besar dan mempengaruhi tingkat harga.

UMKM Matha Hati merupakan usaha yang dikelola oleh Badan Penyuluh pertanian karena perkembangan usaha yang semakin meningkat tetapi keterbatasan manajemen atau pengelolah usaha dan juga keterlibatan dan pembinaan instansi terkait belum sepenuhnya. Penelitian yang dilakukan oleh (Mairi, 2022) yang berjudul Analisis Saluran Pemasaram Kopi Pilozz pada UMKM Matha Hati BPP Karangploso, dari hasil penelitian yang dilakukan bahwasanya dari beberapa saluran pemasaran memiliki margin yang berbeda beda, saluran pemasaran I memperoleh margin sebesar Rp. 58.000 Per kg. margin saluran pemasaran II sebesar Rp. 10.000 per kg dan saluran pemasaran III memperoleh margin sebesar Rp. 26.000 per kg. Berdasarkan perbedaan margin yang diteliti oleh peneliti terdahulu di lokasi yang sama, maka permasalahan yang terjadi saluran pemasaran yang panjang mengakibatkan tidak efisien dalam proses pemasaran Kopi Pilozz

penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui serta menganalisis apakah saluran pemasaran yang ada di UMKM Matha Hati BPP Karangploso sudah efisien atau belum. Membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, penelitian terdahulu yang di lokasi yang sama hanya membahas saluran pemasaran belum sampai pada tingkat efisiensinya. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian mengenai, Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi Pilozz di UMKM Matha Hati BPP Karangploso.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis melihat sebuah permasalahan dimana ada ketidak Efisienan saluran pemasaran maka dapat dirumuskan masalah secara spesifik sebagai berikut.

1. Bagaimana saluran pemasaran Kopi Pilozz pada UMKM Matha Hati BPP Karangploso?
2. Berapa besar margin pemasaran kopi pilozz pada UMKM Matha Hati BPP Karangploso?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran Kopi Pilozz pada UMKM Matha Hati di BPP Karangploso dilihat dari besar margin dari harga pada masing masing saluran pemasaran?

1.3. Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah maka disusun tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran Kopi Pilozz pada UMKM Matha Hati BPP Karanagploso
2. Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran kopi pilozz pada UMKM Matha Hati Bpp Karangploso
3. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran Kopi Pilozz pada UMKM Matha Hati di BPP Karangploso

1.4. Batasan Penelitian

1. Penelitian dilakukan UMKM Matha Hati di BPP Karangploso.
2. Penelitian dilakukan untuk mengetahui saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran besarnya marjin, share margin dilihat dari harga pada saluran pemasaran.
3. Komoditi yang diteliti adalah Kopi Pilozz yang berada di UMKM Matha Hati BPP Karangploso.
4. Penelitian ini hanya sampai pada proses penjualan kopi, buan sampai berubah bentuk.
5. Responden dalam penelitian ini merupakan lembaga pemasaran yang di UMKM Matha Hati BPP Karangploso.

1.5. Manfaat dan Output Penelitian

1.5.1. Manfaat Penelitian

1. Manfaat untuk penulis:

Laporan penelitian ini untuk menyelesaikan pendidikan program S1 serta menambah wawasan maupun pengalaman penulis khususnya terkait dengan usaha tani kopi

2. Manfaat untuk pengembangan ilmu:

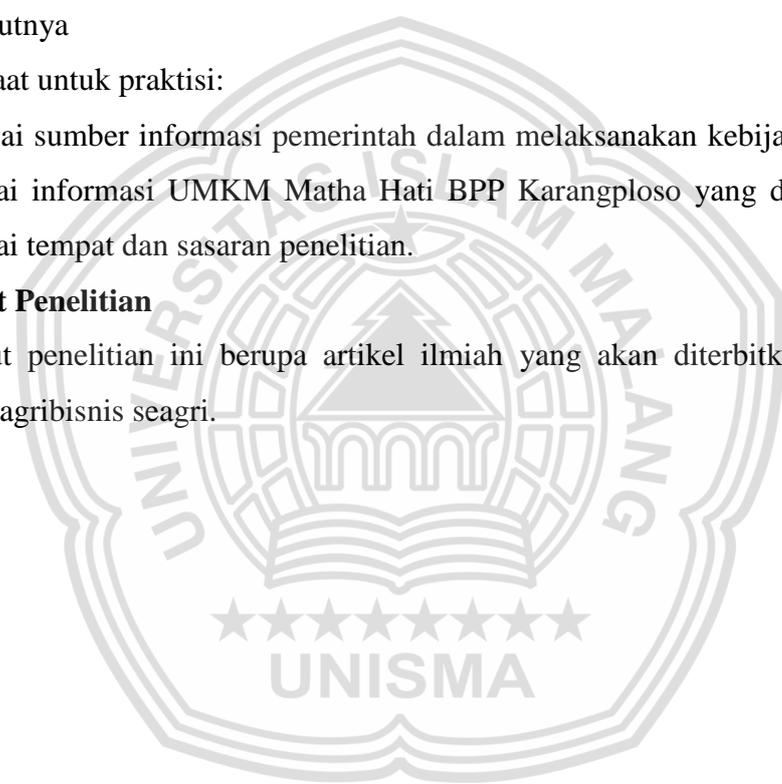
Artikel dibuat sebagai bahan referensi pengetahuan serta dapat di kembangkan menjadi topik yang lebih spesifik untuk penelitian selanjutnya

3. Manfaat untuk praktisi:

Sebagai sumber informasi pemerintah dalam melaksanakan kebijakan dan sebagai informasi UMKM Matha Hati BPP Karangploso yang dijadikan sebagai tempat dan sasaran penelitian.

1.5.2. Output Penelitian

Output penelitian ini berupa artikel ilmiah yang akan diterbitkan pada jurnal ilmiah agribisnis seagri.



BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran Kopi Pilozz di UMKM Matha Hati BPP Karangploso terdapat III saluran diantaranya sebagai berikut Saluran I terdiri (UMKM Matha Hati BPP Karangploso-Konsumen, saluran II Yaitu (UMKM Matha Hati BPP Karangploso-Reseller-Konsumen), saluran III yaitu (UMKM Matha Hati BPP Karangploso-Reseller-Kafe)
2. Margin pemasaran kopi pilozz pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 23.000 untuk jenis kopi robusta dan arabika, saluran pemasaran II sebesar Rp.15.000 untuk jenis kopi robusta dan arabika sedangkan pada saluran pemasaran III sebesar Rp.30.000 untuk jenis kopi robusta dan Rp.40.000 untuk jenis kopi arabika.
3. Ketiga saluran pemasaran di UMKM Matha Hati BPP Karangploso sudah efisien dimana pada saluran pemasaran I memiliki tingkat efisien sebesar 25% untuk jenis kopi robusta, 21% untuk jenis kopi Arabika. Saluran pemasaran II memiliki tingkat efisiensi sebesar 10% untuk jenis kopi robusta dan 8 % untuk jenis kopi arabika. Saluran pemasaran III memiliki tingkat efisien sebesar 8,3% untuk jenis kopi robusta dan 6,6% untuk jenis kopi arabika.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang ingin disampaikan oleh penulis sebagai berikut:

1. UMKM Matha Hati BPP Karangploso disarankan untuk menggunakan saluran pemasaran III karena lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran I dan II.
2. Lembaga pemasaran (UMKM Matha Hati BPP Karangploso, Reseller, dan Pemilik maupun pengelolaan kafe) di UMKM Matha Hati BPP Karangploso disarankan menggunakan saluran pemasaran dengan biaya yang kecil

3. Untuk UMKM Matha Hati BPP Karangploso disarankan untuk melakukan event kepada masyarakat terlebih khusus masyarakat karangploso untuk meningkatkan penjualan dan lebih di kenal lagi produk yang dijual.



DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, O., & Hasmira, M. H. (2022). Kopi Hitam dan Laki-Laki dalam Persepsi Perempuan di Kota Padang. *Jurnal Perspektif*, 5(4), 612-620
- Apandi, A., Noor, T. I., & Hakim, D. L. (2019). Analisis saluran pemasaran biji kopi robusta (suatu kasus di Desa Purwaraja Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(3): 604-614.
- Ardila, D. D., Agustina, T., & Subekti, S. (2019). Saluran dan Margin Pemasaran Kopi Cap Lereng Tancak Kembar di Desa Andungsari Kecamatan Pakem Kabupaten Bondowoso. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 15(2), 116-127.
- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. (2017). Konsep pemasaran agribisnis: pendekatan ekonomi dan manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 5(2): 151-172.
- Badan Pusat Statistik Indonesia (2021). Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2017-2021 (Ton) Jenis Komoditas Produksi Kopi (Tahun 2017-2021).
- Badan Pusat Statistik Indonesia (2021). Produksi Kopi di Provinsi Jawa Timur Tahun 2017-2021 (Ton).
- BPS.Kabupaten/kota Jawa Timur 2020-2022. Produksi Perkebunan Kopi Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur Pada Tahun 2020-2022
- Caesara, V., Usman, M., & Baihaqi, A. (2017). Analisis pendapatan dan efisiensi pemasaran biji kopi (green bean) arabika di Kabupaten Bener Meriah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 2(1): 250-261.
- Deos, M. F., Lango, A. N., & Nendissa, D. R. (2019). Pemasaran Kopi Arabika Di Desa Colol, Kecamatan Poco Ranaka Timur Kabupaten Manggarai Timur. *Buletin Ilmiah IMPAS*, 20(3): 199-203.
- Desiana, C., Rochdiani, D., & Pardani, C. (2017). Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta (Studi Kasus di Desa Kalijaya Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 3(2):162-173
- Fahriyah, F., & Prasetyaningsih, W. (2011). Analisis Efisiensi Pemasaran Belimbing Manis (Averrhoa Carambola) (Studi Kasus Di Desa Moyoketen,

- Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung). *Agricultural Socio-Economics Journal*, 11(2): 102.
- Firmansyah, T., Sudjoni, I. M. N., & Arifin, Z. (2021). Efisiensi Pemasaran Kopi di Desa Ngenep Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(5):1-11
- Fitra, R. L., Sudjoni, M. N., & Rianti, T. S. M. (2023). Analisis Efisiensi Usahatani Tebu Keprasan di Desa Slamparejo Kecamatan Jabung Kabupaten Malang. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 7(1), 50-56.
- Hanafi, A. Y., Martunis, M., & Sulaiman, M. I. (2018). Perilaku Konsumen (Consumer Behaviour) Berdasarkan Kelompok Gender Dan Usia Pada Beberapa Formulasi Kopi Mix Arabika. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 3(4): 785-793.
- Hasan, D. A. (2023). *Bauran Pemasaran Produk Kopi Bubuk di Desa Karueng Kecamatan Enkerang, Kabupaten Enkerang*. (Studi Kasus Pada Perusahaan Kopi CV. Al Razak) (Doctoral *dissertation*, Universitas Bosowa)
- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1):44-50.
- Isman, F. R. (2018). Analisis Kemurnian Serbuk Kopi Dengan Metode Nir-Kemometrik. *Jurnal Teknika*, 11(1):1083-1089.
- Istiqomah, N., & Sari, D. K. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Buah Jeruk Keprok di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 7(2), 284-293.
- Jakiah, U., & Sukmaya, S. G. (2020). Efisiensi Pemasaran Komoditas Manggis Di Kabupaten Tasikmalaya. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1): 201.
- Kholik, N., Hasiholan, L. B., & Fathoni, A. (2018). *Analysis Of Marketing Channels On The Contribution Of Farmer Share Of Sweet Potato Products With The Determination Of Value Chain Value In Rural Village Bergas Kidul Kabupaten Semarang*. *Journal of Management*.
- Kohls dan Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. Ninth Edition. PrenticeHall, New Jersey.

- Latuan, E. (2022). Analisis Margin Pemasaran Kopi Di Desa Kopi di Kecamatan Kabola Kabupaten Alor. *Jurnal Agribisnis*, 8(1): 40-45.
- Lestari O., Hasyim,A.L.,& Kasymir,E. (2017). Analisis Usaha dan efisiensi pemasaran kopi (coffe sp) di Kecamatan Pulau panggung Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu Agribisnis*, 5(1):1-8.
- Listiana, N., Hindarti, S., & Sari, D. K. (2023). Analisis Nilai Tambah Minuman Sari Buah Apel “ NAPEL” Studi Kasus pada Home Agroindustry” Sumber Rejeki” Desa Andonosari, Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 1(5).
- Mairi., Sari, D., & Wulandari Priyambodo, A. (2023). Analisis Saluran Pemasaran Kopi Pilozz Di UMKM Matha Hati BPP Karangploso Malang (Analysis of Pilozz Kafee Marketing Channels in Matha Hati Enterprise of BPP Karangploso Malang). (*JAPI*) *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*, 4(1): 2548-3463.
- Manalu, E. M. B. (2018). Analisis Pemasaran Kopi Arabika (Kafea arabica) Studi Kasus: Desa Sitinjo II, Kecamatan Sitinjo, Kabupaten Dairi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 1(2):36.
- Maulia, I. (2021). Analisis Pemasaran dan Margin Pemasaran Bengkuang di Desa Namobintang, Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang.
- Merweer, D., Jesajas, H., & Matatula, M. J. (2022). Analisis Saluran Pemasaran Sapi Potong di Kecamatan Letti Kabupaten Maluku Barat Daya. Jago Tolis, *Jurnal Agrokompleks Tolis*, 2(1):9-13.
- Mustofa, S., Maulida, T., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Minat Masyarakat Desa Terhadap Mata Pencaharian Di Kota. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perkebunan*, 5(2):01-10.
- Nurulita, D., Malia, R., & Nurkamil, Y. (2022). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Pemasaran Komoditas Brokoli di Kelompok Tani Utama Desa Ciherang Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur. *Journal of Sustainable Agribusiness*, 1(2): 33-42.
- Panjaitan, F. E. D., S. N. Lubis, dan H. Hashim. (2014). Analisis Efisiensi Produksi dan Pendapatan Usahatani Jagung (Stusdi Kasus: Desa Kuala, Kecamatan Tigabinaga, Kabupaten Karo). *Journal On Social Economic Of Agriculture and Agribusiness*. 3(3):1-14.

- Putri, S. P. S., Arifin, Z., & Rianti, T. S. M. (2021). Efisiensi Teknis Usahatani Kentang (*Solanum Tuberosum L.*) di Desa Sumber Brantas Kecamatan Bumiaji Kota Batu Malang dengan Pendekatan DEA (Data Envelopment Analysis). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(4).
- Raba, M. (2023). *Analisis Margin Pemasaran Kopi di Desa Perindingan Kecamatan Gandang Batu Silanan, Kabupaten Toraja* (Doctoral dissertation, Universitas Bosowa)
- Rianti, T. S. M., & Maula, L. R. (2023). Analisis Risiko Harga dan Pendapatan Usahatani Cabai Rawit di Kabupaten Kediri. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 3(2), 149-158.
- Rianti, T. S. M., Syanthori, A. D., & Sari, D. K. (2022). Nilai Tambah Pengolahan Sambal Boran Kemasan Pada UKM Silvana Food. *Media Agribisnis*, 6(1), 23-29.
- Safurudin, S., Efendi, E., Mawarni, R., & Wanto, A. (2023). Pemanfaatan Algoritma BFGS Quasi-Newton untuk Melihat Potensi Perkembangan Luas Tanaman Kopi di Pulau Sumatera. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 7(1):473-483.
- Salsabila, S., & Rosiana, N. (2024). Efisiensi Pemasaran *Monstera Marmorata* Di Desa Cihideung Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 8(1): 414-426.
- Saputro, A. J., & Rianti, T. S. M. (2024). Tingkat Risiko Pendapatan dan Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Tebu Keprasan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 20(1), 1-10.
- Satriawan, K. D. (2022). *Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika (OSE) di Desa Wanagiri, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Simamora, V. J. (2022) Analisis Pemasaran Kopi Arabika. (Studi kasus: Desa Riarria, Kec. Pollung, Kab. Humbang Hasundutan). *Jurnal penelitian kehutanan*, 4(2):12.
- Sondari, R., Cahrial, E., & Nuryati, R. (2022, May). Saluran dan Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta (*Kafea canephora*) Di Desa Cilumping Kecamatan

- Dayehluhur, Kabupaten Cilacap In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis*, 6(1):476-488.
- Vicki Wahyudi (2020). *Analisis Pemasaran Wortel (Daucus carota L.)* di Desa Merdeka, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo (Doctoral dissertation, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Sumatera Utara).
- Windasari, A. (2018). *Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta Di Desa Harjokuncaran Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Zuraida, Z., & Wahyuningsih, Y. M. (2015). Efisiensi Pemasaran Kacang Tanah (*Arachis hypogaeae L*) Di Kelurahan Landasan Ulin Tengah Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan. *Ziraa'ah Majalah Ilmiah Pertanian*, 40(3), 212-217.

