

## **ABSTRAK**

### **DAYA SAING DAN EFISIENSI PEMASARAN KOPI SERTIFIKASI DI KABUPATEN TANGGAMUS**

**Oleh**

**Kenny Titian Mutiara**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif (daya saing) serta efisiensi pemasaran dari kopi sertifikasi berkelanjutan di Kabupaten Tanggamus. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Desember 2023. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dan pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). Responden penelitian ini terdiri dari 44 petani responden kopi sertifikasi dan 31 petani responden kopi nonsertifikasi, 6 responden pedagang pengepul (tengkulak), 3 pengurus KUB (Kelompok Usaha Bersama), 1 pedagang besar dan 1 *roaster*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani kopi monokultur dan polikultur dengan penerapan sertifikasi berkelanjutan maupun nonsertifikasi di Kabupaten Tanggamus berdaya saing. Petani kopi sertifikasi memperoleh keuntungan finansial dan ekonomi yang relatif lebih tinggi dibandingkan petani kopi nonsertifikasi. Daya saing usahatani kopi sertifikasi dan nonsertifikasi peka terhadap penurunan produksi kopi sebesar 44,04 persen dan harga output sebesar 36,72 persen. Selain itu, keunggulan komparatif usahatani kopi nonsertifikasi juga peka terhadap penghapusan tariff impor. Sistem pemasaran kopi sertifikasi dan nonsertifikasi di Kabupaten Tanggamus belum efisien. Sebaran rasio margin keuntungan dan biaya belum merata di setiap lembaga pemasaran. Namun jika dilihat dari indikator fungsi pemasaran, margin pemasaran dan *farmer share's* tertinggi saluran I dan saluran II pada kopi sertifikasi lebih efisien dibandingkan dengan lembaga saluran lainnya.

Kata kunci : sertifikasi kopi, kopi, efisiensi pemasaran

## **ABSTRACT**

### **COMPETITIVENESS AND MARKETING EFFICIENCY OF CERTIFIED COFFEE IN TANGGAMUS REGENCY**

by

**Kenny Titian Mutiara**

The research aims to analyze the competitiveness and marketing efficiency of sustainable certified coffee in Tanggamus Regency. The data were collected in December 2023. The research method used was a survey method, and the selection of research sites was carried out purposefully. The respondents of this study consisted of 44 certified coffee farmer respondents and 31 non-certified coffee farmer respondents, 6 collecting trader respondents (middlemen), 3 KUB administrators, 1 wholesaler, and 1 roaster. The results showed that coffee farming with the implementation of sustainable certification and non-certification in Tanggamus Regency is competitive dan comparative (competitiveness). The financial and economic benefits of certified coffee farming are relatively higher compared to non-certified coffee farming. The competitiveness of certified coffee and non-certified are sensitive to a decrease in coffee production by 44,04 percent and to to a decrease in coffee selling price by 36,72 percent. Then the comparative of non-certified coffee farming are also sensitive to the elimination of import tariffs. In general, the marketing system for certified and non-certified coffee in Tanggamus Regency is not efficient yet. The distribution of profit margins and cost ratios is not evenly distributed in each marketing institution. However, the analysis of the marketing function indicator shows that the highest marketing margin and farmer share's in channels I and II of certified coffee are more efficient compared to other channel institutions.

Keywords: coffee certification, coffee, marketing efficiency.