

**STRATEGI PEMASARAN UMKM KOPI DI KECAMATAN
SIBORONG-BORONG KABUPATEN TAPANULI UTARA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

M.ANDRI SUKMA

2017/19571/EP

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN STIPER
YOGYAKARTA
2022**

**STRATEGI PEMASARAN UMKM KOPI DI KECAMATAN
SIBORONG-BORONG KABUPATEN TAPANULI UTARA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

M.ANDRI SUKMA

2017/19571/EP

**FAKULTAS PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN STIPER
YOGYAKARTA**

2022

**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN UMKM KOPI DI KECAMATAN
SIBORONG-BORONG KABUPATEN TAPANULI UTARA**



Telah dipertanggungjawabkan di depan Dosen Penguji Program Studi Agribisnis,
Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper Yogyakarta
pada tanggal 14 September 2022

Dosen Pembimbing : Dr. Ir. Danang Manumono, M.S.

Dosen Penguji : Tri Endar Suswatiningsih SP.,MP

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



(Dr. Dimas Deworo Puruhito, SP. MP.)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi ataupun bersifat plagiatisme. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak atau orang lain kecuali, yang secara tertulis diacu dalam masalah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 19 September 2022

Yang menyatakan,

(M.Andri Sukma)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN UMKM KOPI DI KECAMATAN SIBORONG-BORONG KABUPATEN TAPANULI UTARA.”** yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir (skripsi) guna mendapatkan gelar Strata satu (S1).

Pada kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak atas bantuan yang diberikan selama berlangsungnya proses penyusunan Skripsi ini, kepada:

1. Bapak Dr.Ir.Danang Manumono,MS selaku Dosen Pembimbing penulis, karena atas bimbingan, bantuan, saran dan koreksinya sehingga dapat selesainya Skripsi ini.
2. Ibu Tri Endar Suswatiningsih, SP.,MP selaku dosen penguji atas bimbingan,bantuan, saran dan koreksinya.
3. Ibu Arum Ambarsari, SP.,MP. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pertanian atas bimbingan dan Motivasinya.
4. Bapak Azhari dan Ibu Endang selaku orang tua penulis dan seluruh keluarga tercinta yang selalu memberi motivasi dan bantuan baik dukungan moril, maupun materil kepada penulis selama menyelesaikan Skripsi.
5. Serta teman-teman penulis yang membantu dan memberikan motivasi kepada penulis selama menyelesaikan Skripsi.

Penulis sadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, dimohon saran dan kritiknya sebagai masukan bagi penulis selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 19 September 2022

Penulis.

MOTTO

**“PENDIRIAN MERUPAKAN SEBUAH BAGIAN KECIL ,JIKA BAGIAN
TERSEBUT HILANG MAKA HANCURLAH SUATU KONSEP “**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI.....	xii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	5
A. Tinjauan Pustaka	5
B. Landasan Teori	12
C. Kerangka Pemikiran	20
III. METODE PENELITIAN	21
A. Metode Dasar Penelitian	21
B. Metode Penentuan Lokasi dan waktu Pelaksanaan	21
C. Metode Penentuan Sampel	22
D. Metode Pengambilan dan Pengumpulan Data	23
E. Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel	24
F. Analisis Data.....	25
IV. KEADAAN UMUM LOKASI/DAERAH PENELITIAN.....	26
A. Letak, Batas, Keadaan dan Luas Wilayah.....	26
B. Deskripsi Wilayah Penelitian	26
C. Keadaan Topografi	27
D. Keadaan Jalur Pemasaran Kopi	28

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Identitas Pelaku Usaha	31
B. Bauran Pemasaran Produk.....	33
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
A. KESIMPULAN	55
B. SARAN	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel.1.1.Luas Areal Petani ,Produksi ,Produktivitas Kopi Kab.Taput	2
Tabel.2.1. Kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008.....	8
Tabel.3.1. Jumlah Desa Pada Kecamatan Siborong-Borong	21
Tabel 3.2.UMKM kopi di Kecamatan Siborong-borong	22
Tabel.4.1Skala Usaha Menurut Desa di Kecamatan Siborong-Borong....	27
Tabel 5.1. Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Umur	31
Tabel 5.2. Tingkat Pendidikan	32
Tabel 5.3.Latar Belakang Pekerjaan	32
Tabel 5.4.Jenis Kelamin	33
Tabel 5.5.Jenis Kopi	33
Tabel 5.6.Olahan Kopi yang Dihasilkan	34
Tabel 5.7.Kualitas Produk Kopi.....	35
Tabel.5.8. Syarat Penggolongan Mutu Kopi Berdasarkan Nilai Cacat.....	35
Tabel .5.9.Penentuan Nilai cacat biji kopi dalam 300 gram	36
Tabel 5.10.Ukuran kemasan.....	38
Tabel 5.11.Jenis Kemasan	39
Tabel 5.12.Sumber Kemasan	39
Tabel 5.13.Perkembangan Produk	40
Tabel 5.14.Perkembangan Kemasan Produk	40
Tabel 5.15.Informasi Produk	41
Tabel 5.16. .Keunikan Produk Yang dimiliki	41
Tabel 5.17.Jumlah Pemasok Bahan Baku	42
Tabel 5.18.Asal Bahan Baku	42

Tabel 5.19. Harga Bahan baku	43
Tabel 5.20 Harga Jual Kopi Ose Jenis Arabika	44
Tabel 5.21. Harga Jual Kopi Ose Jenis Robusta.....	44
Tabel 5.22. Harga Jual Kopi sangrai Jenis Arabika	44
Tabel 5.23. Harga Jual Kopi sangrai Jenis Robusta.....	44
Tabel 5.24. Harga Jual Kopi bubuk Jenis Arabika.....	45
Tabel 5.25. Harga Jual Kopi bubuk Jenis Robusta	45
Tabel 5.26. Cara Penetapan Harga Produk	46
Tabel 5.27. Lokasi Terhadap Pemasaran Produk	47
Tabel 5.28 Cakupan Pemasaran Produk Kopi.....	47
Tabel 5.29 Taget pasar Produk	48
Tabel 5.30 Saluran Distribusi.....	48
Tabel 5.31 Cara Mempromosikan Produk	50
Tabel 5.32 Teknik Promosi Offline	50
Tabel 5.33 Penggunaan Media Promosi Online.....	51
Tabel 5.34 Jenis Media Sosial.....	52
Tabel 5.35 Jenis <i>Online Shop</i> Yang Digunakan.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar.2.1.Model Pemasaran Kopi di Indonesia	10
Gambar 2.3.Empat P Bauran Pemasaran	17
Gambar 2.4.Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1.Sertifikat IG Kopi Arabika Tapanuli Utara.....	29
Gambar.5.1.Hasil Uji Biji Kopi Dalam Menentukan Kualitas Mutu.....	37
Gambar 5.2.Jenis Bahan Pada Kemasan Kopi	38
Gambar 5.3. Saluran Distribusi Kopi Kecamatan Siborong-Borong.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan (kuisisioner)

Lampiran 2. Data Umum Responden

Lampiran 3. Data Umum UMKM Kopi Kecamatan Siborong- borong

Lampiran 4. Data Pemilik UMKM Kopi Kecamatan Siborong- borong

Lampiran 5. Produksi Kopi

Lampiran 6. Data Penjualan Produk Kopi Olahan UMKM

Lampiran 7. Cara Pembelian Produk

Lampiran 8. Pemasaran Produk Kopi

Lampiran 9. Biaya Operasional UMKM Kopi Kecamatan Siborong-borong

INTISARI

UMKM dalam bidang kopi Kecamatan Siborong-borong telah berkembang pesat sehingga banyaknya pesaing pasar untuk itu diperlukan peningkatan strategi pemasaran untuk memenangkan pasar. Oleh karena itu dilakukan penelitian ini dengan tujuan mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM agar dapat memenangkan pasar kopi.

Metode dasar dalam penelitian ini menggunakan penelitian Survei Deskriptif . Metode untuk menentukan lokasi menggunakan *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan lokasi secara sengaja dengan mengambil lokasi Kecamatan Siborong-borong Kabupaten Tapanuli Utara. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dikarenakan populasi UMKM kopi berbadan hukum dan berizin usaha yang tersebar di Kecamatan Siborong-borong tidak diketahui, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sampel dan diambil menggunakan metode pengambilan sensus.

Hasil Penelitian ini UMKM kopi Kecamatan Siborong-borong menerapkan strategi bauran pemasaran dari segi produk, harga dan promosi untuk memenangkan pasar kopi. Strategi produk, menerapkan strategi mengembangkan produk kopi dari segi kemasan yang design yang dapat menarik pelanggan. Strategi harga menggunakan strategi penerapan harga berdasarkan garis produk, Strategi pemasaran promosi menggunakan Strategi promosi penjualan.

KataKunci:UMKM ,Strategi Pemasaran, Pemasaran

