

ABSTRAK

Juita Rezekina Sitorus, Analisis Efisiensi Pemasaran *Green Bean* Kopi Liberika di Desa Mekar Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Dibimbing oleh Dr.Mirawati Yanita, S.P, M.M dan Ir.Yusma Damayanti , M.Si.

Pada tahun 2013 kopi liberika di Kabupaten Tanjung Jabung Barat mendapat lisensi degan nama Liberika Tungkal Komposit (Libtukom). Kopi Libtukom sudah mencapai pasar luar negri yaitu Malaysia, Singapura, dan Cina, namun sampai saat ini pemasaran kopi di desa Mekar Jaya masih dikuasai oleh tengkulak. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran dan menganalisis efisiensi pemasaran *green bean* kopi liberika di Desa Mekar Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis kualitatif. Deskriptif kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran dan analisis kualitatif untuk menganalisis efisiensi pemasaran. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder serta terdapat 91 sampel petani dan 4 sampel pedagang sebagai responden penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Terdapat tiga saluran pemasaran yaitu I) Petani-Pedagang Pengumpul Desa-Konsumen, II) Petani-Pedagang Besar-Konsumen dan III) Petani-Pedagang Pengumpul Desa-Pedagang Besar-Konsumen. 2) Ketiga indikator efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa pemasaran *green bean* kopi liberika di Desa Mekar Jaya terkategori efisien. Untuk margin setiap saluran sudah cukup rendah yaitu saluran I sebesar Rp.3.500, saluran II Rp.3.800, dan saluran III Rp.4.400. Nilai farmer's share untuk setiap saluran sudah cukup tinggi dimana nilai saluran I 90,54%, saluran II 90,00%, dan saluran III 88,42% serta nilai π/C pada setiap saluran I,II,III yaitu 2,23%, 2,28%, 2,20%. Saluran II merupakan saluran terefisien karena memiliki nilai indikator efisien tertinggi dan nilai efisiensi terendah yaitu 30,51%, sedangkan saluran I dan III sebesar 30,91%, 31,20%. Hasil menunjukkan petani masih membutuhkan perantara untuk menyampaikan kopi liberika kepada konsumen. Diharapkan petani lebih meningkatkan produksi/ produktivitas kopi liberika sehingga dapat langsung menjual produknya kepada konsumen akhir ataupun untuk memperpendek saluran pemasaran dan margin pemasaran.

Kata Kunci : Kopi Liberika, Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran