EFISIENSI SALURAN DAN MARJIN PEMASARAN KOPI ARABIKA (*coffea arabica*) PRODUKSI DESA LATIMOJONG KECAMATAN BUNTU BATU KABUPATEN ENREKANG

EFFICIENCY OF ARABIKA COFFEE MARKETING CHANNELS AND MARGINS (coffea arabica) PRODUCTION IN LATIMOJONG VILLAGE, BUNTU BATU DISTRICT, ENREKANG DISTRICT

Rusman[1]; Nurhapsa; Suherman
Prodi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Parepare
Pewarusman98@gmail.com
Hapsa_faktan@yahoo.co.id
Suherman.umpar@ymail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the efficiency of the margin and marketing channels for Arabica coffee in Latimojong Village, Buntu Batu District, Enrekang Regency. The types of data used are quantitative data and qualitative data and are carried out by means of observation, interviews, documentation and questionnaires. The research location was chosen deliberately, namely Latimojong Village, Buntu Batu District, Enrekang Regency, which is one of the largest coffee developers in Enrekang. The population in this study were all farmers who grow Arabica coffee in Latimojong Village with a total of 113 farmers, 6 wholesalers and 4 wholesalers. Determining the sample of marketing institutions was carried out using the purposive sampling method. The data analysis techniques used are margin analysis and EP (Marketing Efficiency). The two Arabica Coffee Marketing Channels in Latimojong Village, Buntu Batu District, Enrekang Regency are marketing channels that are not yet efficient. The marketing efficiency value of the first channel is IDR 3.77% while the second channel is IDR 6.79%. Where the efficiency value of both marketing channels is above > 1%. The percentage of efficiency value is obtained from the total marketing costs incurred divided by the total production value then multiplied by 100%.

Keywords: Arabica Coffee, Margin Channel Efficiency, Marketing.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi saluran marjin dan pemasaran kopi arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang. Jenis-Jenis data yang di gunakan yaitu data kuantitatif dan data kualitatif serta dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja yaitu Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang, yang merupakan salah satu pengembang kopi terbesar di enrekang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani yang menanam kopi arabika di Desa Latimojong dengan jumlah 113 petani, 6 pedagang pengepul dan 4 pedagang besar. Penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan menggukan metode *purposive sampling*. Adapun Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis marjin dan EP (Efisiensi Pemasaran). Pada kedua Saluran Pemasaran

Kopi Arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang merupakan saluran-saluran pemasaran yang belum efisien. Nilai efisiensi pemasaran dari saluran pertama sebanyak Rp 3,77% sedangkan saluran kedua sebanyak Rp 6,79%. Dimana nilai efisiensi kedua saluran pemasaran diatas > 1%. Persentase nilai efisiensi didapat dari hasil total biaya pemasaran yang dikeluarkan dibagi dengan total nilai produksi kemudian di kali 100%.

Kata Kunci : Kopi Arabika, Efisiensi Saluran Marjin, Pemasaran.

PENDAHULUAN

Kopi menjadi salah satu komoditas penting yang banyak diperdagangkan di dunia internasional bukan hanya di Indonesia tapi tersebar ke beberapa negara yang Sebagian besar di daerah tropis. Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar ketiga setelah Barzil dan Vietnam. Menurut laporan statistik Indonesia dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi kopi Indonesia mencapai 794.800 ton pada tahun 2022 meningkat sekitar 1,1% dibanding tahun sebelumnya.

Kopi bagi petani bukan hanya sekedar di konsumsi, tetapi kopi juga mempunyai arti ekonomi yang begitu penting dan sebagian besar bahkan petani menggantungkan hidupnya dari hasil kopi. Pengembangan kopi di Kabupaten Enrekang dari tahun ketahun semakin berkembang yang ditandai dengan perkembangan area dan produksi serta jenis kopi yang di kembangkan. Peningkatan produksi tersebut dapat dicapai dengan adanya usaha peningkatan produktivitas tanaman dengan jalan ekstensifikasi, intensifikasi, rehabilitasi, peremajaan, dan penggunaan faktor produksi yang semakin baik.

Adapun beberapa kecamatan yang merupakan pengembang kopi terbesar di Kabupaten Enrekang diantaranya Kecamatan Buntu Batu, Kecamatan Masalle, Kecamatan Baraka dan Kecamatan Bungin. Kecamatan Buntu Batu Desa Latimojong, sebagian besar masyarakat di daerah ini merupakan petani kopi dengan sumber penghasilan terbesar dari hasil pertanian kopi. Masalah utama Petani dalam kegiatan usahatani kopi yang mereka jalankan terletak pada harga yang hampir setiap periode panen tidak stabil sehingga mempengaruhi pendapatan petani, dengan permasalahan tersebut maka dibutuhkan kajian studi terhadap saluran dan marjin pemasaran kopi di wilayah tersebut.

Perkembangan Luas lahan dan produksi tanaman kopi di Kabupaten Enrekang sejak tahun 2019-2022 terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Perkembangan itu dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Luas Area Tanaman Komoditi Kopi di Kabupaten Enrekang tahun 2019 sampai tahun 2022.

Tahun	Luas Area (ha)	Perkembangan (ha)
2019	123,98	249
2020	123,96	315
2021	179,23	450
2022	458,75	715

Sumber : Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, 2022.

Meningkatnya area setiap tahunnya menunjukkan bahwa budidaya kopi di Kabupaten Enrekang mempunyai potensi yang cukup besar dan pengembangan produksi di masa depan. Begitupun dengan peningkatan produksi yang dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan karena masyarakat meningkatkan produktifitas tanaman kopi dengan melakukan perluasan lahan. Data tentang perkembangan produksi kopi di Kabupaten Enrekang pada Tabel 2.

Tabel 2. Perkembangan Produksi Kopi Di Kabupaten Enrekang tahun 2019 sampai tahun 2022.

Tahun	Produksi (ton)	Perkembangan (ton)
2019	3.974	-
2020	5.830	1856
2021	6.231	401
2022	6.851	620

Sumber :Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, 2022.

Berdasarkan table 1 perkembangan produksi kopi tidak maksimal karena tidak berbanding lurus dengan peningkatan luas area yang meningkat setiap tahunnya. Agar kopi arabika dapat di produksi secara maksimal maka perlu kiranya di kaji pemasaran yang mempengaruhi faktor produksi terhadap pengembangan kopi arabika, mengingat tanaman kopi arabika memiliki permintaan dan harga yang tinggi di pasar dunia, namun realitas harga di lapangan tidak sesuai dengan harapan petani penggarap sehingga mempengaruhi produksi karena sebagian petani lebih memilih mencari pekerjaan sampingan sebagai buruh tani bawang merah yang memiliki nilai ekonomoi yang pasti dan menjanjikan.

Pentingnya saluran dan marjin pemasaran kopi arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang sebagai salah satu aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan arus barang dari produsen ke konsumen adalah efisiensi pemasaran, dimana terlihat perbedaan harga yang diterima petani sampai barang tersebut dibayar oleh konsumen akhir. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono,

2002). Disamping itu kegiatan pemasaran juga dilakukan setelah produk tersebut dibeli oleh konsumen, karna agar supaya produk itu disenangi maka haruslah dilakukan pemasangan yang benar dan baik, perawatan yang sempurna dan sebaiknya (Gitosudarmo,2008).Saluran pemasaran juga menentukan marjin keuntungan yang diterima oleh para petani. Margin pemasaran dapat dinyatakan secara matematis dan secara grafis (Rezkiyanti, 2011). Semakin panjang alur pemasaran semakin banyak lembaga, pemasaran yang menikmati marjin keuntungan petani dengan eksportir.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian dilaksanakan di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juli sampai Agustus tahun 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani yang menanam kopi arabika di Desa Latimojong dengan jumlah 113 petani, 6 pedagang pengepul dan 4 pedagang besar. Penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan menggukan metode *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh bisa lebih representatip (Sugiyono, 2010). Jenis-Jenis data yang di gunakan yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Dimana data kuantitatif mencakup tinggi harga, umur, marjin pemasaran serta penghasilan seseorang sedangkang data kualitatif mencakup deskripsi satu daerah yang diteliti dan biografi narasumber yang dijadikan reverensi penelitian. Adapun sumber data yang di gunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang di peroleh dari wawancara lansung dengan responden di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari artikel dan laporan yang berasal dari instansi terkait dalam penelitian ini, seperti skripsi, data Badan Pusat Statistik dan kantor kecamatan. Teknik pengumpulan data dan keterangan dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan Quisioner. Adapun Teknik analis data yang digunakan yaitu analisis marjin dan EP (Efisiensi Pemasaran). Analisis marjin pemasaran bertujuan untuk mengetahui selisih harga yang diterima oleh petani dengan harga yang di terima oleh lembaga-lembaga terlibat sampai kepada konsumen akhir sedangkan menurut (Soekartawi, 2002) efisiensi atau tidaknya pemasaran dapat dilihat seberapa besarnya nilai EP (Efisiensi Pemasaran) dalam saluran pemasaran tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Komposisi Umur Responden Pemasaran Kopi Arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang pada Tahun 2023.

No	Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1	20-35	3	21,42
2	36-45	6	42,85
3	45-55	5	35,71
	Jumlah	14	100

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2023.

Tabel 3 menjelaskan bahwa komposisi umur responden berbeda-beda dimana jumlah penduduk responden terbanyak yaitu dengan komposisi umur 36-45 tahun sebanyak 6 orang atau 42,85%, responden berumur 20-35 tahun sebanyak 3 orang atau 21,42%, dan responden berumur antara 45-55 tahun sebanyak 5 orang atau 35,71%.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Saluran dan Marjin Pemasaran Kopi Arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang Tahun 2023.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	8	57,14
2	Perempuan	6	42,85
	Jumlah	14	100

Sumber : Data Prime Setelah diolah, 2023.

Tabel 4 terlihat bahwa diantara 14 responden terdapat sebanyak 8 orang atau 57,14% yang berjenis kelamin laki-laki dan 6 orang atau 42,85% responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa dalam usaha pemasaran Kopi Arabika di Desa Latimojong sudah tidak ada perbedaan jenis kelamin dalam usaha tersebut.

Tabel 5. Tingkat Pendidikan Responden di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang Tahun 2023.

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD	4	28,57
SMP	7	50
SMA	3	21,42
Jumlah	14	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2023.

Pada Tabel menjelaskan bahwa klasifikasi responden berdasarkan tingkat pendidikan disaluran pemasaran, tempat pemasaran kopi arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang sangat beragam yaitu terdiri atas SD, SMP dan SMA. Adapun jumlah responden terbanyak yaitu untuk tingkat pendidikan SMP sebanyak 7 orang dengan persentase 50 %, sedangkan jumlah responden terkecil yaitu pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 3 orang dengan persentase 21,42% dan tingkat pendidikan SD sebanyak 4 orang dengan persentase 28,57%. Dengan tingginya persentase responden yang tamat SMP menunjukan bahwa responden akan mampu mengatasi perubahan-perubahan keadaan yang akan menimpa usahanya. Tetapi pada dasarnya setiap responden telah mengenyam pendidikan walaupun dalam tingkat yang berbeda-beda.

Tabel 6. Jumlah Responden Berdasarkan Klasifikasi Pengalaman Berusaha Tani Kopi Arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang Tahun 2023

No	Pengalaman berusahatani (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	10-14	2	14,28
2	15-20	5	35,72
3	21-25	7	50
	Jumlah	14	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2023.

Tabel 6 menunjukan bahwa pengalaman berusahatani kopi arabika 14 orang petani responden yaitu yang mengalami pengalaman bertani paling banyak didominasikan oleh pengalaman antara 21-25 tahun sebanyak 7 orang responden atau 50%, selanjutnya

pengalaman 15-20 tahun terdapat 5 responden atau 35,72%. Pengalaman berusahatani paling rendah adalah 10-14 tahun terdapat 2 orang dengan persentase 14.28%.

Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Klasifikasi Pengalaman Pedagang Kopi Arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang Tahun 2023

No	Pengalaman pedagang (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	10-19	5	35,71
2	20-30	3	21,42
3	31-39	6	42,85
	Total	14	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2023.

Tabel 7 menunjukan bahwa pengalaman pedagang kopi arabika dari 14 orang pedagang responden yaitu yang mengalami pengalaman paling sedikit didominasi oleh pengalaman antara 31-39 tahun sebanyak 6 orang responden atau 42,85%. Selanjutnya pengalaman 20-30 tahun ada 3 orang responden atau 21,42% kemudian pengalaman yang banyak 10-19 tahun sebanyak 5 orang responden atau 35,71%.

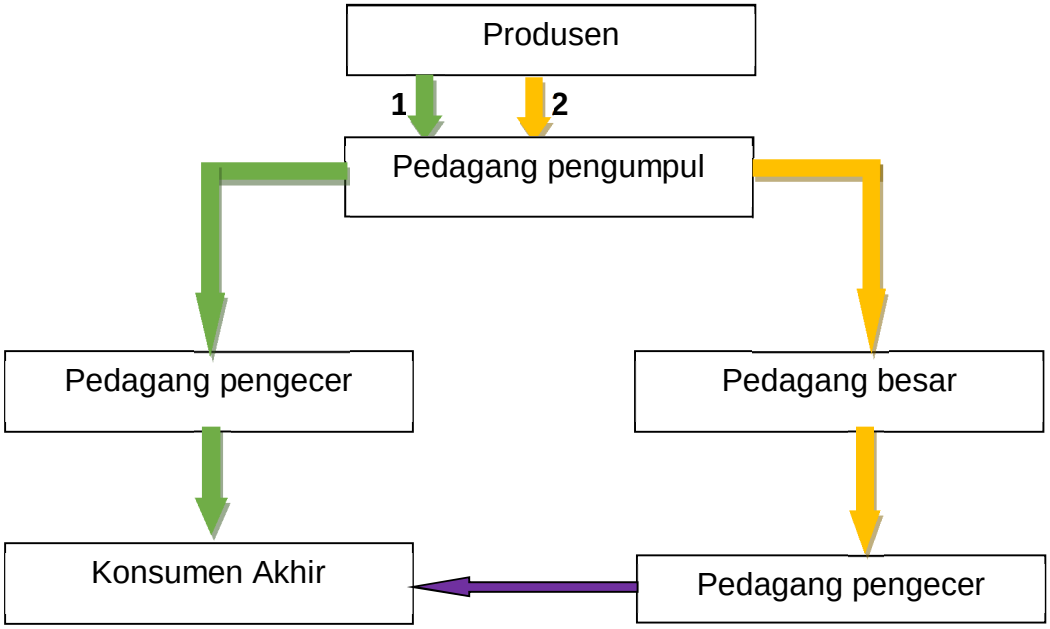
Tabel 8. Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga.

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1-2	3	21,42
2	3-4	4	28,57
3	5-6	5	35,71
4	7-8	2	14,28
	Jumlah	14	100

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2023.

Tabel 8 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan responden terbanyak berdasarkan klasifikasi jumlah tanggungan keluarga dengan jumlah 5-6 sebanyak 5 orang yakni 35,71%, sedangkan terendah dengan jumlah tanggungan keluarga sebanyak 7-8 yakni 1 orang yakni 14,28%

Berdasarkan informasi dari produsen dan pedagang perantara, saluran pemasaran kopi arabika terdiri dari 2 Tipe. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran pemasaran Kopi Arabika di Desa latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang Tahun 2023.

Keterangan Gambar: Saluran Pemasaran 1 ⇨ Produsen - Pedagang Pengumpul- Pedagang Pengecer- Konsumen Akhir.

Saluran Pemasaran 2 ⇨ Produsen - Pedagang Pengumpul- Pedagang besar – Pedagang Pengecer- Konsumen Akhir.

Hasil penelitian Ikram (2015) mengemukakan bahwa nilai efisiensi pemasaran dari saluran pertama sebanyak Rp 2,63% sedangkan saluran kedua sebanyak Rp 6.52%. Dimana nilai efisiensi kedua saluran pemasaran diatas > 1%. Persentase nilai efisiensi didapat dari hasil total biaya pemasaran yang dikeluarkan dibagi dengan total nilai produksi kemudian di kali 100%.

Tabel 9. Marjin pemasaran produksi kopi arabika petani→pedagang pengumpul→pedagang pengecer→konsumen akhir.

Unsur	Biaya	Harga/Kg	Persentase%
Petani			
Biaya Produksi			
- Tenaga kerja	200		0,60
Harga Jual		26.500	80,30

Harga Beli Pengumpul		26.500	80,30
Biaya Pemasaran			
- Transfortasi	400		
- Tenaga Kerja	200		
Total Biaya	600		1,81
Keuntungan	2,900		8,78
Marjin Pemasaran	3,500		10,60
Harga Jual		30.000	90,90
Harga Beli Pegecer		30.000	90,90
Biaya Pemasaran			
- Transfortasi	200		
- Tenaga Kerja	200		
Total Biaya	400		1,21
Keuntungan	2.600		7,87
Marjin Pemasaran	3.000		90,09
Harga Jual		33.000	100
Harga Beli Konsumen Akhir		33.000	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2023.

Tabel 10. Marjin pemasaran produksi kopi arabika petani→pedagang pengumpul→pedagang besar→pedagang pengecer→konsumen akhir.

Unsur	Biaya	Harga/Kg	Persentase%
Petani			
Biya Produksi	200		0,60
Harga Jual		26.500	80,30
Harga Beli Pengumpul		26.500	80,30
Biaya Pemasaran			
-Transfortasi	400		
- Tenaga Kerja	200		
Total Biaya	600		1,81
Keuntungan	2.900		8,78
Marjin Pemasaran	3.500		10,60
Harga Jual		30.000	90,90
Harga Beli Pedagang Besar		30.000	90,90
Biaya Pemasaran			
-Tenaga Kerja			
- Sewa Transfortasi	200		
- Sewa Pabrik	300		
Total Biaya	300		
Keuntungan	800		2,24
Marjin Pemasaran	1.100		3,33
Harga jual	2.000		6,06

		32.000	96,96
Harga Beli Pengecer		32.000	96,96
Biaya Pemasaran			
- Transfortasi	200		
- Tenaga Kerja	200		
Total Biaya	400		0,60
Keuntungan	800		2,42
Marjin Pemasaran	1.000		0,30
Harga Jual		33.000	100
Harga Beli Konsumen Akhir		33.000	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2023.

Efisiensi pemasaran di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang di gunakan untuk menghitung biaya yang di keluarkan setiap lembaga pemasaran dengan total nilai produk yang di pasarkan.

a. Efisiensi saluran pemasaran pertama

EP = $\frac{Rp\ 1.000}{Rp\ 26.500}$ X 1OO%

= 3,77 %

b. Efisiensi saluran pemasaran dua

EP = $\frac{Rp\ 1.800}{Rp\ 26.500}$ X 1OO%

= 6,79 %

Tabel 13. Efisiensi pemasaran produksi biji kopi arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang Tahun 2023.

Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Kg)	Harga Jual (Kg)	Biaya Pemasaran (Kg)	Keuntungan (Kg	Marjin Pemasran (Kg)
Saluran pemasaran I					
1. Petani	-	26.500	-	-	-
2. Pedagang Pengumpul	26.500	30.000	600	2.900	3.500
3. Pedagang Pengecer	30.000	33.000	400	2.600	3.000
Saluran Pemasaran II					

1. Petani	-	26.500	-	-	-
2. Pedagang Pengumpul	26.500	30.000	600	2.900	3.500
3. Pedagang Besar	30.000	32.000	900	1.100	2.000
4. Pedagang Pengecer	32.000	33.000	400	800	1.200

Berdasarkan marjin pemasaran Produksi biji kopi arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang Kedua saluran pemasaran belum efisien.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah di uraikan maka diperoleh kesimpulan: 1) Saluran Pemasaran Kopi Arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu: a) Petani – pedagang pengumpul- pedagang pengecer- konsumen akhir, b) Petani – pedagang pengumpul- pedagang besar - pedagang pengecer- konsumen akhir. Dimana pada kedua saluran pemasaran diatas merupakan saluran saluran pemasaran yang belum efisien. 2) Nilai efisiensi pemasaran dari saluran pertama sebanyak Rp 3,77% sedangkan saluran kedua sebanyak Rp 6,79%. Dimana nilai efisiensi kedua saluran pemasaran diatas > 1%. Persentase nilai efisiensi didapat dari hasil total biaya pemasaran yang dikeluarkan dibagi dengan total nilai produksi kemudian di kali 100%.

Saran

Berdasarkan kesimpulan maka adapun saran kepada pihak terkait dengan bidang penelitian yaitu saluran dan marjin kopi arabika di Desa Latimojong Kacamatan Buntu batu Kabupaten Enrekang sehingga lebih efiensi sebagai berikut:

1. Sebaiknya produsen lebih cermat dalam menentukan harga agar perbedaan harga di tingkat lembaga pemasran dan konsumen tidak berbeda jauh.
2. Untuk pemerintah Kabupaten Enrekang sendiri sebaiknya memberikan perhatian lebih khususnya petani kopi arabika lebih cerdas mengakomodir pemasaran kopi arabika.
3. Untuk memperkaya wawasan ilmu pengetahuan, seharusnya peneliti menggali lebih dalam tentang potensi pengembangan prodiksi pemasaran kopi arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang.
4. Untuk mengembangkan usaha tani dan pemasaran kopi arabika yang lebih efesien, maka disarankan pada pelaku pemasaran untuk memilih dan menentukan saluran pemasaran

yang lebih efesien dan menguntungkan, sehingga memberikan keuntungan semua pihak yang terlibat dalam sistem pemasaran produksi kopi arabika Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang.

REFERENSI

Badan Intelijen Negara, 2012. *Prediksi dan tantangan sektor pertanian di Indonesia Tahun 2013*. Di akses tanggal 10 Afril 2019.

Direktorat Jendral Perkebunan, 2016. *Statistik perkebunan Indonesia: Kopi 2015-2017*. Di akses tanggal 24 Afril 2019.

Fikri Rahman. 2019. *Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) dan Peningkatan Nilai Tamba Pada Agroindustri Kopi (Study Kasus di Desa Tambora Kecamatan Pekat Kabupaten Dumpo, Nusa Tenggara barat.*

Gitosudarmo, Indriyo. 2008. *Manajemen Pemasaran.* BPFE-Yokyakarta.

Harun Yahya Akuba. 2005. *Analisis Margin Pemasaran. Skripsi.Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin, Makassar.*

Ikram, 2015. Efisiensi dan Saluran Pemasarn Kopi Arabika (coffea Arabica) di Desa Bungin Kecamatan Bungin Kabupaten Enrekang

Rezkiyanti Amalia Dian, 2011. *Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Komoditi kopi. Skripsi. Fakultas pertanian,Universitas Hasnuddin Makassar*

Soekartawi.2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi, Edisi Revisi.PT.RajaGrafindo Persada, Jakarta.*

Sudiyono, Armand. 2002. *Pemasaran Pertanian.* Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Malang.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung : Alfabeta.