

**PENGARUH KEUNGGULAN KOMPETITIF DAN BAURAN PEMASARAN  
TERHADAP KEBERHASILAN USAHATANI KOPI ARABIKA  
DI KABUPATEN SUKABUMI**

***THE EFFECT OF COMPETITIVE ADVANTAGE AND MARKETING MIX ON THE  
SUCCESS OF ARABICA COFFEE FARMING IN SUKABUMI REGENCY***

**Dewi Puspitasari Hasanah<sup>\*1</sup>, Euis Dasipah<sup>2</sup>, Karyana KS<sup>2</sup>,  
Nendah Siti Permana<sup>2</sup>, Dety Sukmawati<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>SMKN Pertanian 1 Sukaraja

Jl. Baru Sukaraja No 55 kecamatan Sukaraja, Kabupaten Sukabumi

<sup>2</sup>Magister Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Winaya Kampus I

Jl. Raya Bandung-Sumedang Km. 29 Tanjungsari, Sumedang 45362

\*Email: dhasanah072@gmail.com

(Diterima 30-11-2022; Disetujui 10-01-2023)

**ABSTRAK**

Kopi merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang memiliki daya saing. Dimana keunggulan kompetitif adalah faktor yang mempengaruhi daya saing kopi Indonesia. Selain daya saing, faktor lain yang mempengaruhi komoditas kopi adalah bauran pemasaran. Pemerintah berusaha untuk meningkatkan daya saing kopi lokal agar dapat bersaing di pasar internasional dengan meningkatkan keunggulan yang dimiliki dan memperluas pemasaran. Demikian hal yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Sukabumi. Tujuan dari penelitian adalah mengetahui pengaruh keunggulan kompetitif dan bauran pemasaran terhadap keberhasilan usahatani kopi. Metode yang digunakan yaitu analisis jalur dan analisis usahatani. Hasil analisis menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 153,112 nilai tersebut lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  yaitu 3,183 pada taraf nyata 0,05, artinya keunggulan kompetitif (X1) dan bauran pemasaran (X2) berpengaruh nyata positif terhadap keberhasilan usahatani kopi (Y). Adapun jika dilihat dari nilai  $R square$  maka besarnya nilai  $R square$  sebesar 0,869. Hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi atau pengaruh dari X1 dan X2 sebesar 86,9 persen.

Kata kunci: Keunggulan Kompetitif, Bauran Pemasaran, Keberhasilan Usahatani

**ABSTRACT**

*Coffee is one of the most competitive plantation commodities. Where competitive advantage is one of the factors that affect the competitiveness of Indonesian coffee. In addition to competitiveness, another factor that affects the coffee commodity is the marketing mix. The government is trying to improve the competitiveness of local coffee in order to compete in the international market by increasing its advantages and expanding its marketing. This is what the Sukabumi district government has done. The purpose of this research is the effect of competitive advantage and marketing mix on the success of coffee farming. The method used is path analysis and farming analysis. The results of the analysis show that the  $F$ -count value is 153.112 where the value is greater than the  $F$ -table value, which is 3.183 at a significant level of 0.05, meaning that competitive advantage (X1) and marketing mix (X2) have a significantly positive effect on the success of coffee farming (Y). . As for the value of  $R square$ , the value of  $R square$  is 0.869. This shows that the contribution or influence of X1 and X2 is 86.9 percent,*

*Keywords: Competitive Advantage, Marketing Mix, Farm Success*

## PENDAHULUAN

Kopi adalah komoditas perkebunan yang sedang meningkat perkembangannya. Pada tahun 2018 komoditas kopi memberi kontribusi devisa sebesar USD 579,98 juta. (Sita & Rohdiana, 2021). Berdasarkan data ICO (2020), Indonesia merupakan produsen terbesar keempat. Arabika dan Robusta adalah jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia. Menurut Ansoff, dkk (2009), daya saing merupakan fungsi identifikasi dimensi produk pasar bagi posisi perusahaan. Pengukuran daya saing suatu komoditas dapat dilakukan dengan melihat keunggulan-keunggulan yang terdapat pada komoditas tersebut. Keunggulan-keunggulan tersebut terdiri atas keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif. Komoditas kopi Indonesia memiliki daya saing yang cukup baik di pasar internasional.

Faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan usahatani adalah bauran pemasaran. salah satu strategi pemasaran yang dapat mendukung keberhasilan usahatani dan mendukung petani lokal yaitu bauran pemasaran. Bauran pemasaran yang terdiri atas 4 P, yaitu *place*, *product*, *price* dan *promotion* memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usahatani (Raja

Hardiansyah, 2018). Demikian pula menurut Kurniawati yang menyatakan bahwa variabel bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usahatani (Atmi Kurniati, 2012)

Kabupaten Sukabumi adalah penghasil kopi terbaik di Provinsi Jawa Barat. Kopi yang berasal dari Kabupaten Sukabumi telah di ekspor ke beberapa negara salah satunya yaitu Australia. Kopi yang diekspor ke Australia merupakan kopi *Java Preager* yaitu jenis kopi arabika yang berasal dari Jawa Barat. Kabupaten Sukabumi memiliki luas lahan perkebunan kopi sebesar 1.086 hektar yang tersebar di beberapa kecamatan diantaranya, yaitu kecamatan Gegerbitung, Ngalindung, Sukaraja, Kadudampit dan Kabandungan.

Jenis kopi yang dikembangkan di kabupaten Sukabumi adalah kopi jenis Robusta dan Arabika. Salah satu keunggulan kopi Sukabumi yaitu memiliki kualitas yang sangat baik. Selain itu, kopi Sukabumi juga memiliki aroma yang khas yang sedikit berbeda, seperti kopi yang berasal dari kecamatan Sukaraja, dimana kopi yang dihasilkan memiliki sedikit aroma teh, sementara kopi yang berasal dari kecamatan Kadudampit memiliki aroma khas seperti aroma kayu. Ciri khas tersebut

menyebabkan kopi yang berasal dari Kabupaten Sukabumi mulai dikenal, serta banyak dinikmati oleh konsumen. Produk kopi yang dijual di Kabupaten Sukabumi berbentuk *cherry*, *greenbean*, *roastbean* serta kopi bubuk. Sebagian besar petani kopi di Kabupaten Sukabumi menjual *cherry* kopi kepada pengumpul, sedangkan *greenbean* dan *roastbean* merupakan produk dari pedagang besar yang dijual ke pihak industri kopi untuk diolah kembali. Sementara itu, kopi bubuk merupakan produk akhir yang dijual secara langsung kepada konsumen.

Pemerintah daerah bekerja sama dengan Asosiasi Pengusaha Kopi (APEKI) Kabupaten Sukabumi melakukan pelatihan serta pengembangan pasar. Selain itu, pemerintah juga memberikan sarana dan prasarana, baik berupa bantuan bibit gratis, bantuan peralatan, serta meningkatkan sarana pendistribusian produk. Fokus dari pemerintah daerah yaitu meningkatkan kemampuan petani agar dapat mengembangkan usahatani kopi tidak hanya sampai pada produk *cherry* atau buah kopi namun dapat melakukan proses pengolahan pasca panen yaitu menghasilkan produk kopi berupa *roastbean* maupun bubuk kopi.

Hal tersebut dilakukan agar daya saing petani kopi dapat semakin meningkat, serta kesejahteraan petani dapat semakin meningkat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rhardja (2018), salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usahatani adalah bauran pemasaran yang terdiri atas produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*place*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keunggulan kompetitif dan bauran pemasaran terhadap keberhasilan usahatani kopi di Kabupaten Sukabumi.

Menurut Ningrum (2018), variabel promosi dan distribusi pada bauran pemasaran yang berpengaruh nyata terhadap keberhasilan usahatani pada usaha pengolahan. Namun demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasriani, (2017) menunjukkan hasil yang berbeda. Dimana diketahui bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap keberhasilan usahatani petani buah naga di Desa Sukamaju Kecamatan Tellulimpoe. Besaran pengaruh bauran pemasaran terhadap pendapatan petani hanya sebesar 12%.

Beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa komoditas kopi memiliki keunggulan kompetitif.

Menurut Irfanda (2020), komoditas kopi memiliki keunggulan kompetitif dilihat dari rasio biaya privat atau PCR. Demikian halnya dengan hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Azizah et al., (2018) dimana komoditas kopi di Kepulauan Meranti memiliki keunggulan kompetitif. Demikian pula hasil penelitian yang dilakukan oleh Handayani, (2020) dan Murtiningrum et al., (2014) menunjukkan bahwa komoditas kopi memiliki keunggulan kompetitif dilihat dari rasio biaya.

#### **METODE PENELITIAN**

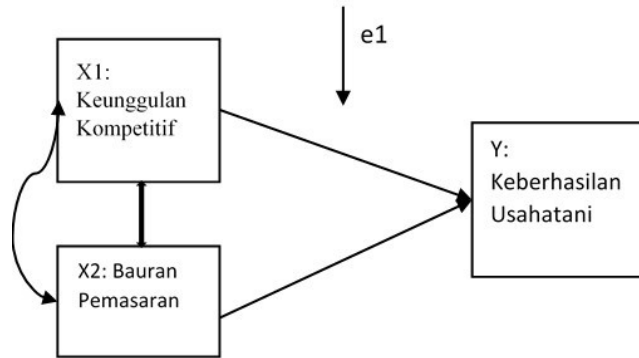
Responden penelitian ini adalah petani kopi di Kecamatan Sukaraja dan Kecamatan Kadudampit, Kabupaten Sukabumi. Kedua kecamatan tersebut dipilih karena jenis kopi yang dibudiyakan di kedua kecamatan tersebut adalah kopi dengan jenis Arabika. Selain itu, kopi yang dihasilkan dari masing-masing kecamatan memiliki kekhasan yaitu dari aroma serta rasa yang berbeda. Kopi yang dihasilkan sudah memiliki merek dagang sendiri yaitu Kopi Mekarsari dari

Kecamatan Kadudampit serta Bumi Kopi dari Kecamatan Sukaraja. Masing-masing produk kopi yang dihasilkan memiliki ciri khas yang berbeda dari produk kopi lainnya. Bumi Kopi yang dihasilkan di kecamatan Sukaraja memiliki sedikit aroma teh yang khas dengan rasa yang tidak terlalu kuat, sedangkan kopi Mekarsari memiliki aroma kayu yang khas. Selain itu, keduanya juga telah melakukan usahatani yang terintegrasi dimana, produk yang dihasilkan tidak hanya berupa *cherry* kopi namun sudah berupa *greenbean*, *roastbean* serta kopi bubuk yang dijual langsung ke konsumen. Adapun yang menjadi objek penelitian ini yaitu aspek keunggulan kompetitif, bauran pemasaran, dan keberhasilan usahatani. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

#### **Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis**

##### **a. Path Analysis**

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel. Variabel-variabel tersebut adalah variabel terikat dan variabel bebas (Sarwono, 2011).



**Gambar 1. Model Analisis Jalur**

Variabel bebas dari penelitian ini adalah variabel keunggulan kompetitif (X1) dan bauran pemasaran (X2). Sementara variabel terikat dari penelitian ini adalah variabel keberhasilan usahatani (Y). Pada gambar 1 dapat diketahui hubungan antar variabel penelitian. Variabel keunggulan kompetitif (X1) mempunyai hubungan langsung dengan variabel keberhasilan usahatani (Y), demikian pula dengan variabel bauran pemasaran (X2) memiliki hubungan langsung terhadap variabel keberhasilan usahatani (Y). Model analisis yang digunakan adalah persamaan struktural dari analisis jalur tersebut sebagai berikut:

$$Y = PYX_1 + PYX_2 + e_1$$

Pengujian hipotesis pada analisis jalur dapat dilakukan dengan cara:

Pengujian secara simultan dilakukan berdasarkan hipotesis berikut:

$$H_0 = PYX_i = \dots PYX_k = 0$$

H1 = Sekurang-kurangnya ada satu  $PYX_i \neq 0, i=1,2$

Kemudian hipotesis tersebut diuji menggunakan statistik uji F, dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{(n - k - 1)R^2 Y(X1, X2)}{k(1 - R^2 Y(X1, X2))}$$

Dengan kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $F_{observasi} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Pengujian secara parsial dapat dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : PYX_i = 0$$

$$H_1 : PYX_i \neq 0$$

Kemudian dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji-t, dengan rumus sebagai berikut:

$$t_1 = \frac{PYX_i}{\sqrt{\frac{1 - R^2 Y(X1, X2) \cdot C_{ii}}{n - k - 1}}}; = 1,2$$

Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Jikaa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

### b. Analisis usahatani

Analisis usahatani digunakan untuk mengetahui keragaan usahatani kopi yang dilakukan oleh petani. Analisis usahtani terdiri atas analisis biaya, pendapatan dan efisiensi. Analisis biaya dapat diketahui dari rumus berikut:

Total Biaya (TC) = Biaya Tetap (FC) +  
Biaya Variabel (VC)

Pendapatan merupakan nilai yang didapat petani dari hasil penjualan setelah dikurangi biaya, dengan rumus sebagai berikut:

Pendapatan = TR-TC

Dimana;

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya

Adapun untuk mengetahui efesiensi sebuah usahatani dapat dilihat dari nilai R/C rasio dengan rumus sebagai berikut:

$$R/C \text{ atas biaya total} = \frac{\text{Total Penerimaan (Rp)}}{\text{Biaya Total (Rp)}}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Uji korelasi X1 dan X2

Uji korelasi X1 dan X2 dilakukan untuk mengetahui korelasi antar variabel X. Berdasarkan hasil uji korelasi

menggunakan analisis pearson diketahui bahwa nilai korelasi X1 dan X2 adalah 0,596. Nilai tersbeut lebih besar dibandingkan nilai pada r-tabel yaitu 0,230 pada taraf nyata 0,05 artinya X1 dan X2 memiliki korelasi atau saling mempengaruhi satu sama lain secara signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel keunggulan kompetitif dapat mempengaruhi variabel bauran pemasaran, demikian pula sebaliknya variabel bauran pemasaran dapat mempengaruhi variabel keunggulan kompetitif.

**Tabel 1. Hasil Uji korelasi Pearson**

Variabel	Nilai Pearson Correlation	Nilai Sig.
X1	0,596	0,000
X2	0,596	0,000

Sumber: Pengolahan data 2022

### Analisa pengaruh uji simultan

Analisa pengaruh uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel keunggulan kompetitif (X1) dan bauran pemasaran (X2) terhadap keberhasilan usahatani kopi (Y). Jika F-hitung lebih besar dari F-tabel maka  $H_0$  ditolak artinya keunggulan kompetitif (X1) dan bauran pemasaran (X2) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usahatani kopi.

**Tabel 2. Hasil uji pengaruh simultan**

Uraian	Hasil
<i>Sum of Square</i>	71,837
df	48
<i>Mean Square</i>	21,227
F	153,112
Sig.	0.000
<i>R-Square</i>	0,869

Sumber: Pengolahan data 2022

Dari tabel 2 diketahui nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 153,112 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai  $F_{\text{tabel}}$  yaitu 3,183 pada taraf nyata 0,05. Sehingga, X1 dan X2 berpengaruh nyata positif terhadap Y. Sehingga keberhasilan usahatani kopi di kecamatan Sukaraja dan Kadudampit dipengaruhi variabel keunggulan kompetitif yaitu biaya dan differensiasi produk. Serta dipengaruhi pula oleh variabel bauran pemasaran. Adapun jika dilihat dari nilai *R square* maka besarnya nilai *R square* sebesar 0,869. Hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi atau pengaruh dari X1 dan X2 sebesar 86,9 persen, sementara sisanya merupakan kontribusi dari variabel-variabel yang tidak dimasukkan ke dalam model.

**b. Hasil uji parsial variabel X1 dan X2 terhadap Y**

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel yaitu X1 dan X2 terhadap Y secara parsial atau terpisah. Berdasarkan uji parsial yang dilakukan diketahui bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk X1 adalah

sebesar 5,717 dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu 1,6769. Dengan demikian dapat diartikan bahwa X1 berpengaruh nyata terhadap Y. Adapun besar pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar 0,379 atau 37,9 persen.

**Tabel 4. Hasil Uji Parsial X1 dan X2 terhadap Y**

Variabel	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
X1	0,379	5,717	0,000
X2	0,655	9,871	0,000

Sumber: Pengolahan data, 2022

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk X2 adalah sebesar 9,871, dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan  $t_{\text{tabel}}$  yaitu 1,6769. Maka X2 berpengaruh nyata terhadap Y, dengan besar pengaruh sebesar 0,655 atau 65,5 persen. Dengan demikian dapat diketahui bahwa variabel bauran pemasaran lebih berpengaruh terhadap variabel keberhasilan usahatani dibandingkan dengan pengaruh keunggulan kompetitif terhadap keberhasilan usahatani. Hal tersebut karena komponen yang terdapat pada bauran pemasaran memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keberhasilan usahatani. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Raja Hardiansyah (2018) yang menyatakan bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh yang

seginifikan terhadap keberhasilan usahatani terutama pada aspek penjualan. Variabel-variabel yang kontribusi cukup besar terhadap keberhasilan usahatani yaitu produk, harga, tempat dan promosi.

### Analisis usahatani kopi

Analisis usahatani merupakan suatu analisa yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan usahatani yang dilakukan. Adapun tujuan dari usahatani adalah untuk mengevaluasi berapa tingkat keuntungan yang diperoleh terhadap modal yang dikeluarkan. Komponen analisis usahatani terdiri atas komponen biaya, pendapatan dan efisiensi.

**Tabel 5 Analisis Biaya**

No	Jenis Biaya	Nilai (Rp)	%
	Biaya Tetap		
1	Iuran Desa	282.000	3,3
2	Penyusutan alat	18.000	0,2
	Total Biaya Tetap	300.000	3,5
	Biaya Tidak Tetap		
1	Pupuk Kandang	2.861.180	33,2
2	Pupuk NPK	2.043.700	23,7
3	Pestisida	1.634.960	19,0
4	Tenaga Kerja		
	Pengolahan lahan	202.969	2,4
	Persemaian	38.125	0,4
	Penanaman	262.500	3,1
	Pemangkasan	79.000	0,9
	Pemupukan	81.250	0,9
	HPT	59.500	0,7
	Panen	1.042.600	12,1
	Total biaya tenaga kerja	1.765.944	20,5
	Total Biaya Tidak Tetap	8.305.784	96,5
	Total Biaya	8.605.784	100

Sumber: Pengolahan data 2022

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa 96,5 persen dari biaya total yang digunakan untuk biaya tidak tetap terdiri

atas biaya pupuk, pestisida dan biaya tenaga kerja. Adapun untuk biaya tetap hanya sebesar 3,5 persen yang merupakan penyusutan alat yang digunakan serta iuran rutin desa.

**Tabel 6. Analisis Pendapatan Usahatani Kopi**

No	Uraian	Nilai
1	Penerimaan	Rp 31.867.500
	Biaya-biaya	
2	Biaya Tetap	Rp 300.000
3	Biaya Variabel	Rp 8.605.784
	Total Biaya	Rp 8.905.784
	Pendapatan	Rp 22.961.716
	R/C Rasio	3,58

Sumber: Pengolahan data 2022

Rata-rata penerimaan petani kopi adalah sebesar Rp 31.867.500, dan setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan petani menghasilkan pendapatan sebesar Rp 22.961.716. Penerimaan adalah jumlah yang diterima petani setelah melakukan penjualan kopi, yaitu jumlah produksi kopi dalam satu tahun dikalikan dengan harga jual kopi. Adapun harga jual kopi di tempat penelitian adalah sebesar Rp 10.000,- per kilogram. Berdasarkan hasil kajian maka diketahui bahwa nilai rata-rata nilai R/C rasio yang didapat adalah 3,58, maka usahatani kopi rata-rata responden sudah efisien dan layak untuk dikembangkan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap komoditi kopi di Kecamatan



Sukaraja dan Kecamatan Kadudampit maka disimpulkan:

1. Keunggulan kompetitif berpengaruh nyata terhadap keberhasilan usahatani kopi, hal tersebut dapat dilihat dari nilai  $t$ -hitung untuk  $X_1$  adalah sebesar 5,717 dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t$ -tabel yaitu 1,6769. Dengan demikian dapat diartikan bahwa  $X_1$  berpengaruh nyata terhadap  $Y$ . Adapun besar pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$  adalah sebesar 0,379 atau 37,9 persen.
2. Bauran pemasaran memiliki pengaruh nyata terhadap keberhasilan usahatani yang dilihat dari nilai  $t$ -hitung untuk  $X_2$  adalah sebesar 9,871, dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan  $t$ -tabel yaitu 1,6769. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $X_2$  berpengaruh nyata terhadap  $Y$ , dengan besar pengaruh sebesar 0,655 atau 65,5 persen.
3. Berdasarkan hasil uji korelasi menggunakan analisis pearson diketahui bahwa nilai korelasi  $X_1$  dan  $X_2$  adalah 0,596. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai pada  $r$ -tabel yaitu 0,230 pada taraf nyata 0,05 artinya keunggulan kompetitif dan bauran pemasaran memiliki korelasi atau saling mempengaruhi satu sama lain secara signifikan.

4. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa rata-rata penerimaan petani kopi adalah sebesar Rp31.867.500, dan setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan petani menghasilkan pendapatan sebesar Rp22.961.716. Penerimaan merupakan jumlah kotor yang diterima petani setelah melakukan penjualan kopi, yaitu jumlah produksi kopi dalam satu tahun dikalikan dengan harga jual kopi. Adapun harga jual kopi di tempat penelitian adalah sebesar Rp10.000 per kilogram. Dengan nilai rata-rata nilai R/C rasio yang didapat adalah 3,58, maka usahatani kopi rata-rata responden sudah efisien dan layak untuk dikembangkan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian maka diberikan saran sebagai berikut:

1. Petani diharapkan semakin mengembangkan komoditas kopi arabika ini karena memiliki peluang pasar yang cukup luas.
2. Pelatihan bagi petani agar dapat mengolah produk kopi agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi.
3. Perlu adanya penelitian lanjutan pada komoditas kopi arabika.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmi Kurniati, P. (2012). *Strategi Bauran Pemasaran Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo Tahun 2011*. 13–52.
- Azizah, N., Elinur, E., & Dewi, N. (2018). Analisis Daya Saing Usahatani Kopi Liberika Di Kabupaten Kepulauan Meranti Provinsi Riau Dengan Pendekatan Policy Analysis Matrix (PAM). *Jurnal Agribisnis*, 19(2). <https://doi.org/10.31849/agr.v19i2.780>
- Handayani, P. H. (2020). A Analisis Daya Saing Usaha tani Kopi Libtukom Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *Jurnal Khazanah Intelektual*, 4(1). <https://doi.org/10.37250/newkiki.v4i1.58>
- Hasriani, H. (2017). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Pendapatan Petani Buah Naga Di Desa Sukamaju Kec. Tellulimpoe*.
- Irfanda, A. I. (2020). Analisis Daya Saing Di Desa Tleter Kecamatan Kaloran Kabupaten Temanggung. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2). <https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.550>
- Murtiningrum, F., Asriani, P. S., & Badrudin, R. (2014). Analisis Daya Saing Usahatani Kopi Robusta (*Coffea canephora*) Di Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal AGRISEP*, 13(1). <https://doi.org/10.31186/jagrisep.13.1.1-14>
- Raja Hardiansyah. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Hasil Produksi Petani Pada Pasar Tani Mekar Jaya Kelurahan Toapaya Asri. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang Vol 2. No 1(40-55)*, 5–24.
- Sarwono, J. (2011). Get to know the path of Analysis: History, Understanding, and Application, Scientific Journal of Business Management. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2), 285–296.
- Sita, K., & Rohdiana, D. (2021). Analisis Kinerja dan Prospek. *Radar Opini Dan Analisis Perkebunan*, 2(1), 1–7.