

**PERAN DAN STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UKM
DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN KOPI ARABIKA DI
KABUPATEN BENER MERIAH**

SKRIPSI

**Diajukan Oleh :
NAFILA ZAHRA
NIM.190802090**

**Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Administrasi Negara**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
2025 M / 1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nafila Zahra
NIM : 190802090
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Tempat Tanggal Lahir : Janarata, 28 Februari 2001

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan tugas akhir/skripsi ini, saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan;
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain;
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya;
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan data;
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi AR-RANIRY berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 20 Desember 2024
Yang menyatakan



Nafila Zahra
Nafila Zahra

NIM. 190802090

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

PERAN DAN STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UKM DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN KOPI ARABIKA DI KABUPATEN BENER MERIAH

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (UIN) Banda Aceh Sebagai
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Administrasi Negara

Oleh:

NAFILA ZAHRA

NIM. 190802090

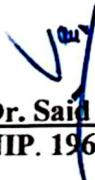
Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Administrasi Negara

Disetujui untuk Diuji/Dimunaqasyahkan Oleh :

A R - R A N I R Y

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Saïd Amirulkamar, M.M., M.Si
NIP. 196110051982031007


Renaldi Safriansyah, S.E., M. HSc
NIDN. 2007017903

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG

**PERAN DAN STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UKM DALAM
MENINGKATKAN PEMASARAN KOPI ARABIKA DI KABUPATEN
BENER MERIAH**

SKRIPSI

NAFILA ZAHRA

190802090

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Dalam ilmu Administrasi Negara
Pada Hari/Tanggal : Kamis, 30 Januari 2025 M
30 Rajab 1446 H

Banda Aceh,
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi:

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Saïd Amirulkamar, M.M., M.Si
NIP. 196110051982031007

Renaldt Safriansyah, M.H.Sc., M.P.M
NIP. 197901072023211003

Penguji I,

Penguji II,

Ferry Setiawan, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197802032005041001

Dr. Taufik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19890518202321103

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,



Dr. Muji Mulia, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197403271999031005

ABSTRAK

Indonesia sebagai salah satu penghasil kopi terbesar memiliki kopi Arabika berkualitas dari Bener Meriah Provinsi Aceh. Kopi ini telah diakui secara internasional. Meskipun produksinya melimpah, pemasaran kopi menghadapi kendala seperti saluran distribusi panjang dan fluktuasi harga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UKM dalam meningkatkan pemasaran kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah, mengingat potensi besar produksi kopi yang terkendala oleh masalah pemasaran, seperti panjangnya saluran distribusi dan fluktuasi harga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk meningkatkan daya saing kopi Arabika Bener Meriah di pasar lokal dan internasional. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran dan strategi yang diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bener Meriah dalam memasarkan kopi Arabika telah memberikan hasil positif. Strategi tersebut mencakup promosi melalui media sosial, partisipasi dalam event lokal dan internasional, penguatan kapasitas sumber daya manusia untuk ekspor, penerapan sertifikasi berkelanjutan, serta kolaborasi dengan mitra lokal dan internasional. Teknologi digital juga dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar. Meskipun menghadapi tantangan seperti keterbatasan anggaran promosi, kendala logistik, dan dampak perubahan iklim, peluang besar seperti sertifikasi dan kolaborasi strategis dapat dioptimalkan untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan serta daya saing kopi Arabika di pasar global.

Kata Kunci: Pemasaran Kopi Arabika, Strategi Dinas Koperasi dan UKM, Tantangan dan Peluang Ekspor

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"PERAN DAN STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UKM DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN KOPI ARABIKA DI KABUPATEN BENER MERIAH"** ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Ilmu Administrasi Negara pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan kepada:

1. Prof. Dr. Mujiburrahman, M.Ag. selaku Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Muji Mulia, AM.Ag. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Muazzinah, B.Sc., MPA. selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Dr. Said Amirulkamar, M.M., M.Si selaku dosen pembimbing 1 di Prodi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Renaldi Safriansyah, S.E., M.HSc selaku dosen pembimbing 2 di Prodi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Zakki Fuad Khalil, M.Si selaku dosen pembimbing Akademik di Prodi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Seluruh dosen di Prodi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Kepada kedua orang tua tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam hidup saya. Doa yang tiada henti, kasih sayang yang tulus, serta dukungan moral dan material yang tak ternilai telah menjadi landasan utama dalam perjalanan pendidikan ini.
9. Kepada kakek dan nenek tersayang, yang dengan cinta dan doa selalu mengiringi langkah saya. Kehadiran dan doa tulus mereka adalah anugerah tak ternilai yang memberikan semangat dalam setiap perjuangan saya.
10. Kepada sahabat-sahabat terbaik saya, yaitu, Mayang Indah Sari, Elvira Rahayu, Nailan Hivatia, Sonia Putri, Raudhatul Jannah dan Rahmila Wati, yang selalu mendampingi saya di saat suka maupun duka. Terima kasih atas dukungan, canda tawa, dan motivasi yang kalian berikan selama ini. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini menjadi lebih bermakna.

11. Kepada diri saya sendiri yang telah bekerja keras, tekun, dan berani untuk menghadapi berbagai tantangan dalam proses penyusunan skripsi ini. Perjalanan ini mengajarkan saya untuk tidak mudah menyerah dan terus berusaha untuk memberikan yang terbaik.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti membuka diri terhadap saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya dalam pengembangan ilmu administrasi negara dan praktik peningkatan pemasaran produk unggulan daerah. Akhirnya, peneliti berharap semoga Allah SWT senantiasa meridhai setiap langkah yang kita lakukan. Aamiin.

Banda Aceh, 20 Desember 2024

Peneliti,

Nafila Zahra
NIM.190802090

AR - RANIRY

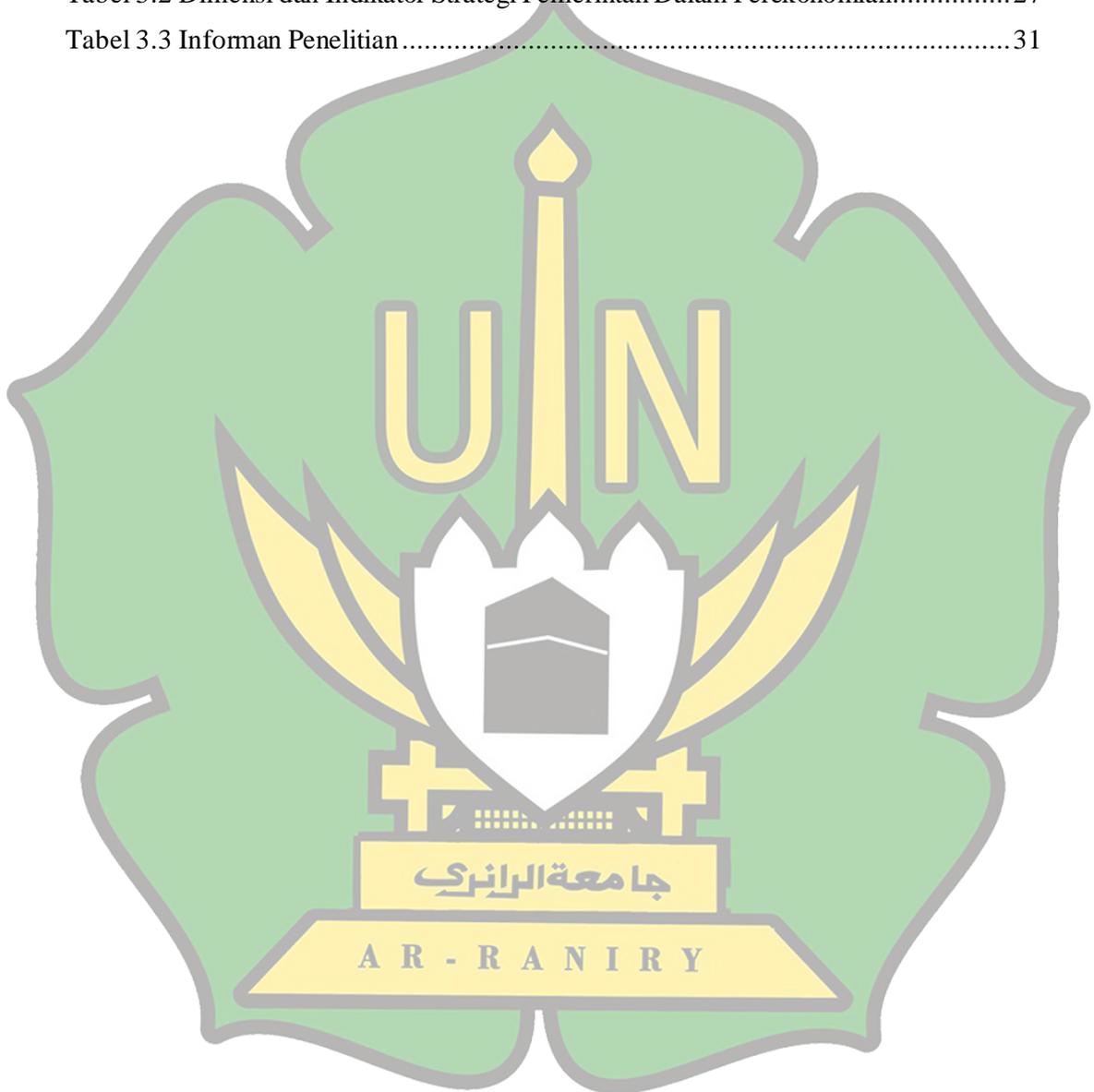
DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	I
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.6. Penjelasan Istilah	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Konsep Peran.....	15
2.3. Pengertian Ekonomi Kelembagaan	16
2.4. Pendekatan Teori Ekonomi Kelembagaan	18
2.5. Teori Neoinstitusional (Teori Kelembagaan).....	20
2.6. Konsep Pemasaran	21
2.7. Strategi Pemasaran	22
2.8. Pemerintah Sebagai Regulator Dalam Perekonomian	23
2.9. Kerangka Berpikir	25

BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Pendekatan Penelitian	26
3.2. Fokus Penelitian	27
3.3. Lokasi Penelitian	28
3.4. Jenis dan Sumber Data	28
3.5. Informan Penelitian	30
3.6. Teknik Pengumpulan Data	31
3.7. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Hasil Penelitian	35
4.1.1. Gambaran Umum Penelitian	36
4.1.2. Kebijakan dan Regulasi	38
4.1.3. Program dan Strategi.....	40
4.1.4. Dukungan Infastruktur dan Akses Pasar.....	42
4.2. Pembahasan	45
4.2.1 Peran Dinas Koperasi dan UKM dalam Meningkatkan Pemasaran Kopi Arabika asal Kabupaten Bener Meriah	45
4.2.2. Strategi Dinas Koperasi dan UKM dalam Meningkatkan Pemasaran Kopi Arabika asal Kabupaten Bener Meriah.....	48
4.2.3. Peluang dan Tantangan yang Dihadapi oleh Dinas Koperasi dan UKM dalam Meningkatkan Pemasaran Kopi Arabika	54
BAB V PENUTUP.....	61
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
DAFTAR LAMPIRAN	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Strategi Pemerintah Dalam Perekonomian.....	27
Tabel 3.3 Informan Penelitian.....	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Pembimbing	72
Lampiran 2. Penerimaan Tempat Penelitian	73
Lampiran 3. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	74
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian	75



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan dua jenis kopi utama yang dikembangkan, yaitu kopi Arabika dan kopi Robusta, khususnya yang ditanam di dataran tinggi dengan iklim dan tanah yang mendukung.¹ Kopi merupakan komoditas agraris yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi produksi maupun ekspor.² Kopi Arabika adalah salah satu jenis kopi yang memiliki nilai ekonomi tinggi di pasar internasional. Kopi Arabika dikenal dengan cita rasa yang lebih halus dan lebih kompleks dibandingkan dengan jenis kopi lainnya, seperti Robusta.³ Cita rasa khas yang dihasilkan dari kopi Arabika Indonesia telah mendapat pengakuan dari berbagai negara, sehingga membuka peluang besar bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor ini untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan.⁴

Di Indonesia, budidaya kopi Arabika tersebar di beberapa wilayah yang memiliki kondisi iklim dan tanah yang mendukung, seperti Bener Meriah, Aceh

¹ Hikmat, Muhammad, Diah Puspita Hati, and Sukarman Sukarman. "Kajian lahan kering berproduktivitas tinggi di Nusa Tenggara untuk pengembangan pertanian." *Jurnal Sumberdaya Lahan* 16.2 (2022), hlm.119.

² Cahya, Nilam, and Kholida Atiyatul Maula. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Dan Permintaan Bahan Pokok Di Indonesia." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 1.4, 2021, hlm.311.

³ Ramadhana, Ahmad Wildan Saputra, Avinda Distaniar Aulia, and Toifur Ulum. "Keunggulan Komparatif Ekspor Kopi di Indonesia." *Journal of Economics, Business, Accounting and Management* 2.1, 2024, hlm.110.

⁴ Makarim, Siti Amirah, and Lati Sari Dewi. *Ragam UMKM: menelusuri jenis usaha di Indonesia*. Takaza Innovatix Labs, 2024.

Tengah, Sumatera Utara, Jawa Barat, dan Bali.⁵ Sebagai komoditas yang bernilai tinggi, kopi Arabika memberikan peluang bagi para petani untuk meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup mereka.⁶

Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2022 sektor perkebunan kopi di Indonesia menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi, dengan total luas area dan produksi yang terbagi atas tiga kategori perusahaan: perkebunan besar negara, perkebunan besar swasta, dan perkebunan rakyat. Provinsi Aceh, sebagai salah satu daerah penghasil kopi terbesar, tercatat memiliki 114.024 hektar area perkebunan kopi rakyat dengan produksi mencapai 70.352 ton. Provinsi lain seperti Sumatera Utara, Sumatera Barat, dan Jambi, juga menyumbang luas area dan produksi yang signifikan dari sektor perkebunan kopi. Misalnya, Sumatera Utara memiliki 98.051 hektar perkebunan dengan produksi 86.476 ton kopi, sementara Jambi mencatatkan 31.486 hektar dan 18.994 ton produksi.⁷

Salah satu wilayah penghasil kopi Arabika terbaik di Indonesia adalah Kabupaten Bener Meriah, Provinsi Aceh. Kawasan ini dikenal luas melalui brand “Kopi Gayo” yang telah memiliki sertifikasi Indikasi Geografis dan diminati oleh pasar mancanegara karena keunikan karakteristik rasanya.⁸ Potensi kopi Arabika di

⁵ Kansrini, Yuliana, Puji Wahyu Mulyani, and Dwi Febrimeli. "Peran penyuluh pertanian lapangan (ppl) dalam mendukung adopsi budidaya tanaman kopi arabika yang baik (good agriculture practices) oleh petani di kabupaten tapanuli selatan." *Agrica Ekstensia* 14.1, 2020.

⁶ Solihah, Zuhrotus, and Endang Susilowati. "Perkembangan Budidaya Kopi Arabika dan Pengaruhnya terhadap Kondisi Sosial-Ekonomi Petani Kopi di Kawasan Sindoro-Sumbing Kabupaten Temanggung." *Historiografi* 4.1, 2024, hlm.4.

⁷ Badan Pusat Statistik, Statistik kopi Indonesia 2022, Link: <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/abde293e6c0fc5d45aaa9fe8/statistik-kopi-indonesia-2022.html>, 2022, Diakses 10 Januari 2025.

⁸ Imsar, Imsar. "Analisis produksi dan pendapatan usaha tani kopi Gayo (Arabika) kabupaten Bener Meriah." (2018).

Kabupaten Bener Meriah sangat besar, baik dari sisi luas lahan tanam, kualitas hasil panen, hingga jumlah petani yang terlibat dalam budidayanya.⁹

Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2023 di Kabupaten Bener Meriah mencatatkan produksi kopi arabika sebesar 26,4 ribu ton dari perkebunan rakyat. Kabupaten ini dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kopi arabika terbesar di kawasan Gayo yang memiliki kondisi geografis dan iklim yang sangat mendukung untuk budidaya kopi. Selain kopi arabika, daerah ini juga memproduksi berbagai komoditas lainnya seperti kopi robusta, kemiri, dan kakao, namun produksi kopi arabika tetap menjadi yang paling signifikan di sektor pertanian perkebunan rakyat di Bener Meriah.¹⁰

Kopi Arabika dari dataran tinggi Gayo sudah lama dikenal oleh kalangan pengusaha kopi baik itu tingkat regional, nasional dan manca negara. Kopi Arabika Gayo memiliki karakteristik yang sangat baik dari segi aroma dan rasa. Menurut SCAA (*Specialty Coffee Association of America*) kopi Gayo tergolong kopi spesialti. Aroma khas dengan perisa (*flavor*) kompleks dan kekentalan (*body*) yang kuat, menjadikan kopi Arabika Gayo sebagai kopi berkualitas tinggi yang sangat diminati oleh pasar kopi dunia.¹¹

Berdasarkan hasil observasi di Kabupaten Bener Meriah, pelaku UMKM kopi Arabika menghadapi berbagai tantangan dalam pemasaran produk mereka.

⁹ Ratnawati,Fitria. *Gayo sang pemikat*. Guepedia, 2021.

¹⁰ Badan Pusat Statistik Bener Meriah, Produksi perkebunan rakyat menurut jenis tanaman di Kabupaten Bener Meriah, 2023. Link: <https://benemeriahkab.bps.go.id/id/statistics-table/3/UWpGUlpUZzJZbkJhWlhGdUwzUkhXVzA0WmpoMFVUMDkjMw==/planted-area-of-smallholders-estates-by-type-of-crops-in-bener-meriah-regency--thousands-ha---2022.html?year=20223>, Diperbarui 21 februari 2024.

¹¹ Juliaviani, Noratun, and Sahara Sahara. "Analisis pemasaran kopi arabika gayo di kabupaten aceh tengah provinsi aceh." *Jurnal Agriseip* 22.2, 2021, hlm.72.

Meskipun kopi Arabika Gayo memiliki kualitas unggul dan potensi ekspor yang tinggi, banyak petani dan pelaku usaha lokal masih mengalami kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas. Permasalahan seperti keterbatasan pengetahuan tentang strategi pemasaran, rendahnya kualitas kemasan, dan kurangnya pemanfaatan teknologi digital menjadi hambatan utama dalam memperluas jangkauan pasar. Selain itu, fluktuasi harga kopi di pasar global juga mempengaruhi pendapatan petani, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan usaha mereka. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bener Meriah untuk memberikan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi pemasaran guna meningkatkan daya saing produk kopi Arabika di pasar nasional maupun internasional.

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah lembaga pemerintah daerah yang bertanggung jawab dalam mengelola dan mengembangkan sektor koperasi serta usaha kecil dan menengah di wilayahnya. Dinas ini berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pemberdayaan pelaku usaha dan koperasi.¹² Dinas Koperasi dan UKM memiliki tugas pokok untuk membantu kepala daerah (Gubernur atau Bupati/Walikota) dalam melaksanakan urusan pemerintahan di bidang koperasi dan UKM yang menjadi kewenangan daerah, serta melaksanakan tugas pembantuan yang ditugaskan kepada daerah.¹³

¹² Sinta, Dewi, and Fadillah Zulfa Naftali. "Optimalisasi Peran Dinas Koperasi Dan Umkm Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Melalui Program 4 P Guna Terwujudnya Kesejahteraan Masyarakat Kota Semarang." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5.2 (2024), hlm.3389.

¹³ Sandi, John Retei Alfri. "Dilema Pelaksanaan Urusan Pemerintahan Umum di Kecamatan oleh Camat (Studi di Kecamatan Kahayan Tengah Kabupaten Pulang Pisau): The Dilemma of Conducting Public Government Affairs in Sub-District by Camat (Study in Central Kahayan District Of Pulang Pisau Regency)." *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi* 6.2 (2020), hlm.43.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM adalah membentuk dan memperkuat kelembagaan koperasi petani kopi.¹⁴ Koperasi berperan sebagai wadah kolektif bagi petani untuk mengakses pelatihan, permodalan, hingga pasar yang lebih luas.¹⁵ Melalui koperasi, petani dapat meningkatkan daya tawar terhadap tengkulak atau pembeli besar, serta mendapatkan informasi dan teknologi terbaru terkait pengolahan pasca panen dan standar kualitas.¹⁶ Koperasi juga dapat menjadi sarana untuk memperkuat jaringan distribusi dan promosi kopi Arabika Gayo, baik di tingkat nasional maupun internasional.¹⁷

Strategi lainnya adalah dengan membuka akses pasar melalui fasilitasi partisipasi pelaku UMKM dalam pameran produk, baik di dalam maupun luar negeri.¹⁸ Dinas Koperasi dan UKM juga dapat menjalin kerja sama dengan dinas lain, pelaku industri kopi, lembaga keuangan, dan platform *e-commerce* untuk menciptakan sinergi yang saling menguntungkan. Dalam hal ini, kolaborasi

¹⁴ Sumarti, Titik, Rokhani Rokhani, and Sriwulan Ferindian Falatehan. "Strategi pemberdayaan petani muda kopi wirausaha di Kabupaten Simalungun." *Jurnal Penyuluhan* 13.1 (2017), hlm.31.

¹⁵ Dzikrullah, Ach Agil, and Uswatun Chasanah. "Optimalisasi Peran Koperasi dalam Mendukung UMKM: Meningkatkan Akses Modal, Penguasaan Teknologi, dan Ekspansi Pasar." *INVESTI: Jurnal Investasi Islam* 5.1 (2024), hlm.648.

¹⁶ Abbas, Akmadi, and Rita Nur Suhaeti. "Pemanfaatan teknologi pascapanen untuk pengembangan agroindustri perdesaan di Indonesia." *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol. 34. No. 1. 2016.

¹⁷ Zuliani, Ikhsan Fajri, and Zuliani Safwandi. "Strategi Pengembangan Umkm Dan Koperasi Dalam Meningkatkan Komunitas Ekspor Kopi Arabica Di Kabupaten Aceh Tengah." *AT-TASYRI': JURNAL ILMIAH PRODI MUAMALAH* 14.2 (2022), hlm.153.

¹⁸ Fakhrurozi, Moh. "Peranan pemerintah dan strategi pemasaran terhadap penjualan UMKM ecoprint Yasmin Wiwid Lampung." *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer* 7.3 (2023), hlm.1676.

multipihak menjadi kunci penting dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pemasaran kopi lokal secara berkelanjutan.¹⁹

Selain itu, upaya untuk membangun brand daerah juga harus menjadi perhatian. Kopi Arabika Gayo tidak hanya menjual rasa, tetapi juga cerita dan budaya yang melingkupinya. Oleh karena itu, penguatan narasi tentang asal-usul kopi, cara tanam organik, keberlanjutan lingkungan, serta nilai-nilai lokal yang terkandung dalam setiap cangkir kopi perlu dikembangkan. Branding yang kuat akan menciptakan identitas khas dan memperkuat posisi kopi Arabika Bener Meriah di mata konsumen global.

Penelitian Saragih²⁰ mengungkapkan bahwa pelaku UMKM kopi Arabika di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala dalam pemasaran produk mereka. Beberapa permasalahan utama meliputi kualitas produk biji roasting yang tidak seragam, yang menyebabkan selisih harga yang signifikan dan penurunan pendapatan, serta pengemasan produk yang belum menarik bagi konsumen. Selain itu, keterbatasan dalam strategi promosi, terutama secara online, dan lokasi pemasaran yang kurang strategis juga menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan pasar. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi dari Dinas Koperasi dan UKM untuk memberikan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi pemasaran guna meningkatkan daya saing produk kopi Arabika di pasar nasional maupun internasional.

¹⁹ Indraswanti, Bertha Iin Esti, and Sunoto Sunoto. "Strategi Pengembangan UMKM Kota Bengkulu Di Era Ekonomi Digital." *Convergence: The Journal of Economic Development* (2024), hlm.50.

²⁰ Saragih, Winda Saputriani. *Komparasi Bauran Pemasaran UMKM Kopi Arabika (Studi Kasus: UMKM Rumah Produksi Kopi Saabas dan Black Luwak Coffee) di Kecamatan Pamatang Sidamanik Kabupaten Simalungun*. Diss. Universitas Medan Area, 2023.

Penelitian Widiyaningrum & Cahyana²¹ menunjukkan bahwa Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah memegang peranan penting dalam mengembangkan Koperasi Produsen Kopi Margamulya di Desa Margamulya, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. Dinas ini telah melaksanakan berbagai program pemberdayaan melalui pelatihan, pendidikan, serta penetapan standar produk, seperti memastikan kopi bebas dari bahan pengawet, tidak mengandung barang haram, menjaga kebersihan dalam proses produksi, dan mencantumkan masa kadaluwarsa. Koperasi tersebut telah berhasil memenuhi persyaratan standar, dengan memperoleh sertifikasi halal dan kopi organik dari LSO. Selain itu, Dinas Koperasi dan UKM menyediakan fasilitas seperti pusat layanan usaha terpadu, galeri untuk pemasaran produk, serta kegiatan bazar untuk meningkatkan eksposur produk. Meskipun demikian, beberapa tantangan masih ada, seperti keterbatasan dana untuk pelatihan, kurangnya modal untuk pengembangan usaha, dan keterbatasan teknologi yang menghambat kemajuan usaha.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Peran dan Strategi Koperasi dan UKM dalam Meningkatkan Pemasaran Kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami peran Dinas Koperasi dan UKM dalam meningkatkan pemasaran kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah,

²¹ Widiyaningrum, Widdy Yuspita, and Asep Cahyana. "Peran Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Pemberdayaan Koperasi Produsen Kopi Margamulya Di Desa Margamulya Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung." *JISIPOL/ Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 5.2 (2021).

mengidentifikasi strategi yang diterapkan dalam memperluas jangkauan pasar, serta menggambarkan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam upaya tersebut.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, terdapat beberapa masalah utama, yaitu:

1. Meskipun kopi Arabika Gayo memiliki kualitas yang diakui secara internasional, para pelaku UMKM di Kabupaten Bener Meriah masih menghadapi kesulitan dalam menjangkau pasar nasional maupun global secara optimal.
2. Banyak pelaku usaha belum memiliki pemahaman yang memadai terkait strategi pemasaran yang efektif, baik secara konvensional maupun digital, sehingga berdampak pada rendahnya daya saing produk di pasaran.
3. Kemasan produk kopi Arabika yang dihasilkan sebagian besar belum memenuhi standar estetika dan keamanan pangan, yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk.
4. Pelaku UMKM kopi Arabika di Bener Meriah belum secara maksimal menggunakan platform digital dan media sosial sebagai sarana promosi dan distribusi, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas.

1.3. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apa peran Dinas Koperasi dan UKM dalam meningkatkan pemasaran kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UKM dalam meningkatkan pemasaran kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah?
3. Apa saja peluang dan tantangan yang dihadapi dalam upaya peningkatan pemasaran kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui apa peran Dinas Koperasi dan UKM dalam meningkatkan pemasaran kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UKM dalam meningkatkan pemasaran kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah.
3. Untuk mengetahui apa saja peluang dan tantangan yang dihadapi dalam upaya peningkatan pemasaran kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini terbagi 2, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks peran lembaga pemerintah daerah dalam mendukung pemasaran produk unggulan daerah.
2. Menambah referensi akademik terkait strategi pengembangan UMKM melalui pendekatan kelembagaan dan pemberdayaan koperasi.
3. Memperkaya kajian ilmiah mengenai pemasaran komoditas pertanian (kopi Arabika) di wilayah dataran tinggi, terutama dalam perspektif ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.

b. Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan evaluasi dan acuan kebijakan bagi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bener Meriah dalam merumuskan program peningkatan pemasaran kopi Arabika.
2. Memberikan informasi dan rekomendasi bagi pelaku UMKM dan koperasi kopi Arabika mengenai strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan. Mendorong sinergi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, dan pihak terkait lainnya dalam memaksimalkan potensi ekspor dan daya saing kopi Arabika Bener Meriah di pasar global.

1.6. Penjelasan Istilah

1. Dinas Koperasi dan UKM

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu perangkat daerah yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi lokal, khususnya melalui pemberdayaan koperasi dan pelaku usaha skala kecil. Lembaga ini bertugas melaksanakan urusan pemerintahan di bidang koperasi dan UKM, yang menjadi kewenangan daerah, baik di tingkat provinsi maupun kabupaten/kota. Fungsi utamanya mencakup penyusunan kebijakan, pelatihan, fasilitasi akses permodalan, pembinaan kelembagaan, serta penguatan daya saing pelaku usaha di berbagai sektor, termasuk sektor agribisnis seperti kopi.²²

2. Pemasaran Kopi Arabika

Pemasaran kopi Arabika adalah serangkaian kegiatan strategis yang bertujuan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan mendistribusikan produk kopi Arabika kepada konsumen, baik di pasar lokal maupun mancanegara. Kopi Arabika memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena keunggulan rasanya yang kompleks dan aroma khas yang diminati oleh pasar global. Dalam konteks UMKM, pemasaran kopi tidak hanya terbatas pada transaksi jual beli, tetapi juga mencakup bagaimana kopi dikemas, diposisikan, dan dipromosikan sebagai produk unggulan daerah.²³

²² Solang, Fernando, Johannis Kaawoan, and Ismail Sumampouw. "Str Ategi Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Masyarakat Di Kabupaten Minahasa Selatan." *Jurnal Eksekutif* 3.3 (2019).

²³ ND, Keumala Fadhiela, and Roslita Roslita. "Strategi Pemasaran Bubuk Kopi Gayo Specialty "Nagayo" di Desa Simpang Peut Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya (Studi Kasus UD. Nagan Roasting)." *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian* 8.1 (2023), hlm.26.

3. Koperasi Produsen

Koperasi produsen adalah bentuk koperasi yang anggotanya terdiri dari pelaku usaha atau petani yang menghasilkan produk tertentu, dalam hal ini kopi Arabika. Koperasi ini berfungsi sebagai wadah kolektif untuk mengelola hasil produksi, menyediakan sarana produksi, serta memfasilitasi penjualan dan pemasaran produk anggotanya. Tujuan utama koperasi produsen adalah untuk meningkatkan posisi tawar anggotanya di pasar dan menciptakan efisiensi dalam rantai pasok.²⁴



²⁴ Sumarti, Titik. "Collectivity Dilemma of Coffee Farmers: Perspective from Weberian Sociology (Case of Nagori Sait Buttu Saribu, Pamatang Sidamanik District, Simalungun Regency, North Sumatera)." *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan* 4.1 (2016).