



Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam Pemasaran Kopi Gayo dan Pemberdayaan Masyarakat

**Nurul Khansa Fauziyah¹,
Aini Mahara²**
IAIN Lhokseumawe, Indonesia

Abstract

Keywords:
Communication
Strategy; Gayo
Coffee

The popularity of Gayo coffee is affected by the Government's communication strategy in marketing Gayo coffee. The research problems; what is the communication strategy of the Bener Meriah Government in marketing Gayo coffee and its obstacles, the credibility of communicators, and Empowerment of local communities. This study uses qualitative approach with communicator credibility theory. The results; the communication strategy of the Bener Meriah government in marketing Gayo coffee are; advertising in events, trade missions outside the region through ministries, and digital promotions. The credibility of the communicator is quite good so that Gayo coffee can be well-known to foreign countries. The obstacles in marketing Gayo coffee include; (1) Lack of motivation, (2) Low capital, (3) Processing and packaging technology that has not been fully controlled by the Government. The Bener Meriah Government empowers the local community by utilizing natural resources, providing assistance with directions, outreach, and training.

Abstrak

Kata kunci:

*Strategi
Komunikasi; Kopi
Gayo*

Popularitas kopi Gayo dipengaruhi oleh strategi komunikasi Pemerintah dalam pemasaran kopi Gayo. Rumusan penelitian ini adalah; bagaimana strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam pemasaran kopi Gayo serta hambatanya, kredibilitas komunikator dalam pemasaran kopi Gayo, dan Pemberdayaan Masyarakat lokal dalam pemasaran kopi Gayo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori kredibilitas komunikator. Hasil penelitian ini adalah; strategi komunikasi pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam pemasaran kopi Gayo adalah; periklanan dalam *event*, misi dagang luar daerah melalui kementerian, dan promosi digital. Kredibilitas komunikator dalam pemasaran kopi Gayo cukup baik dalam meningkatkan penjualan sehingga kopi Gayo dapat terkenal hingga ke mancanegara. Hambatan pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam pemasaran kopi Gayo diantaranya; (1) Kurangnya motivasi, (2) Rendahnya modal, (3) Teknologi pengolahan dan pengemasan yang belum dikuasai sepenuhnya oleh Pemerintah, dan lain-lain. Pemerintah Kabupaten Bener Meriah melakukan pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki, memberikan bantuan berupa pengarahan, sosialisasi, serta pelatihan.

PENDAHULUAN

Strategi Komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam dunia bisnis. Terlebih di era digital dan modernisasi yang kian massif, strategi komunikasi mengalami perkembangan metode, termasuk di salah satu daerah penghasil kopi terbesar di Indonesia, Bener Meriah. Kopi adalah salah satu bagian yang paling penting bagi masyarakat Kabupaten Bener Meriah, dikarenakan kopi menjadi tumpuan ekonomi masyarakat di daerah dataran tinggi Tanoh Gayo. Bener Meriah merupakan salah satu daerah di dataran tinggi Gayo, Aceh Tengah, Provinsi Aceh. Kopi Gayo menjadi salah satu kopi unggulan baik secara nasional maupun internasional dari dahulu sampai sekarang. Secara umum, Provinsi Aceh memproduksi dua jenis kopi, yakni kopi Arabika dan kopi Robusta. Terdapat dua jenis kopi yang populer

yaitu kopi Gayo (jenis Arabika) dan kopi Ulee Kareeng (jenis robusta). Jenis Arabika mayoritas diproduksi di dataran tinggi "Tanah Gayo", Gayo Luwes, Aceh Tenggara. Sementara kopi jenis Robusta mayoritas diproduksi di daerah Aceh Barat dan Kabupaten Pidie (Siregar, 2021).

Peneliti merasa penelitian ini sangat penting untuk dilakukan dalam melihat upaya atau strategi dari pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam melakukan pemasaran kopi Gayo demi kemakmuran masyarakat petani kopi, juga melihat bagaimana pemberdayaan masyarakat Kabupaten Bener Meriah dengan memanfaatkan sumber daya alam yang melimpah. Strategi pemasaran selalu berkaitan dan mengarah pada segmentasi pasar, bauran pemasaran (*marketing mix*) yang di dalamnya terdapat elemen harga, produk, tempat, dan promosi, juga *positioning*, dan identifikasi pasar sasaran (Atmoko, 2018).

Strategi pemasaran Kopi Gayo telah dilakukan oleh beberapa perusahaan penghasil kopi Gayo. Salah satu strategi pemasaran kopi gayo yang digunakan oleh produsen adalah strategi Investasi. Perusahaan melakukan investasi jangka pendek dengan tujuan meraih keuntungan hasil investasi di masa depan. Strategi ini didapatkan oleh Fahmi dalam penelitiannya melalui analisis SAP dan ETOP, serta SWOT (Mirza Fahmi et al, 2013). Perusahaan kopi Gayo juga telah mengupayakan strategi pemasaran dengan mempertimbangkan kebutuhan dan selera calon pelanggan. Misalnya dengan membuat kemasan, rasa, aroma, dan ukuran yang beragam. Sehingga pelanggan leluasa untuk memilih varian yang disukai. Sebagian besar dari perusahaan produsen kopi Gayo memanfaatkan media sosial seperti *Whatsapp*, *Facebook*, *Website*, *Instagram*, selain promosi di pameran-pameran dan *personal selling* (Ruaida & Anggara, 2020). Salah satu strategi pemasaran yang menarik juga dengan menyediakan tester pada took-toko atau warung kopi, sehingga calon pelanggan bisa menyicipi kopi terlebih dahulu sebelum membeli (Saputra et al, 2022).

Produktivitas kopi Gayo di Kabupaten Bener Meriah yang semakin tahun semakin meningkat, memberikan dampak positif terhadap peningkatan perekonomian dan kesejahteraan terhadap masyarakat petani kopi Gayo di Kabupaten Bener Meriah, karena mayoritas masyarakat adalah petani kopi. Saat penulis melakukan pengamatan atau *observasi*, terlihat rumah tinggal penduduk mayoritasnya berada di tengah rerimbunan kebun kopi. Dari hasil pertanian kebun kopi tersebut para petani di Kabupaten Bener Meriah berhasil memberikan fasilitas pendidikan yang cukup baik bagi putra-putri mereka, bahkan banyak anak dari petani kopi melanjutkan pendidikannya sampai ke luar negeri. Meski demikian, berdasarkan data dari (Fadhil, 2017) tingkat Pendidikan masyarakat Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Aceh Tengah terdiri dari 41% berpendidikan hingga tingkat Sekolah Dasar (SD), 32% berpendidikan hingga tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP), 21% berpendidikan hingga tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA), 1,5% berpendidikan hingga tingkat perguruan tinggi, sementara selebihnya (4,5%) berpendidikan tingkat lainnya.

Fenomena yang terjadi di lapangan, Pemerintah Kabupaten Bener Meriah berupaya memilih kopi kualitas unggulan dalam pemasaran kopi Gayo. Pemilihan kopi unggulan ini bertujuan untuk memotivasi semua kalangan, baik masyarakat petani, maupun pemerintah, agar menghasilkan bibit kopi yang unggul. Sebab sampai sekarang mayoritas masyarakat Bener Meriah berprofesi sebagai petani kopi. Kopi Gayo adalah salah satu tanaman perkebunan yang menjadi produk ekspor unggulan di Indonesia.

Keberhasilan pemasaran tentu berkaitan dengan kredibilitas komunikator dalam penyampaian pesan sebagai salah satu metode promosi, sehingga kopi Gayo dapat terkenal sampai ke mancanegara. Hal ini membuktikan bahwa adanya komunikator yang kredibel dalam pemasaran sehingga dapat mengharumkan nama kopi Gayo.

Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbaik, serta produsen kopi yang memiliki kopi terbanyak di dunia. Kopi jenis Arabika yang diproduksi di Pulau Sumatera, khususnya Aceh dan Sumatera Utara. Sementara jenis kopi Robusta banyak diproduksi di Bengkulu, Lampung, serta Sulawesi Selatan. Beberapa nama kopi Indonesia yang telah dikenal di mancanegara dan menjadi bagian dari menu populer kafe di kota-kota besar dunia di antaranya adalah kopi Arabika Gayo Aceh, kopi Mandailing Sumatera Utara, *Java coffee* dan *Toraja coffee*. Terdapat merk lain yang sudah populer yakni Kopi Bali Kintamani dan Kopi Flores. Beberapa merk ini menjadi populer seiring dengan tuntutan internasional dalam bidang investasi kopi. Inovasi teknologi juga memiliki peranan besar dalam peningkatan kualitas biji kopi. Meski telah populer dan salah satu penghasil kopi terbesar di dunia, namun jika disandingkan dengan produksi kopi di negara-negara penghasil kopi lain, produksi kopi masih tergolong rendah jika dihitung setiap hektarnya. Sebagai contoh, pada tahun 2015, Indonesia menghasilkan 741 kg biji kopi Robusta setiap hektarnya dan 808 biji kopi Arabika. Di saat yang sama, Vietnam memproduksi 1500 kg per hektar dan Brazil memproduksi 2000kg per hektarnya.

Daerah terbanyak yang menghasilkan biji kopi di Provinsi Aceh adalah Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Aceh Tengah. Luas area perkebunan kopi kedua wilayah ini yakni 96.000 hektar (80%) dari luas areal perkebunan Kopi di seluruh Provinsi Aceh (121.000 hektar). Informasi data dari Kabupaten Bener Meriah, jumlah hasil produksi kopi disana pada tahun 2016 mencapai 113.980,07 ton, dengan luas areal kebun 42.66484 hektar. Seluruh perkebunan kopi di Kabupaten Bener Meriah adalah perkebunan milik rakyat dengan jumlah petani sebanyak 36.146 kepala keluarga (BPS, 2016). Data dari IC RRI 2008 peranan hasil kopi Arabika Gayo terhadap pendapatan keluarga mencapai 50 – 90%. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perekonomian di Aceh Tengah dan Bener Meriah bertumpu pada hasil Tani Kopi Arabika Gayo (Ardiansyah & Jaya, 2020).

Kopi Gayo dikenal sebagai jenis kopi premium, dengan produksi terbatas. Kopi Arabika Gayo digolongkan dalam *other milds* yang memiliki mutu lebih baik dan mempunyai ciri khas tersendiri yang tidak dimiliki oleh kopi yang berasal dari daerah lain. Harga kopi Arabika Gayo memiliki nilai jual lebih tinggi 30 sampai 50 ke uss/lb, atau setara dengan Rp.8.584- Rp11.860/kg atau lebih mahal dibandingkan dengan harga kopi Arabika lainnya.

Pemasaran Kopi Gayo berkaitan erat dengan upaya pemerintah Gayo dalam melakukan pemberdayaan masyarakat berbasis pertanian kopi. Pemberdayaan masyarakat dalam sebuah strategi pembangunan adalah kegiatan membantu masyarakat memiliki daya guna memutuskan dan menentukan Tindakan yang terkait dengan diri mereka untuk mengatasi hambatan pribadi dan hambatan sosial dengan cara meningkatkan kemampuan diri dengan memanfaatkan daya guna yang dimiliki dengan menerima daya dari lingkungan sekitar (Payne dalam Dewi & Ananda, 2022). Pemerintah Aceh memiliki tanggung jawab untuk melakukan pemberdayaan masyarakat dan melindungi mereka para petani sesuai dengan Qanun Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani. Permasalahan petani Kopi masih belum teratasi seperti kurangnya perawatan kopi dan mudahnya kopi terkena hama penyakit sehingga kualitas kopi menjadi rendah. Semua sangat bergantung pada pemerintah melalui Dinas Pertanian untuk melakukan sosialisasi dan penyuluhan, memberikan bimbingan kepada para petani agar dapat membudidayakan kopi dengan baik (Dewi & Ananda, 2022). Tidak hanya dinas pertanian, pemerintah daerah melalui kecamatan juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan pemberdayaan masyarakat desa. Aturan tersebut tertuang dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemda. Pasar 221 ayat 1 berbunyi “Daerah kabupaten/kota membentuk Kecamatan dalam rangka meningkatkan koordinasi penyelenggaraan pemerintah, pelayanan public, dan pemberdayaan masyarakat Desa/ Kelurahan” (Sukri et al, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti berargumen bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah akan berdampak pada semua pihak baik bagi pemerintah Bener Meriah dan juga para petani kopi Gayo. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah dapat meningkatkan omset para petani kopi. Serta kredibilitas komunikator yang baik mampu mengharumkan suatu produk khususnya kopi Gayo. Pemerintah Kabupaten Bener Meriah melakukan pemberdayaan masyarakat dengan memfasilitasi masyarakat memproduksi Kopi sebagai sumber daya alam utama disana serta melakukan penyuluhan dan sosialisasi kepada petani kopi.

METODE PENELITIAN

Tiga metode pengumpulan data dalam penelitian deskriptif dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Penulis memilih pendekatan kualitatif berdasarkan pertimbangan bahwa penelitian ini menggunakan kedalaman informasi untuk menganalisis tentang strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam pemasaran kopi Gayo. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data, yaitu; Data Primer, yakni pernyataan hasil wawancara dan observasi yang terkait secara langsung tentang strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam pemasaran kopi Gayo. Penelitian dilakukan mulai dari bulan Maret hingga Agustus tahun 2022. Data Sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku, dan bahan-bahan tersusun lainnya yang menjadi informasi dalam penelitian tentang strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam pemasaran kopi Gayo.

Informan penelitian, khususnya orang-orang yang diwawancarai untuk memperoleh data yang diperlukan dalam pemeriksaan. Sebagai informan yaitu berasal dari Dinas Perdagangan sebanyak 2 orang, Dinas Pertanian Kabupaten Bener Meriah sebanyak 3 orang, Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata sebanyak 1 orang, dan 4 orang dari kelompok Tani di kawasan permata, Kabupaten Bener Meriah. Objek penelitian adalah target pemeriksaan, yang telah tergambar secara kokoh dalam rencana penelitian. Setelah semua informasi terkumpul, tahap selanjutnya adalah melakukan strategi pemeriksaan informasi, prosedur pemeriksaan informasi sangat penting dalam proses pemilihan informasi dari awal hingga batas terjauh dari tinjauan, sehingga cenderung ditemukan tepat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peran Pemerintah dalam Proses Produksi Kopi Gayo

Produk kopi Gayo adalah kopi terunggul yang diperhitungkan baik dari segi kualitas, cita rasa, dan aromanya. Penulis mewawancarai Zulfanopa Cebro dari Dinas Pertanian. Cebro memberikan informasi bahwa salah satu hal yang paling penting dalam menjaga kualitas kopi Gayo adalah proses merawat kopi, terutama dalam pemangkasan cabang. Pemangkasan cabang kopi perlu dilakukan dengan baik agar nantinya aliran udara serta sinar matahari mudah masuk, dengan begitu kopi tidak akan lembab dan kopi tidak mudah terkena jamur. Pemangkasan dilakukan dengan cara menghilangkan beberapa cabang kopi yang tidak diperlukan ataupun beberapa cabang kopi yang tidak tumbuh dengan baik dan terkena penyakit. Pemangkasan minimal dilakukan dua kali dalam setahun. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah pemilihan pupuk yang sesuai dengan tanah serta kondisi kopi. Hendaknya petani mencari tahu jenis-jenis pupuk dan kemudian menyesuaikan dengan kebutuhan kebun kopi sehingga kualitas kopi tetap terjaga. Dari hasil wawancara tersebut, dapat terlihat bagaimana proses menjaga kualitas kopi Gayo (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Penulis kemudian mewawancarai Syarif Riswandi dari Dinas perdagangan untuk mengetahui upaya apa yang dilakukan untuk mengontrol naik turunnya harga kopi. Riswandi menyatakan,

pemerintah tidak bisa mengontrol naik turunnya harga kopi karena sangat bergantung pada kebutuhan pasar. Meski demikian, upaya yang dapat dilakukan agar dapat menjual kopi dengan keuntungan besar maka produsen harus melakukan proses penggilingan, penjemuran, serta *roasting* sampai menjadi bubuk kopi secara mandiri (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Pemerintah Gayo memberikan fasilitas melalui berbagai program seperti pelatihan dan bantuan pupuk kepada masyarakat petani. Zulfanopa Cebro menyampaikan bahwa program pemerintah ke depan adalah mengadakan pelatihan perawatan kopi, memfasilitasi petani mendalami pengetahuan tentang kopi. Salah satunya pengetahuan bahwa tanaman kopi sangat dipengaruhi oleh iklim serta cuaca maka setiap daerah memiliki proses serta cara perawatan kopi. Pemerintah juga akan memberikan bantuan berupa pupuk subsidi serta alat-alat yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti alat-alat pemangkasan, bibit, dan pupuk (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Kemudian, untuk mengetahui tentang bagaimana cara memilih bibit kopi yang terbaik, atau yang paling unggul, penulis mewawancarai Samudra selaku ketua kelompok tani Bintang Permata. Ia mengatakan bahwa cara memilih bibit kopi terbaik dan yang paling unggul, yaitu petani harus memilih induk kopi yang memiliki kondisi bagus serta tidak memiliki penyakit. Kemudian, pada saat buah memerah dengan ciri rasa manis khas kopi, serta memiliki buah yang besar, maka buah kopi dimasukkan ke *polybag*. Jika sudah berada dalam *polybag* petani harus melihat pertumbuhannya dan memastikan apakah bibit kopi tersebut tumbuh seragam atau tidak. Petani juga perlu memerhatikan kondisi batangnya apakah bagus dan belum banyak bercabang (Wawancara pribadi dengan Zulfanopa Cebro, 2 Juni, 2022).

Peran Pemerintah dalam Promosi Kopi Gayo

Penulis mewawancarai Armia, selaku ketua kelompok tani Sejahtera. Ia menyatakan bahwa ia dan rekan-rekan kelompok tani

memberikan edukasi terkait manfaat dari kopi kepada masyarakat secara umum sebagai sasaran penjualan. Dari segi kesehatan, kopi dapat mencegah depresi, mencegah penurunan fungsi otak, dan meningkatkan daya ingat. Kopi memiliki efek samping negatif hanya jika dikonsumsi secara berlebihan dan jika konsumen memiliki riwayat penyakit asam lambung. Setiap pemasaran, tentunya membutuhkan sistem untuk memamerkannya. Bisa dikatakan bahwa sistem strategi komunikasi promosi dapat digunakan sebagai cara untuk mencerahkan, meyakinkan, dan membantu pembeli untuk mengingat produk kopi Gayo yang dijual (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam Pemasaran Kopi Gayo

Pemasaran, merupakan hal penting dalam misi dagang dan merupakan penentu keberhasilan dagang. Strategi komunikasi menggambarkan dua komponen, yaitu strategi komunikasi dan pemasaran. Komunikasi adalah jalan pemikiran dan pemahaman yang disampaikan di antara orang-orang dan kelompok. Sedangkan mempromosikan adalah kegiatan di dalam organisasi dan kelompok yang berbeda yang memindahkan nilai ke klien atau target. Dengan cara ini, dapat disimpulkan bahwa, komunikasi pemasaran adalah gabungan dari semua komponen dalam mempromosikan yang bekerja dengan perdagangan dengan membuat pesan yang disebarkan kepada klien atau target.

Adanya komunikasi pemasaran yang bagus, diyakini pula mendapatkan pengaruh yang bagus, begitu pula sebaliknya. Dengan kata lain, tanpa keterampilan, berkomunikasi sehebat apapun produk yang dihasilkan ataupun semenarik apapun destinasi yang ditawarkan, tidak akan bernilai. Salah satu strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Bener Meriah, sebagaimana disampaikan oleh kepala bidang Dinas Perdagangan Syafri Riswan, bahwa strategi komunikasi yang digunakan dalam pemasaran Kopi Gayo yaitu ada

3 metode, yaitu; strategi komunikasi pemasaran melalui periklanan dalam *expo*/pameran dan *event*, melalui misi dagang luar daerah melalui kementerian, dan promosi melalui proses digital dan media sosial (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Jika melihat pada tiga upaya di atas, maka peran pemerintah kabupaten Bener Meriah sebagai Fasilitator dan Dinamisator. Sebagai Fasilitator, pemerintah berupaya mewujudkan kondisi kondusif untuk pelaksanaan proses pembangunan, serta memberikan fasilitas seperti sarana dan prasarana, pendampingan, dan pendanaan. Sebagai Dinamisator, pemerintah mengadakan pembimbingan dan pelatihan kepada masyarakat secara intensif untuk menciptakan dinamika pembangunan daerah dikala terjadi stagnansi (Sihombing et al., 2021).

Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Gayo

Periklanan melalui Expo atau Pameran

Iklan merupakan bentuk komunikasi dengan membuat konsumen mengingat data tentang manfaat dari suatu barang yang diatur sedemikian rupa. Sehingga pembeli tertarik pada suatu barang. Publikasi adalah cara untuk membantu pemasaran yang kuat dalam menyusun korespondensi antara organisasi dan pembeli dalam upaya mereka untuk menghadapi pesaing. Munculnya sarana promosi untuk memperkenalkan produk dan layanan dengan pelanggan membuat pembeli lebih tertarik atau terpengaruh. Hal ini akan mendukung perubahan perilaku pembeli menjadi seperti yang diinginkan oleh produsen.

Expo atau pameran diadakan agar organisasi dari industri tertentu dapat memamerkan dan menunjukkan barang-barang mereka, mengikuti mode terbaru, dan dilakukan secara terbuka. Beberapa *expo* dibuka untuk khalayak umum namun ada juga *expo* yang pesertanya khusus dari kelompok tertentu saja. Sebagaimana hasil wawancara bersama Samsul Bahri sebagai Kasie pariwisata di Dinas Kebudayaan

dan Pariwisata Kabupaten Bener Meriah yang mengatakan bahwa *Expo* atau pameran dan event-event pemerintah Kabupaten Bener Meriah terkhususnya oleh Dinas Pariwisata sudah sering dilakukan. Bahkan bukan hanya di tingkat daerah saja, kegiatan tersebut juga dilakukan di berbagai negara, termasuk Amerika Serikat, Turki, Dubai, dan negara lainnya. Kegiatan-kegiatan *expo* tersebut tidak hanya dilakukan oleh Dinas Pariwisata saja, tetapi juga bekerjasama dengan beberapa koperasi kelompok tani dan kelompok masyarakat yang berkaitan dengan pemasaran produk kopi Gayo. Dari hasil wawancara tersebut terlihat bahwa pemerintah memegang peranan dalam promosi kopi Gayo melalui kegiatan *expo* atau pameran (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Seperti kegiatan Paviliun Indonesia di gelaran *Expo 2020 Dubai* dengan bangga memamerkan aneka produk lokal hasil pemberdayaan masyarakat. Salah satunya yang paling banyak adalah produk kopi. Selain itu, pada *Expo* yang berada di USA Pemerintah provinsi Aceh ikut berpartisipasi dalam forum kopi terbesar di dunia selama 19-22 April di Seattle, Amerika Serikat. Atas promosi itu kopi Gayo jadi salah satu primadona di pameran Global Specialty Coffee Expo (GSCE). Selain unsur pemerintahan, pengusaha kopi, petani kopi hingga barista juga dilibatkan untuk menghadiri expo internasional tersebut.

Pemerintah Aceh juga pernah bekerjasama dengan KBRI Amerika Serikat dalam penyelenggaraan *expo* kopi. Kopi dari Aceh Gayo sudah dikenal dan diminati masyarakat global. Beberapa pihak mengaku potensi itu harus dimaksimalkan. Diharapkan kopi Arabika Gayo akan mendapat peluang ekspor langsung ke Vancouver, Kanada melalui Nusa Coffee Company dan Los Beans. Dua perusahaan ini pun sudah pernah berkunjung ke Kabupaten Aceh Tengah dan Bener Meriah tahun 2017 dalam kunjungan dagang yang difasilitasi oleh TPSA Kanada dan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Peran pemerintah, khususnya Kabupaten Bener Meriah, melakukan terobosan-terobosan dalam upaya promosi produk kopi Gayo dikemas dalam festival dan pameran kopi Gayo. Terobosan ini dibutuhkan untuk menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN (MEA). Kegiatan ini bertujuan untuk mengangkat budaya masyarakat Gayo, menghadirkan proses kopi terbaik, sehingga menjadi sumber perekonomian masyarakat Kabupaten Bener Meriah. Pemerintah juga menjamin kepastian harga kopi yang dibeli langsung dari petani kopi di Bener Meriah. Syarif Riswandi menyatakan, dengan adanya festival dan event-event yang dilaksanakan, menjadi sumber perekonomian baru masyarakat Gayo pada umumnya dan khususnya Kabupaten Bener Meriah. Pengunjung event dapat menyaksikan panen kopi serta mendapatkan nilai edukasi tentang kopi Gayo (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Misi Dagang Luar Negeri Melalui Kementerian

Daya saing Indonesia dalam hal komoditas kopi di pasaran global ditentukan oleh juga oleh ekspor biji kopi atau permintaan dari negara lain. Indonesia memiliki pasar ekspor kopi dunia sejak puluhan tahun silam, seperti Amerika Serikat, Asia, dan Eropa, disusul dengan negara-negara lain seperti Afrika, Rusia, dan Cina sejak tahun 2016 (Alexander & Nadapdap, 2019). Misi dagang merupakan kegiatan yang mempertemukan calon pembeli di suatu daerah atau pembeli asing di luar negeri dengan calon eksportir dari Indonesia. Kegiatan ini adalah kegiatan yang berbentuk G to B (*Government to Business*) dan B to B (*Business to Business*), karena pemerintah berusaha mempertemukan kedua belah pihak agar mencapai sebuah kesepakatan bisnis.

Promosi Melalui Media Sosial

Media sosial dalam proses perkembangannya tidak hanya dimanfaatkan dalam rangka berinteraksi antarpengguna, namun juga

digunakan dalam kepentingan bisnis, hubungan antarmasyarakat, dan politik, yang lebih luas (Zulhazmi, 2020). Dalam strategi pemasaran, hal yang paling penting dan utama adalah menyajikan langsung tentang produk se jelas dan sedekat mungkin kepada konsumen. Sebagaimana hasil wawancara dengan Irwanto Putra dari Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Bener Meriah, terdapat beberapa alat komunikasi yang digunakan oleh pemerintah ataupun masyarakat dalam memasarkan kopi Gayo salah satunya adalah *smartphone*. Media sosial seperti *Instagram*, *Facebook* dan lain-lain digunakan oleh masyarakat untuk keperluan dalam memasarkan kopi Gayo. Seperti akun Instagram “Destinasi Gayo” yang memberi informasi tentang kopi Gayo. Semua pengguna media sosial dapat mengakses informasi dari akun tersebut. Media sosial juga dapat menjadi media edukasi tentang manfaat ilmiah jika mengonsumsi kopi Gayo (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Digital marketing dapat dicirikan sebagai latihan pemasaran termasuk secara cerdas menggunakan berbagai media online. Salah satu jenis promosi terkomputerisasi dengan menggunakan media elektronik atau web adalah web marketing. Web marketing adalah siklus promosi yang memanfaatkan inovasi surat-menyurat elektronik, khususnya web, tugas prosedur periklanan terkomputerisasi dapat menjadi signifikan dalam mengikuti perkembangan teknologi komputerisasi dan membuat rencana untuk menarik pembeli dan mengarahkan mereka untuk menggabungkan komunikasi elektronik dan komunikasi biasa. Salah satunya adalah *e-commerce* yang saat ini menjadi kebutuhan fundamental bagi organisasi perdagangan. *E-commerce* juga dapat dimanfaatkan oleh pembeli agar dengan mudah mendapatkan barang yang diinginkan menggunakan internet (Mumtahana, Hani Atun, Nita & Tito, 2017). Metode promosi yang canggih dengan memanfaatkan hiburan online sangat penting karena dapat memberikan informasi kepada pelaku UMKM tentang cara dan tahapan dalam memperluas jaringan. Melalui web marketing mereka

dapat memamerkan barang-barang guna meningkatkan keunggulan bagi UMKM itu sendiri. Manajemen yang baik pada UMKM dapat membuat UMKM mampu bertahan dan bersaing. Pengelolaan UMKM mencakup bidang Sumber Daya Manusia (SDM), produksi, dan pemasaran (Wibowo et al., 2015). Namun pemanfaatan media online juga memerlukan aksesibilitas internet yang baik di daerah pedesaan. Saat ini aksesibilitas masih belum maksimal. Meski demikian, pemerintah Indonesia telah berkomitmen untuk memastikan aksesibilitas terhadap internet dapat menjangkau wilayah terpencil sekalipun (Agustini dalam Fauziyah dkk, 2022).

Kredibilitas Komunikator Pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam Pemasaran Kopi Gayo

Hasil pengamatan penulis, kredibilitas komunikator dalam pemasaran Kopi Gayo sudah cukup baik dalam kontribusi meningkatkan penjualan Kopi Gayo, sehingga Kopi Gayo dapat terkenal hingga ke mancanegara. Upaya yang dilakukan pemerintah dalam memberikan apresiasi kepada komunikator dalam pemasaran juga sudah cukup baik, sehingga komunikator semakin bersemangat dan semakin kreatif untuk terus menjadi komunikator dalam pemasaran Kopi Gayo.

Menurut Iskandar Muda, selaku Kepala Bidang Perindustrian di Dinas Perdagangan dan Pangan, terdapat banyak kelompok dari pihak pemerintah dan masyarakat yang berperan sebagai komunikator dalam pemasaran Kopi Gayo. Beberapa diantaranya adalah Dinas Pertanian dan Dinas pariwisata. Selain itu, Dinas Perdagangan juga menjadi komunikator. Masing-masing kelompok mempunyai komunikator yang baik dan cukup berkualitas, seperti Dinas Pertanian berhasil mengajak para pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas kopi. Dinas pariwisata mengadakan event-event pameran untuk mempromosikan kopi Gayo sehingga para pengunjung berdatangan dari dalam dan luar negeri. Penikmat kopi dapat mengenal dan

mengetahui lebih jauh tentang kopi Gayo (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Kreatifitas dalam strategi komunikasi masih dapat ditingkatkan dengan membuat iklan dan konten promosi yang menarik. Hal ini sangat terkait dengan komunikasi yang efektif terhadap konsumen. Sebab dalam proses komunikasi yang efektif dapat membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Etika komunikasi berkaitan dengan perbandingan antara pesan yang disampaikan dan yang diterima. Juga bukan perihal jumlah informasi namun semudah apa informasi tersebut dapat diterima (Wahyudi, 2018).

Hambatan Pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam Pemasaran Kopi Gayo

Menurut hasil wawancara dengan Syarif Riswandi selaku kepala bidang Perdagangan, terdapat beberapa hambatan dalam pemasaran kopi Gayo. Salah satunya tentang regulasi tidak boleh adanya keterkaitan pemerintah dalam urusan permodalan. Sementara beberapa produsen kopi mengalami kendala dengan permodalan untuk bisa melakukan pemasaran ke luar daerah. Kendala lain dalam hal proses pengiriman, pengepakan untuk ke luar daerah yang selama ini dilakukan di Sumatera Utara. Riswandi mengatakan, jika proses pengepakan hingga pengiriman melalui pelabuhan dapat sepenuhnya dilakukan di Bener Meriah, maka itu dapat menjadi prestasi. Bener Meriah hanya bisa mengirim bahan baku berupa *green bean* atau biji hijau. Padahal, sebenarnya ada potensi pasar utk pengiriman bahan yang sudah di-*roasting* dalam skala besar. Hanya saja, masih terkendala dengan peralatan untuk produksi dan kapasitas (Wawancara pribadi, 2 Juni, 2022).

Tingginya angka produksi dan ekspor kopi Indonesia tentu saja merupakan satu hal yang positif, namun Indonesia saat ini masih sulit untuk bergerak menyediakan kopi dari bentuk olahan.

Selama ini, sebagian besar ekspor kopi Indonesia masih berupa biji kopi. Sekitar 90% ekspor kopi yang dilakukan ialah berupa biji kopi mentah atau lebih dikenal dengan *green bean coffee*. Riswandi selaku Kepala Bidang Perdagangan menyatakan, masalah utama dari terkendalanya pengembangan industri hilir kopi di Indonesia yaitu; (1) Adanya hambatan untuk dapat memasuki pasar industri, (2) Fasilitas dan teknologi kurang memadai, (3) Adanya hambatan dalam peraturan khususnya ketenagakerjaan, perpajakan dan perdagangan, (4) Kurangnya motivasi dan perdagangan, (5) Rendahnya modal, (7) Teknologi pengolahan dan pengemasan yang belum dikuasai sepenuhnya

Pemerintah berupaya semaksimal mungkin untuk mengambil andil baik dalam regulasi ataupun proses produksi kopi di Bener Meriah. Pemerintah Bener Meriah akan berupaya fokus pada peningkatan kualitas produksi kopi Gayo, karena merupakan komoditi unggulan masyarakat setempat. Pemerintah ingin mempertahankan kopi kebanggaan masyarakat Gayo ini.

Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah kabupaten Bener Meriah dalam Pemasaran kopi Gayo, termasuk perihal inovasi yang masih kurang di sektor usaha kecil menengah yang mendominasi. Padahal, inovasi produk dapat meningkatkan nilai produk (Mawardi & Abidin, 2020) seperti perancangan rak pengering sistem *knockdown* untuk biji kopi yang dibuat oleh Mawardi, dkk dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Tanah Gayo. Selain itu, biaya perjalanan distribusi kopi yang masih tinggi membuat harga jual kopi tinggi.

Arabika Gayo kini sudah terkenal hingga ke pelosok negeri, bahkan *espresso* yang memiliki cita rasa dan aroma terbaik telah dikirim ke lebih dari 17 negara di 5 daratan. Meski demikian, menurut Riswandi, masih ada beberapa persoalan, khususnya adalah para visioner bisnis belum dapat berdagang dari pelabuhan Belawan, Sumatera Utara, yang merupakan Pelabuhan dagang terdekat. Selama

ini, kopi diserahkan kepada penerima kopi di Belawan, dan bukan dari masyarakat Gayo sendiri. Jadi tentu saja masih membutuhkan biaya transportasi yang cukup besar. Masalah lainnya adalah masih banyaknya pembuat Kopi Gayo yang tidak memiliki pabrik dengan kualitas yang baik, seperti tidak adanya lantai pengering dan ruang kantor. Hal ini mempengaruhi intensitas nilai *espresso* yang diperdagangkan. Selanjutnya adalah kepuasan kuantitas barang.

Selain itu, biji kopi yang telah dipanen oleh petani dijual dalam kondisi basah (gelondongan), meski terdapat beberapa yang dikeringkan sebelum dijual. Namun pengeringan masih menggunakan cara tradisional yakni di bawah panas sinar matahari sehingga durasi pengeringan cukup Panjang dan kurang higienis. Proses pengeringan dilakukan di alam terbuka dengan plastic dan terpal sebagai alasnya, atau lantai berbahan material semen, hingga ada yang dikeringkan langsung di atas tanah yang memiliki resiko terkena kotoran, tanah, dan sentuhan hewan-hewan yang berkeliaran (Hardi et al., 2020).

Pemberdayaan Masyarakat Bener Meriah dalam Produksi Kopi Gayo

Usman dalam (Mangowal et al., 2013) menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat memegang peranan besar dan menjadi strategi penting dalam proses pembangunan. Pemberdayaan masyarakat adalah hal yang vital sebagai suatu kekuatan, baik kekuatan ekonomi, material, maupun fisik, juga pendapatan masyarakat, aspek kelembagaan (keberadaan wadah/keompok sebagai tempat bertumbuhnya kekuatan individual), intelektual, kerjasama, dan komitmen bersama dalam rangka patuh dan menerapkan prinsip-prinsip pemberdayaan. Meski tinggal di daerah produsen kopi terbaik dunia, masyarakat di dataran tinggi Gayo masih terkungkung dalam rantai kemiskinan. Oleh karena itu, pemerintah Bener Meriah berupaya untuk menurunkan tingkat kemiskinan dengan melakukan pemberdayaan kepada masyarakat.

Pembangunan masyarakat desa perlu mengutamakan strategi pemberdayaan masyarakat. Pemerintah Kabupaten Bener Meriah melihat potensi tanaman kopi sebagai salah satu sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk pemberdayaan masyarakatnya. Selain secara konsisten memberikan penyuluhan tentang produksi kopi Gayo, pemerintah Kabupaten Bener Meriah juga membantu masyarakat petani kopi dalam proses produksi dan pengolahan kopi. Sebagai contoh, pemerintah membantu memberikan mesin-mesin kepada para pengusaha-pengusaha yang masih dalam kapasitas mini atau mikro, seperti mesin *Roasting*, mesin *Sealer*, dan mesin *Greander*. Setelah memberikan peralatan pendukung produksi kopi, pemerintah juga membantu memberikan jalan bagi petani kopi untuk menjual hasil tanaman kopinya ke luar daerah, yakni dengan melakukan beberapa strategi pemasaran. Strategi pemasaran dilakukan sebagaimana yang telah dijabarkan dalam sub bab sebelumnya.

Pemberdayaan petani kopi juga dilakukan dengan mengikutsertakan mereka dalam kelompok tani, lalu memberikan pengetahuan tentang cara mengelola tanaman kopi yang baik. Penyuluhan juga dilakukan dengan mensosialisasi dan memberikan pelatihan kepada para petani dan masyarakat bener meriah bagaimana cara merawat kopi yang baik dan benar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa, strategi komunikasi pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam pemasaran kopi Gayo, memakai 3 metode, yaitu; strategi komunikasi pemasaran melalui periklanan dalam expo/pameran dan event-event, melalui misi dagang luar daerah melalui kementerian, dan promosi melalui proses digital dan media sosial. Kredibilitas komunikator dalam pemasaran kopi Gayo sudah cukup baik dalam

meningkatkan penjualan sehingga kopi Gayo dapat terkenal hingga ke mancanegara. Upaya yang dilakukan pemerintah dalam memberikan apresiasi kepada komunikator dalam pemasaran juga sudah cukup baik, sehingga komunikator semakin bersemangat dan semakin kreatif untuk terus menjadi komunikator dalam pemasaran kopi Gayo.

Hambatan pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam pemasaran kopi Gayo cukup banyak, mulai dari segi permodalan. Pemerintah tidak boleh ada keterkaitan dalam urusan permodalan, sehingga pengusaha berusaha mandiri dalam proses pemasaran keluar daerah. Proses pengiriman dan pengepakan, sampai pada saat ini masih di proses di Sumatera Utara. Apabila proses pengiriman dan pengepakan dapat di lakukan secara langsung di Bener Meriah dan dikirimkan ke pelabuhan tentu hal ini akan lebih menguntungkan. Hambatan lainnya adalah produk yang diekspor masih dalam bentuk bahan baku padahal jika sudah dalam kondisi hasil olahan tentu dapat meningkatkan harga.

Masalah utama dari pengembangan industri hilir kopi di Indonesia yaitu; (1) Adanya hambatan untuk dapat memasuki pasar industri, (2) Fasilitas dan teknologi kurang memadai, (3) Adanya hambatan dalam peraturan khususnya ketenagakerjaan perpajakan dan perdagangan, (4) Kurangnya motivasi dan perdagangan, (5) Rendahnya modal, (7) Teknologi pengolahan dan pengemasan yang belum dikuasai sepenuhnya.

Pemerintah Kabupaten Bener Meriah telah melakukan pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki, dalam hal ini adalah tanaman kopi. Pemerintah kabupaten memberikan bantuan berupa pengarahan, bantuan alat, bantuan relasi dengan pihak eksternal dan pengimpor, juga dengan membantu melakukan komunikasi dengan berbagai pihak. Selain Dinas pertanian, Kecamatan juga menyelenggarakan pemberdayaan masyarakat petani dengan memberikan pengetahuan mengenai Teknik mengelola tanaman kopi. Sosialisasi serta pelatihan juga

secara konsisten dilakukan dengan petani sebagai subjek utama. Pemberdayaan tidak hanya meningkatkan kualitas dan kuantitas Kopi Gayo, namun juga meningkatkan daya jual kopi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah peneliti sampaikan sebelumnya, diharapkan Pemerintah Bener Meriah berperan lebih banyak dalam menjaga stabilitas produksi dan harga kopi Gayo, menambah kerjasama dengan berbagai pihak dalam proses pemasaran, memfasilitasi produksi kopi Gayo sehingga meningkatkan daya beli kopi di kancah nasional dan internasional. Bagi masyarakat Bener Meriah agar tetap menjaga kualitas kopi Gayo dengan konsisten mempertahankan dan meningkatkan proses produksi kopi Gayo, dengan melakukan perawatan dan cara panen yang baik. Untuk penelitian selanjutnya, tulisan ini dapat menjadi acuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran kopi atau tanaman sejenis dalam tataran yang lebih luas, misalnya strategi komunikasi pemasaran tingkat nasional ataupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, I., & Nadapdap, H. J. (2019). Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia Di Pasar Global Tahun 2002-2017. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 12(2), 1. <https://doi.org/10.19184/jsep.v12i2.11271>
- Ardiansyah, R., & Jaya, R. (2020). Increase Productivities of Coffee Arabica Gayo I and II by Biourine and Biocompost Applications. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 25(4), 493-502. <https://doi.org/10.18343/jipi.25.4.493>
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83-96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- BPS. (2016). <https://benermeriahkab.bps.go.id/>
- Dewi, R., & Ananda, R. (2022). Kebijakan Bisnis Dalam Peningkatan Hasil Panen Petani Kopi Di Kabupaten Bener Meriah. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 115. <https://doi.org/10.29103/njiab.v5i1.8626>
- Ekonomi, P., Di, P., Tumani, D., Maesaan, M., Minahasa, K., & Mangowal, J. (2013). Pemberdayaan Masyarakat Petani Dalam Meningkatkan Pengembangan Ekonomi Pedesaan Di Desa Tumani Kecamatan Maesaan Kabupaten Minahasa Selatan. *Governance*, 5(1).
- Fadhil, D. (2017). Model Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Agroindustri Kopi Gayo dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(2), 141-156.
- Fauziyah dkk. (n.d.). *eBook - I - Akademisi dalam Pemanfaatan Metaverse*.
- Hardi, A., Ichwana, I., & Khathir, R. (2020). Kajian Pengereng Kopi Gayo Semi Basah Menggunakan Alat Pengereng Tipe Hohenheim. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 4(4), 362-371. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v4i4.12803>
- Kevin, A. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Pada Kopi Gayo Lion). *The Academy Of Management and Business*, 1(1), 23-28. <https://doi.org/10.55824/tamb.v1i1.54>

- Mawardi, I., & Abidin, Z. (2020). *Inovasi Rak Pengering Sistem Knockdown dalam Upaya Penguatan Kualitas Kopi Gayo Sebagai Produk Unggulan Daerah*. 3, 204–211.
- Mirza Fahmi*, A. B. dan I. A. K. (2013). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOPI ARABIKA 'BERGENDAAL KOFFIE' DI KABUPATEN BENER MERIAH. *Agrisep*, 14(1).
- Mumtahana, Hani Atun, Nita, S., & Tito, A. W. (2017). khazanah informatika Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Pemanfaatan Web E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*, 3(1), 6–15. <http://journals.ums.ac.id/index.php/khif/article/view/3309/2784>
- Ruaida, & Anggara, H. (2020). Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Kopi Di Aceh Tengah. *Jurnal Sain Ekonomi Dan Edukasi (JSEE)*, 8(2), 28–38. <http://www.jfkip.umuslim.ac.id/index.php/jsee/article/view/633>
- Sihombing, A., Silalahi, R. H., & Agung, U. D. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Petani Kopi Di Desa. *Jurnal Governance Opinion*, 6, 200–208.
- Siregar, M. (2021). Manajemen Agribisnis Kopi Gayo Di Takengon. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.30596/ihsan.v3i1.6702>
- Sukri. (2020). UPAYA PEMERINTAH DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT ISLAM BERBASIS DESA WISATA GUNA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA AGUSEN KECAMATAN BLANGKEJEREN KABUPATEN GAYO LUES-ACEH. *Ijtima'iyya: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 13(1), 53–74.
- Wahyudi, R. (2018). Kualifikasi Public Relation Frank Jefkins Persfektif Islam. *At-Tanzir*, 10(1), 69–77.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. www.depkip.go.id
- Zulhazmi. (2020). Displaying Religious Image on Youtube: Ganjar Pranowo's Political Communication Strategy on Social Media.

International Journal of Advanced Studies in Sexology, 2(1). <https://doi.org/10.46388/ijass.2020.13.1>