

DAFTAR ISI

PRAKATA	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	vi
TINJAUAN MATA KULIAH	vii
BAB 1. KONSEP DAN RUANG LINGKUP PEMASARAN	
PRODUK AGRIBISNIS	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Konsep Dasar Pemasaran Agribisnis	3
1.3 Sistem Agribisnis dan Peran Pemasaran	4
1.4 Hubungan Pemasaran dengan Komponen Agribisnis (Hulu, <i>On-Farm</i> , Hilir).....	7
1.5 Rangkuman.....	8
1.6 Latihan Soal.....	9
1.7 Bahan Diskusi	9
1.8 Daftar Rujukan	9
BAB 2. PENDEKATAN, SISTEM, DAN LINGKUP PEMASARAN	
AGRIBISNIS	10
2.1 Pendahuluan	10
2.2 Pendekatan dalam Pemasaran Agribisnis.....	10
2.3 Konsep Sistem dalam Pemasaran Agribisnis	11
2.4 Lingkup Pemasaran Agribisnis	12
2.5 Kebijakan Tataniaga Komoditas dan Produk Pertanian... 13	
2.6 Kemitraan dalam Pemasaran Agribisnis	17
2.7 Rangkuman.....	19
2.8 Latihan Soal.....	20
2.9 Bahan Diskusi	20
2.10 Daftar Rujukan	20
BAB 3. PERMINTAAN DAN PENAWARAN KOMODITAS	
PERTANIAN DAN PRODUK AGRIBISNIS.....	22
3.1 Pendahuluan	22
3.2 Konsep Permintaan dan Penawaran dalam Agribisnis	22
3.3 Faktor yang Memengaruhi Permintaan dan Penawaran	23
3.4 Interaksi Permintaan dan Penawaran serta Penentuan Harga.. 24	
3.5 Rangkuman.....	26
3.6 Latihan Soal.....	26
3.7 Bahan Diskusi	26

3.8	Daftar Rujukan	26
BAB 4.	STRUKTUR PASAR, INFORMASI PASAR, DAN SISTEM HARGA	27
4.1	Pendahuluan	27
4.2	Konsep Pasar dalam Agribisnis.....	27
4.3	Pentingnya Informasi Pasar dalam Agribisnis	28
4.4	Sistem Harga dalam Agribisnis.....	29
4.5	Rangkuman.....	31
4.6	Latihan Soal.....	31
4.7	Bahan Diskusi	31
4.8	Daftar Rujukan	31
BAB 5.	KONSEP LEMBAGA DAN SALURAN PEMASARAN DALAM AGRIBISNIS	32
5.1	Pendahuluan	32
5.2	Konsep Lembaga Pemasaran dalam Agribisnis	33
5.3	Jenis-Jenis Saluran Pemasaran Agribisnis.....	35
5.4	Fungsi dan Peran Saluran Pemasaran.....	36
5.5	Lembaga Pendukung Pemasaran.....	37
5.6	Rangkuman.....	39
5.7	Latihan Soal.....	39
5.8	Bahan Diskusi	39
5.9	Daftar Rujukan	40
BAB 6.	EFISIENSI SALURAN PEMASARAN DAN MARGIN PEMASARAN	41
6.1	Pendahuluan	41
6.2	Konsep Efisiensi Saluran Pemasaran	43
6.3	Konsep dan Perhitungan Margin Pemasaran.....	44
6.4	Strategi Meningkatkan Efisiensi Saluran Pemasaran	45
6.5	Rangkuman.....	46
6.6	Latihan Soal.....	46
6.7	Bahan Diskusi	46
6.8	Daftar Rujukan	46
BAB 7.	BAURAN PEMASARAN	48
7.1	Pendahuluan	48
7.2	Pengertian <i>Marketing Mix</i>	49
7.3	Bauran Pemasaran Agribisnis di Era Digital.....	54
7.4	Strategi Pemasaran Agribisnis Berbasis Analisis Pasar dan Konsumen.....	57
7.5	Rangkuman.....	58
7.6	Latihan Soal.....	59

7.7	Bahan Diskusi	59
7.8	Daftar Rujukan	59
BAB 8.	PERKEMBANGAN PEMASARAN PRODUK	
	AGRIBISNIS	60
8.1	Pendahuluan	60
8.2	Dinamika Perkembangan Pemasaran Produk Agribisnis ...	61
8.3	Faktor-faktor yang Memengaruhi Perubahan Pemasaran Agribisnis	62
8.4	Tren dan Inovasi Pemasaran Produk Agribisnis	66
8.5	Rangkuman.....	70
8.6	Latihan Soal.....	70
8.7	Bahan Diskusi	70
8.8	Daftar Rujukan	71
BAB 9.	KONSEP DAN RUANG LINGKUP PERILAKU	
	KONSUMEN	72
9.1	Pendahuluan	72
9.2	Definisi dan Ruang Lingkup Perilaku Konsumen.....	73
9.3	Dimensi dan Proses Perilaku Konsumen.....	76
9.4	Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	77
9.5	Ruang Lingkup Studi Perilaku Konsumen dalam Agribisnis..	79
9.6	Model Perilaku Konsumen.....	79
9.7	Segmentasi Pasar dan Strategi Pemasaran dalam Agribisnis ..	80
9.8	Peran, Tantangan, dan Peluang dalam Era Digital	82
9.9	Rangkuman.....	82
9.10	Latihan Soal.....	83
9.11	Bahan Diskusi	83
9.12	Daftar Rujukan	83
BAB 10.	PENDEKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN	
	KONSUMEN	85
10.1	Pendahuluan	85
10.2	Motivasi.....	86
10.3	Persepsi.....	90
10.4	Rangkuman.....	95
10.5	Latihan Soal.....	95
10.6	Bahan Diskusi	95
10.7	Daftar Rujukan	95
BAB 11.	FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN	
	PEMBELIAN.....	96
11.1	Pendahuluan	96
11.2	Faktor Internal	97

11.3	Faktor Eksternal	98
11.4	Perilaku Konsumen dan Alternatif Keputusan Pembelian ..	99
11.5	Integrasi Faktor Keputusan dalam Strategi Pemasaran Agribisnis	104
11.6	Rangkuman.....	104
11.7	Latihan Soal.....	105
11.8	Bahan Diskusi	105
11.9	Daftar Rujukan	106
BAB 12.	KONSEP, RUANG LINGKUP, DAN PERKEMBANGAN PERILAKU KONSUMEN PRODUK AGRIBISNIS.....	107
12.1	Pendahuluan	107
12.2	Ruang Lingkup Studi Perilaku Konsumen Agribisnis	108
12.3	Tren dan Perkembangan Perilaku Konsumen Produk Agribisnis	108
12.4	Implikasi Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Strategi Pemasaran Agribisnis	109
12.5	Penelitian Pemasaran dan Analisis Perilaku Konsumen	110
12.6	Rangkuman.....	115
12.7	Latihan Soal.....	115
12.8	Bahan Diskusi	115
12.9	Daftar Rujukan	116
	DAFTAR ISTILAH (GLOSARIUM).....	117
	BIOGRAFI PENULIS	118
	RINGKASAN BUKU AJAR	121