

Jaringan Rantai Pasok Kopi Biji (Studi Kasus pada Sentra Produksi Kopi Kabupaten Lampung Barat)

Supply Chain of Coffee Bean (Case Study of Coffee Production Centers in West Lampung Regency)

Irmayani Noer^{1*} dan Sri Handayani¹

¹Politeknik Negeri Lampung

*E-mail: Irmayani_noer@polinela.ac.id

ABSTRACT

Coffee agribusiness in Indonesia has grown rapidly in the last 5 years. This commodity has great potential and contributes to the post-pandemic national economic recovery (PEN) program. The results of previous studies showed that most of the coffee beans from farmers (56%) were sold in the form of random dry beans. The rapid progress of the tourism sector and the creative economy as well as the development of consumer preferences in the food and beverage business have made red-picked coffee a potential new market for farmers. However, limited market access and supply chain systems as well as yield handling technology mean that this potential is only enjoyed by a small number of farmers. This study proposes to: identify the coffee supply chain network from farmers to consumers from the West Lampung production center to Bandar Lampung City. The results shows that the supplies chain network, there are eight streams of the coffee bean supply chain and several actors who are directly involved, namely farmers, collectors, wholesalers, farmer groups, combined farmer groups, joint business groups, and consumers (exporters and coffee processing industries). The results of calculations and analysis of economic added value show that the largest recipients of added value are farmers and the smallest recipients of added value are collectors.

Keywords: *added value, actors in the supply chain, supply chain systems*

Disubmit : 1 Desember 2022, **Diterima:** 11 Januari 2022, **Disetujui :** 24 Maret 2023;

PENDAHULUAN

Agribisnis kopi di Indonesia berkembang pesat dalam 5 tahun terakhir. Produksi kopi Indonesia 60% diekspor dan Indonesia menyumbang 7% dari produksi kopi dunia pada 2017/2018 (ICO, 2019). Negara tujuan ekspor adalah Uni Eropa dan Amerika Serikat mencapai 67% dari seluruh impor (FAO, 2017). Komoditas ini memiliki potensi besar untuk berkontribusi signifikan pada Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) pasca pandemi. Agribisnis kopi hulu-hilir mampu menggerakkan perekonomian melalui peningkatan kesempatan kerja dan berusaha, memajukan pariwisata dan ekonomi kreatif, serta meningkatkan kinerja ekspor.

Kopi termasuk komoditas unggulan petani di Lampung dan sekitarnya (Sumsel dan Bengkulu). Tahun 2019, *share* produksi kopi 3 provinsi tersebut mencapai 49% produksi nasional (BPS Provinsi Lampung, 2020). Kopi jenis Robusta merupakan hasil tanam pertanian terbesar di Indonesia yang dihasilkan di provinsi Lampung dengan luas areal seluas 162.954 hektar dan produksi mencapai 131.501 ton, dan kapasitas produksi rata-rata mencapai 965 kg/ha (Noer *et al.*, 2017). Kawasan perkebunan terluas berada di



Lisensi

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional.

Kabupaten Lampung Barat sebagaimana tertera pada Tabel 1. Luas perkebunan kopi robusta 36,43% dari total luas lahan kopi di Provinsi Lampung, tingkat produksi sebesar 43,54% dari total produksi kopi Provinsi Lampung, dan tingkat produksi biji kering kopi per tahun mencapai 29.712ton pada tahun 2019 (BPS Provinsi Lampung, 2020).

Tabel 1. Wilayah Pengembangan Komoditas Kopi Provinsi Lampung Tahun 2019

No.	Kabupaten/Kota	Luas Lahan yang sudah digunakan (Ha)	Persen terhadap total	Produksi (Ton)	Persen terhadap total
1.	Lampung Timur	1.445	0,89	492	0,37
2.	Lampung Selatan	1.649	1,01	923	0,70
3.	Lampung Barat	59.357	36,43	57.254	43,54
4.	Lampung Utara	15.865	9,74	12.230	9,30
5.	Lampung Tengah	1.705	1,05	779	0,59
6.	Pesawaran	5.470	3,36	3.542	2,69
7.	Tulangbawang	663	0,41	182	0,14
8.	Bandarlampung	88	0,05	99	0,08
9.	Tanggamus	54.256	33,30	38.590	29,35
10.	Waykanan	22.456	13,78	17.410	13,24
Total		162.954	100	131.501	100

Sumber : Dinas Perkebunan Provinsi Lampung, 2020 (data diolah)

Produksi kopi Lampung tahun 2018 mencapai 110,570 ribu ton (BPS Provinsi Lampung, 2020). Produksi ini terus meningkat dan diprediksi mencapai sekitar 140 ribu ton tahun 2021 (<https://lampung.bps.go.id>). Mencermati potensi ekonomi dan *multiflyer effect* yang besar, maka Pemprov Lampung terus mendorong pengembangan agribisnis kopi. Pengembangan dipusatkan di 4 sentra produksi, yaitu: Kabupaten Lampung Barat, Tanggamus, Way Kanan, dan Lampung Utara.

Perkebunan rakyat di Provinsi Lampung yaitu produksi kopi memiliki kekhasan dari sisi tatanan pertanian, teknik budidaya, dan proses panen yang relatif sederhana dan tradisional. Hal ini mengakibatkan kualitas kopi yang diproduksi petani menjadi berkualitas rendah (Arifin, 2012). Penggunaan lahan kopi robusta di Kabupaten Lampung Barat mencapai 53.383,6 hektar (82,6%) dari seluruh penggunaan lahan untuk perkebunan rakyat dan sisanya sebesar 11.576,4 hektar (17,74%) untuk tanaman perkebunan lainnya. Secara lengkap penggunaan lahan untuk tanaman perkebunan rakyat di Kabupaten Lampung Barat tampak pada Tabel 2.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya didapatkan bahwa sebagian besar kopi biji yang dihasilkan petani (56%) dijual dalam bentuk biji kering asalan (*raw material*). Penjualan dilakukan pada pedagang pengumpul/tengkulak lokal/perantara/pedagang besar secara individu dan kepada kelompok secara kolektif dan selanjutnya dijual kepada eksportir (Noer, 2019)..

Tabel 2. Luas Tanaman Perkebunan Rakyat di Lampung Barat Tahun 2019

No.	Kecamatan	Kopi Robusta (Ha)	Tanaman Perkebunan lainnya (Ha)	Total tanaman perkebunan (Ha)	Persentase tanaman (%)	luas kopi
1	Sumberjaya	1.604,5	264,0	1.868,5		85,87
2	Kebun Tebu	3.148,0	295,0	3.443,0		91,43
3	Gedung Surian	2.930,0	480,0	3.410,0		85,90
4	Air Hitam	4.933,1	1.380,0	6.313,1		78,05
5	Way tenong	4.801,0	1.365,0	6.166,0		77,86
6	Sekincau	5.702,0	1.004,7	6.706,7		85,01
7	Pagar Dewa	8.323,0	1.244,5	9.567,5		86,99
8	Batu Ketulis	4.632,0	1.268,0	5.918,0		78,26
9	Belalau	4.630,0	1.316,3	5.946,3		77,86
10	Batu Brak	2.603,0	516,3	3.119,3		83,44

11	Suoh	1.722,5	626,8	2.349,3	73,31
12	Bandar NS	1.681,0	663,3	2.344,3	71,70
13	Balik Bukit	1.403,5	388,5	1.792,0	78,29
14	Sukau	2.592,0	335,5	2.927,5	87,21
15	Lumbok seminung	2.678,0	344,0	3.022,0	88,61
Total (Hektar)		53.383,6	11.576,4	64.893,5	

Sumber : Dinas Perkebunan Kabupaten Lampung Barat, 2020 (data diolah)

Tingkat harga penjualan biji kering kopi dari petani sangat dipengaruhi oleh harga pada tingkat ekspor dikarenakan sarsaran utama penjualan biji kering kopi adalah ekspor nasional (Noer *et al.*, 2017); (Noer, *et al.*, 2018). Rata-rata volume ekspor kopi biji robusta Lampung mencapai 271.780,586 ton dan berkontribusi rata-rata sebesar 61,26% terhadap ekspor kopi biji nasional. Meskipun volume ekspor berfluktuasi tetapi menunjukkan pertumbuhan yang positif, dengan pertumbuhan volume ekspor sebesar 6,3 persen per tahun. Bila dibandingkan dengan volume ekspor seluruh komoditas pertanian dan kehutanan, rata-rata volume ekspor kopi Lampung adalah 52,33 persen dari ekspor seluruh komoditas pertanian dan kehutanan (BPS Provinsi Lampung, 2019).

Pengembangan agribisnis kopi dirancang bersinergi dengan kemajuan pesat sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Lampung serta perkembangan preferensi konsumen dalam bisnis *food and baverage*. Kondisi ini telah mampu mengangkat kopi premium (petik merah) menjadi potensi pasar baru. Namun, keterbatasan akses pasar dan sistem pemasaran yang tidak terintegrasi serta informasi dan teknologi dalam penanganan hasil menyebabkan potensi tersebut hanya dinikmati sebagian kecil petani dan pedagang perantara. Sektor ini menghadapi tantangan besar karena infrastruktur pemrosesan tidak berkelanjutan (Nguyen and Sarker, 2019).

Selisih harga antara kopi kualitas asalan dengan kopi premium cukup tinggi (75%). Harga kopi asalan di tingkat petani Rp.20.000/kg, sedangkan harga kopi premium olahan natural Rp 35.000/kg (Noer, 2021). Saat ini kemampuan petani memproduksi kopi sudah cukup baik, dengan rataan produktivitas hampir mencapai satu ton per hektar. Kualitas kopi petik merah adalah kopi premium yang dipengaruhi oleh kematangan buah kopi *chery* (petik merah) dan proses penanganan kopi pasca kebun. Kopi kualitas premium banyak dicari pembeli (*buyers*) sebagai kopi *speciality (fine robusta coffee)* yang disajikan di kafe. Namun, potensi pembeli baru ini belum bisa diakses langsung oleh petani. Akibatnya, margin harga yang tinggi belum dinikmati petani kopi. Selaras dengan fenomena yang dipaparkan pada latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana jaringan rantai pasok dan nilai tambah penanganan hasil kopi robusta dari kebun kopi (kopi *chery*) ke eksportir dan industri pengolahan sebagai pangsa pasar baru yang potensial?

Permasalahan tersebut harus diatasi secara sistematis dan komprehensif melalui sebuah penelitian yang nantinya dapat menjadi sumber rujukan bagi pemerintah dalam menetapkan kebijakan penciptaan jalur rantai-pasok-dan nilai tambah kopi dari pengolahan kopi *chery* menjadi kopi beras atau kopi biji (*greenbean*), dan pengolahan kopi-biji menjadi kopi-roasting. Sebab itu, terdapat tiga tujuan pada penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi jaringan rantai pasok kopi dari kopi *chery* menjadi kopi biji atau dari produsen kepada konsumen (eksportir dan industri pengolahan kopi).
2. Mengidentifikasi aktivitas nilai tambah yang dilakukan oleh setiap pelaku yang terlibat pada jaringan rantai pasok kopi.
3. Mengidentifikasi nilai tambah ekonomi yang diperoleh atas penanganan hasil kopi *chery* di kebun hingga menjadi kopi biji, dari petani ke konsumen (eksportir dan industri pengolahan kopi).

METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini adalah survei, dimana penelitian ditujukan untuk mendapatkan fakta dari indikasi-indikasi yang timbul dan mengobservasi fakta yang diperoleh dari suatu kelompok dan atau daerah (Nazir, 2011), selanjutnya peneliti akan menganalisis dan memberikan justifikasi untuk memperdalam hasil penelitian (eksplanatori). Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi jaringan rantai pasok kopi dari kebun (kopi *chery*) hingga ke eksportir dan industri pengolahan sehingga dapat diidentifikasi aktivitas nilai tambah yang dilakukan dari para pelaku dalam jaringan rantai pasok, sehingga pada akhirnya dapat dihitung dan dianalisis nilai tambah ekonomi yang diperoleh setiap pelaku pada jalur rantai pasok tersebut.

Variabel yang digunakan untuk menganalisis jalur rantai pasok dan nilai tambah kopi biji penelitian ini diadopsi dari hasil penelitian (Hellin, *et al.*, 2007); metode yang digunakan berdasarkan nilai partisipatif analisis rantai; interaksi antara pelaku dalam rantai pemasaran kopi biji, serta hubungan antarapeluaku rantai. Fokus utama dari penelitian ini adalah langsung pada pelaku (produsen, organisasi produsen, pelaku pemasaran, dan konsumen) dalam rantai dan hubungan mereka satu sama lain.

Unit penelitian produsen adalah petani kopi yang berdomisili di Kecamatan Kebun Tebu Lampung Barat. Sampel pedagang meliputi pedagang pengumpul desa dan kecamatan, serta pedagang besar di Kabupaten Lampung Barat. Konsumen yang menjadi sampel adalah eksportir kopi biji PT Berindo Jaya yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta Bandar Lampung dan industri pengolah kopi PT Netsle yang berlokasi di Way Lunik, Panjang.

Analisis kuantitatif dilakukan untuk menghitung nilai tambah dari setiap aktivitas pelaku dalam jaringan rantai pasok dan menghitung nilai tambah ekonomi yang diakibatkan dari aktivitas tersebut. Analisa deskriptif dipaparkan untuk menguraikan fakta aktual pada variabel yang digunakan seperti peraturan, prosedur, jejaring dalam rantai pasok, arus informasi dan uang serta arus material yaitu kopi. Selanjutnya teknik untuk pengumpulan data dilaksanakan dengan observasi dan wawancara dengan para responden terpilih dengan menjawab daftar pertanyaan yang berkesesuaian dengan tema penelitian yang didukung oleh hasil penelitian sebelumnya.

Teknik Pengumpulan Data dan Sampel. Terdapat dua sumber data yang diaplikasikan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder berikut ini:

- a. Data primer diperoleh dengan teknik wawancara (depth interview) dengan kelompok petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, eksportir, dan industri pengolahan kopi melalui daftar pertanyaan terkait tema penelitian.
- b. Data sekunder diperoleh dari beberapa instansi seperti Dinas Perkebunan, Dinas Perdagangan dan Industri, Biro Pusat Statistik.

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat dan Kota Bandar Lampung sebagai sentra konsumen akhir kopi biji. Kebun Tebu dipilih berdasarkan pertimbangan sebagai kecamatan di Kabupaten Lampung Barat yang memiliki persentase perkebunan kopi rakyat terbesar (Tabel 2). Bandar Lampung dipilih sebagai sentra konsumen karena pusat perdagangan kopi biji (eksportir dan industri pengolahan kopi) berada di Bandar Lampung.

Sampel petani ditentukan secara acak, sampel pedagang meliputi pedagang pengumpul desa dan kecamatan, serta pedagang besar yang berada di Kabupaten Lampung Barat. Penarikan sampel dilaksanakan melalui para *informan key* yaitu Kepala Desa, pimpinan kelompok tani dan kelompok tani gabungan, dan tokoh masyarakat. Penentuan sampel pedagang dilakukan secara sengaja berdasarkan penelusuran informasi dari perusahaan siapa *big collector* atau pemasok terbesar bagi eksportir, kemudian ditelusuri berdasarkan *value chain mapping* kepada siapa kopi biji dijual.

Metode Analisis Data. Analisis rantai nilai dilakukan untuk memperoleh gambaran jalur rantai pasok kopi biji hulu hingga hilir. Indikator finansial pada setiap pelaku dalam jalur rantai pasok meliputi biaya input produksi, tenaga kerja, pengadaan, penyimpanan dan perhitungan margin serta nilai tambah (Karyani *et al.*, 2019). Nilai tambah dijadikan imbalan kesejahteraan atas tenaga kerja dan manajemen pada produksi nilai tambah kopi biji akan dijadikan sebagai penentu faktor finansial. Berikutnya keuntungan atas hasil penjualan dalam jalur rantai pasok kopi biji diperoleh dari pendapatan bersihnya. Nilai penerimaan satu rantai nilai dijadikan sebagai pembagi antara nilai tambah dan jasa operasional. (Perdana, *et al.*, 2009) Komponen dari Total Nilai yang dihasilkan dari Rantai Nilai adalah:

$$(Nilai Tambah) = (Total Nilai Penerimaan) - (Nilai dari Barang-barang tingkat Menengah)$$

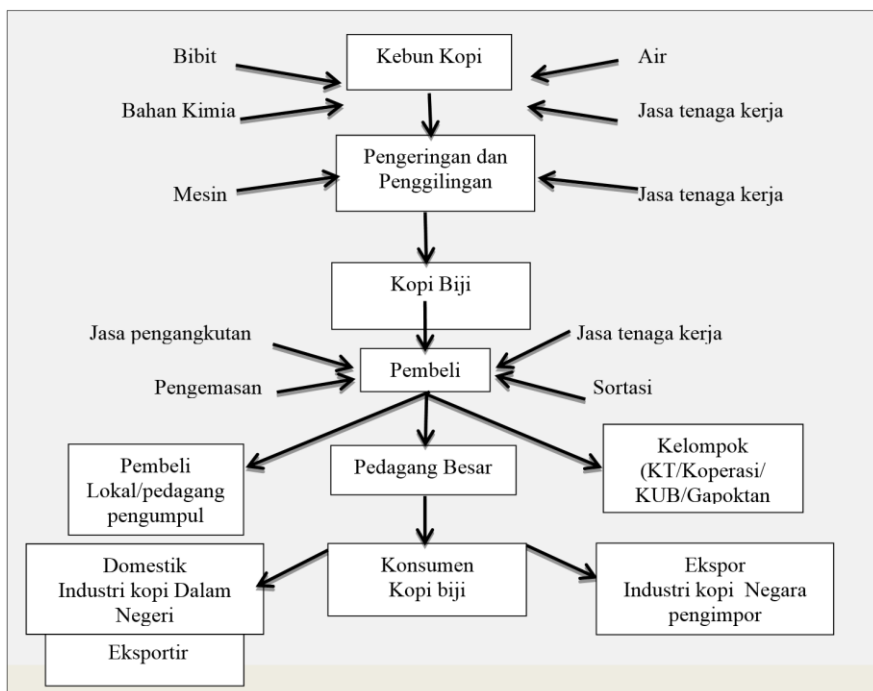
Prinsip perhitungan tersebut dapat diaplikasikan pada setiap pelaku dari jaringan rantai pasok seperti terlihat pada Gambar 3 yang menunjukkan bagaimana nilai tambah didistribusikan antara tiap bagian dalam jaringan rantai pasok dan antarpelaku dalam jaringan rantai pasok serta pelaku eksternal.

Teknik analisis pada penilitan ini adalah Analysis Economic Value Added (EVA). Analysis Economic Value Added (EVA) merupakan teknik analisis yang mengidentifikasi nilai tambah produk setelah diolah yang akan menjadi pembanding pendapatan bersih dengan biaya (Ashayeri and Lemmes, 2005). Berikut merupakan formula Analysis Economic Value Added (EVA):

$$EVA = \frac{\text{pendapatan bersih} \times 100\%}{\text{Total biaya}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

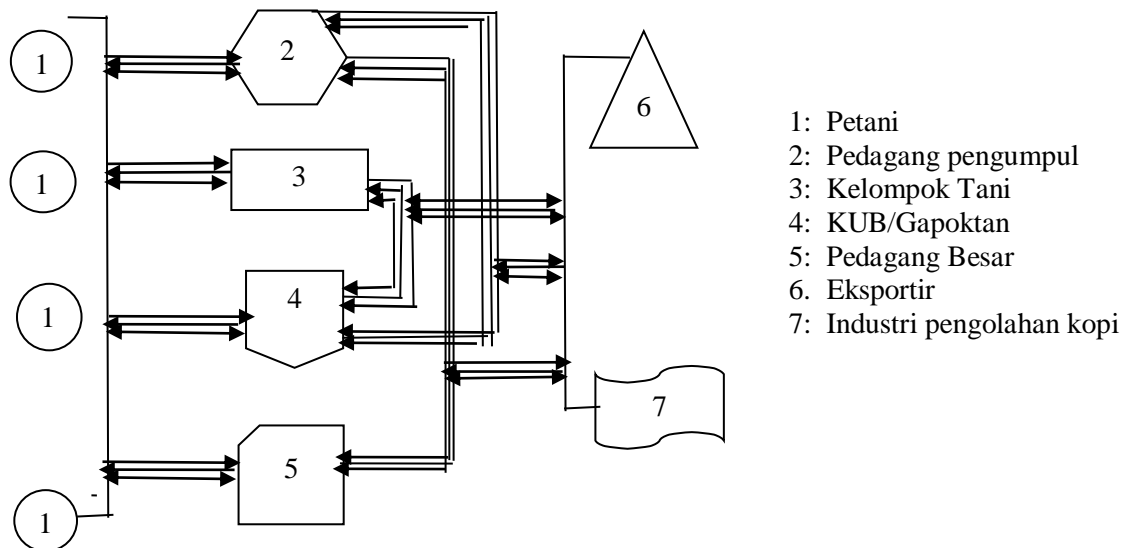
Identifikasi jaringan rantai pasok kopi biji. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana jaringan rantai pasok dan nilai tambah penanganan hasil kopi robusta dari kebun kopi (*kopi chery*) ke eksportir dan industri pengolahan kopi? Hasil identifikasi jaringan rantai pasok kopi biji tertera pada Gambar 1.



Gambar 1. Sistem Rantai Pasok Kopi Biji

Gambar 1 menunjukkan sistem rantai pasok global kopi biji dari produsen di kebun kopi hingga konsumen akhir yaitu industri pengolahan kopi dan eksportir. Terdapat tiga aliran rantai pasok pada komoditas pertanian yaitu:

- (1) Arus produk *Upstream to Downstream*
- (2) Arus finansial *Downstream to Upstream*
- (3) Arus Informasi *Upstream to Downstream and vice versa*



Gambar 2. Pola Aliran Rantai Pasok Kopi Biji

Keterangan :

- Arus produk *Upstream to Downstream*
- ← Arus finansial *Downstream to Upstream*
- ↔ Arus Informasi *Upstream to Downstream and vice versa*

Aliran rantai pasok pada Gambar 2 memperlihatkan flow chart pada rantai-pasok yang di dalamnya terdapat petani, -pedagang-pengumpul, -pedagang-besar, kelompok tani/KUB/Gapoktan, dengan aktor, eksportir dan industri pengolahan kopi. Hal ini di dukung dengan penelitian (Neilson and Wang, 2019), yang menunjukkan bahwa geografi ekonomi kopi asia berubah adanya dorongan yang kuat dari para pelaku dalam rantai nilai kopi untuk meningkatkan nilai tambah dengan masuknya perusahaan industri kopi di sektor tersebut. Hasil penelitian (Ikhwana, 2018) bahwa usaha berbasis kopi di Kabupaten Garut terdiri dari berbagai elemen yang terlibat di dalamnya: pemasok (petani dan pengumpul), pengolah biji kopi (pengumpul dan pengusaha masyarakat), distributor (eksportir) dan konsumen. Pada umumnya manajemen rantai komoditas pertanian terdiri atas pemasok, pengumpul/produsen, eksportir, dan konsumen (Rahmawati and Salimi, 2022). (Yolandika, *et al.*, 2016) menyebutkan bahwa bahwa Komoditas brokoli memiliki model rantai pasok atas petani, perusahaan, dan ritel. (Lukas, 2015), menyatakan bahwa pelaku dalam rantai pasok kopi meliputi: 1) produsen (petani, koperasi, dan perkebunan), 2) pengolahan, 3) eksportir 4) importir umumnya berfungsi sebagai penghubung antara kopi di pasar dan pembeli. Beberapa importir bertanggung jawab atas sejumlah layanan seperti asuransi untuk kopi dan opsi keuangan lainnya serta memberikan pengujian kualitas kopi, 5) pembeli aktor paling kuat dalam rantai pasokan, dan 6) lembaga sertifikasi & Non Organisasi Pemerintah (LSM).

Berdasarkan pemetaan yang dilakukan di wilayah penelitian teridentifikasi beberapa pelaku dalam rantai pasok kopi biji yang terdiri atas petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, kelompok tani,

Kelompok Usaha Bersama (KUB), Gapoktan, eksportir, dan industri pengolahan. Secara sederhana, aliran rantai pasok kopi biji dan keterkaitan antarpelaku dapat dilihat pada Gambar 2. Terdapat 8 (delapan) saluran yang menggambarkan aliran rantai pasok kopi biji:

1. Petani (1) – Pedagang Pengumpul (2) – Konsumen (6, 7)
2. Petani (1) – Pedagang Pengumpul (2) – Pedagang Besar (5) – Konsumen (6, 7)
3. Petani (1) – Pedagang Besar (5) – Konsumen (6, 7)
4. Petani (1) – Pedagang Pengumpul (2) – KUB (4) – Konsumen (6, 7)
5. Petani (1) – Kelompok Tani (3) – KUB (4) – Konsumen (6, 7)
6. Petani (1) – Kelompok Tani (3) – Konsumen (6, 7)
7. Petani (1) – KUB (4) – Konsumen (6, 7)
8. Petani (1) – Kelompok Tani (3) – Gapoktan (4) – Konsumen (6, 7)

Aktivitas nilai tambah pelaku dalam sistem rantai pasok kopi biji. Analisis untuk menyelesaikan permasalahan yang diajukan adalah dengan analisis rantai nilai, yaitu suatu pendekatan untuk melihat proses peningkatan atau penciptaan nilai tambah dalam suatu rantai pasokan (Bridges and Wilhelm, 2008). Efisiensi rantai pasok diukur dari keuntungan (profit) dari aktivitas yang dilakukan setiap pelaku dalam sistem pasok kopi biji. Hal ini sejalan dengan (Rosiana *et al.*, 2017) yang melakukan pengukuran efisiensi dalam jaringan rantai pasok dengan mengukur secara bertahap tingkat efisiensi unit produksi (aliran produk) masing-masing aktor (penjual dan pembeli) pada rantai pasokan. Tingkat efisiensi masing-masing aktor dapat menentukan efisiensi dari jaringan rantai pasokan.

Penjualan kopi di Lampung Barat sebagian besar masih dalam bentuk curah atau kopi biji asalan (*raw material*), dijual kepada pedagang pengumpul dan pedagang besar. Sebagian lagi dijual kepada kelompok. Setiap pelaku melakukan aktivitas dan perlakuan yang berfungsi untuk memberikan nilai tambah dan memperlancar proses penyampaian kopi biji hingga ke tangan eksportir. Aktivitas dan perlakuan oleh para pelaku berupa aktivitas pertukaran, aktivitas fisik (pembersihan dan sortasi), pengangkutan, pengemasan, dan tindakan lainnya yang dapat memperlancar aliran kopi biji dari produsen ke konsumen (seperti informasi harga). Aktivitas nilai tambah pada setiap pelaku dalam aliran rantai pasok kopi biji tertera pada Tabel 3.

Tabel 3. Aktivitas nilai tambah tiap pelaku pada sistem rantai pasok kopi biji

No	Aktivitas nilai tambah	Petani	Pedagang pengumpul	Kelompok tani	Pedagang Besar	KUB	Gapoktan
1	Sortasi kopi chery	x					
2	Pengupasan kulit chery	x					
3	Pencucian	x					
4	Penjemuran	x					
5	Pengeringan	x					
6	Sortasi pemisahan dari material selain kopi	x	x	x	x	x	x
7	Penimbangan	x	x	x	x	x	x
8	Pengemasan	x	x	x	x	x	x
9	Penyimpanan			x	x	x	x
10	Pengangkutan		x	x	x	x	x

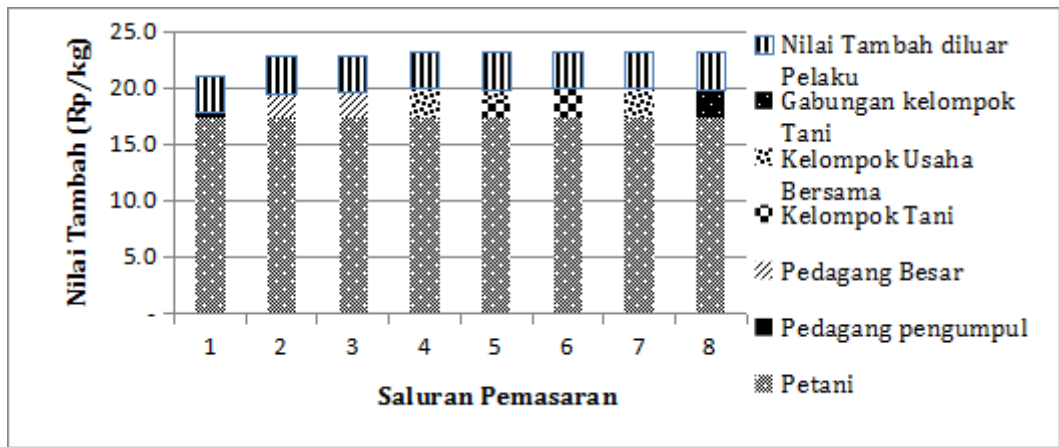
Analisis Nilai Tambah Ekonomi Kopi Biji. Berdasarkan hasil pengamatan dan identifikasi aliran rantai pasok kopi biji serta aktivitas nilai tambah yang dilakukan oleh setiap pelaku untuk memperbesar nilai kopi biji, selanjutnya dilakukan analisis terhadap rantai nilai pemasaran kopi biji dengan analisis nilai tambah. Perbandingan nilai tambah yang diterima setiap pelaku dan perbandingan keuntungan tiap pelaku dalam saluran rantai pasok kopi biji merupakan acuan yang digunakan untuk menentukan saluran manakah

yang memberikan nilai tambah dan keuntungan lebih tinggi kepada petani dan pelaku yang terlibat dalam sistem rantai pasok kopi biji.

Analisis nilai tambah mengacu pada harga dan biaya-biaya pada setiap pelaku, berapa lama menyiapkan atau menyajikan barang untuk dijual sehingga untuk membangun nilai tambah yang baik seyogyanya terkondisi rantai pemasaran yang baik. Indikator kinerja yang dipilih adalah indikator finansial pada setiap pelaku yang terlibat dalam rantai pasok/saluran pemasaran kopi biji baik individu maupun kolektif, meliputi biaya produksi, tenaga kerja, pengadaan, penyimpanan, dan perhitungan margin serta nilai tambah.

Nilai tambah yang diterima pelaku terhadap harga kopi biji. Analisis nilai tambah yang diterima pelaku terhadap harga kopi biji dilakukan dengan membandingkan 8 (delapan) saluran pemasaran kopi biji di Lampung Barat. Satuan yang digunakan dalam analisis nilai tambah adalah setara dengan satu kilogram kopi biji. Penyetaraan dilakukan dengan memperhitungkan jumlah bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan satu kilogram kopi biji. Sebagian besar nilai tambah dari saluran pemasaran kopi biji dinikmati oleh para pelaku yang terlibat langsung pada saluran pemasaran (84,7%—86,2 %) sedangkan sisanya (13,5%—15,3%) dinikmati oleh pelaku yang berasal dari luar rantai pemasaran kopi biji. Nilai tambah terbesar diperoleh para pelaku pada saluran ke 7 yaitu saluran dimana petani menjual langsung ke KUB dan terendah pada saluran 1. Kelompok Usaha Bersama (KUB) adalah semacam koperasi yang dibentuk secara informal oleh petani karena adanya keinginan yang sama yaitu meningkatkan nilai tambah petani dalam sistem pemasaran kopi. Hasil penelitian (Rifin and Naully, 2020) menyebutkan bahwa salah satu lembaga yang terlibat dalam rantai nilai kopi di Indonesia adalah koperasi.

Penerima nilai tambah terbesar diantara para pelaku yang terlibat pada saluran pemasaran kopi biji adalah petani, berkisar antara 74,4 %—82,5 % dari harga jual kopi biji pada setiap saluran pemasaran. Penerima nilai tambah terkecil adalah pengepul pada saluran 1 sebesar 2,3%. Nilai tambah yang diterima pelaku terhadap harga kopi biji dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Nilai Tambah yang Diterima Pelaku terhadap Harga kopi biji

Petani mendapatkan nilai tambah tertinggi pada saluran 1, hal ini disebabkan pada saluran ini pelaku yang terlibat hanya pedagang pengumpul dan kopi biji langsung dijual kepada agen eksportir yang ada di kecamatan, sehingga biaya yang ditimbulkan karena proses pemasaran relatif lebih rendah dibandingkan dengan saluran lainnya. Meskipun nilai tambah yang diperoleh petani cukup tinggi tidak mencerminkan keuntungan yang diterima oleh petani dibandingkan dengan pelaku lainnya.

Penjualan kopi biji di tingkat petani, kelompok tani, KUB, dan Gapoktan berlangsung pada bulan Mei sampai dengan Oktober (selama 5 bulan) karena periode panen kopi dimulai pada bulan Mei dan berakhir

pada bulan Oktober. Panen pertama tanaman kopi adalah pada bulan Mei dan Juni, panen ke dua adalah pada bulan juli dan Agustus, panen ke tiga pada bulan September dan oktober. Panen pertama hanya menghasilkan 20% dari total produksi kopi per tahun, panen kedua adalah yang terbesar (mencapai 60%) dari total produksi, panen ketiga sekitar 20% yaitu sisa produksi yang belum siap panen pada periode sebelumnya. Selama Bulan Oktober sampai dengan Bulan Mei (7 bulan) adalah masa tunggu petani untuk panen kembali dan ini merupakan masa pemeliharaan tanaman. Pedagang besar dan eksportir dapat melakukan penjualan sepanjang tahun. Akumulasi pendapatan dari perputaran aliran kas dan volume kopi biji yang diperjualbelikan membuat keuntungan yang diterima oleh pedagang dalam satu tahun menjadi lebih tinggi daripada kelompok tani/KUB/Gapoktan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil identifikasi jaringan rantai pasok kopi dari kopi chery menjadi kopi biji kepada suppliers, eksportir dan industri pengolahan kopi terdapat beberapa pelaku yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, kelompok tani, gabungan kelompok tani, kelompok usaha bersama, dan konsumen (eksportir dan industri pengolahan kopi).

Identifikasi terhadap aktivitas nilai tambah yang dilakukan oleh setiap pelaku yang terlibat dalam jaringan rantai pasok kopi biji terdiri atas sortasi, pencucian, penjemuran, pengeringan, pengupasan kulit chery, penimbangan, pengemasan, penyimpanan, dan pengangkutan.

Hasil perhitungan dan analisis nilai tambah ekonomi yang dihasilkan dari penanganan hasil kopi chery di kebun hingga ke pengguna yaitu eksportir dan industri pengolahan kopi menunjukkan bahwa sebagian besar nilai tambah dari saluran rantai pasok kopi biji dinikmati oleh para pelaku yang terlibat langsung pada sistem rantai pasok. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerima nilai tambah terbesar adalah petani dan penerima nilai tambah terkecil adalah pengepul. Aspek keadilan dalam saluran pemasaran kopi biji dapat dilihat dari distribusi nilai tambah antarpelaku dan siklus produksi. Berdasarkan indikator tersebut sangat wajar dan adil apabila petani mendapatkan nilai tambah terbesar karena waktu tunggu petani cukup panjang yaitu 7 bulan (Oktober—Mei).

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B. (2012) 'Ekonomi-Kopi-Indonesia-Ditengah-Dinamika-Global', in. Available at: <http://barifin.wordpress.com/2012/11/19/ekonomi-kopi-indonesia-di-tengah-dinamika-global/>.
- Ashayeri, J. and Lemmes, L. (2005) *Economic-Value-Added of Supply-Chain-demand. -Planning :A System Dynamic-Simulation*. Nedherland: Tilburg-University.
- BPS Provinsi Lampung (2020) *Lampung dalam Angka*. Bandar Lampung.
- Hellin, J., Lundy, M. and Meijer, M. (2007) *Farmer Organization, Collective Action and Market Access in Meso-America. Food and Agriculture Organization (FAO)*. October 2-5, 2006 Cali, Colombia: Research Workshop on Collective Action and Market Access for Smallholders.
- Ikhwana, A. (2018) 'Supply chain management of coffee commodities', in *MATEC Web of Conferences*, p. 197, 14003:196a–197b.
- Karyani, T. *et al.* (2019) 'Value Chain Financing in Coffee Agribusiness (The Case of a Cooperative in Pangalengan, West Java, Indonesia)', in *The 3rd ICSAFS IOP Conference Series: Earth and Environment Science*, p. 334,1–8.
- Lukas (2015) *The Supply chain of fair trade coffee: challenges, opportunities & the future inside a troubled industry (Master's thesis, University of Vermont, USA)*. Available at: <http://scholarworks.uvm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1440&context=graddi>.

- Nazir, M. (2011) *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Available at: <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/200008/metode-penelitian.html>.
- Neilson, J. and Wang, J.H.Z. (2019) 'China and The Changing Economic Geography of Coffee Value Chains', *Singapore Journal of Tropical Geography*, 40, pp. 429–451.
- Nguyen, G.N.T. and Sarker, T. (2019) 'Sustainable Coffee Supply Chain Management: a Case Study in Buon Me Thuot City, Daklak, Vietnam', *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(1).
- Noer, I. *et al.* (2017) 'The Coffee Value Chain: A Comparative Analysis of Two Coffee Chains in Lampung Province', *International Journal of Research in Economics and Social Sciences*, 7(6), pp. 246–256. Available at: <http://euroasiapub.org/wp-content/uploads/2017/07/26ESSJune-4532.pdf>.
- Noer, I. (2019) 'Supply-Chain-and-Distribution Analysis of Value Added of Coffee Bean in Lampung Province Indonesia', in *Proceedings on International Conference of Project Management ICPM: Innovation in Digital Industries*. Proceedings on International Conference of Project Management ICPM: Innovation in Digital Industries. Available at: <http://ejournal.aibpm.org/index.php/JICP/article/view/441>.
- Noer, I. (2021) 'Collective Marketing-Performance of Coffee Bean in Lampung Province', in *Conference of Project-Management (ICPM)*. Association of International Business and Professional Management (AIBPM).
- Noer, I., Handayani, S., and Fatih, C. (2018) 'Do Farmers Higher Benefit and Value Added from Collective Marketing? (The Case of Coffee Marketing in Lampung Province Indonesia)', in *Proceedings of the First International Conference on Applied Science and Technology (iCAST 2018)*, p. 298 : 5-7.
- Perdana, T., Noor, T.I. and Purwanto, D. (2009) *Manajemen Rantai Pasokan Agribisnis. Modul untuk Badan pendidikan dan Latihan Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat*. Bandung.
- Rahmawati, D.U. and Salimi, N. (2022) 'Sustainable and resilient supplier selection: the case of an Indonesian coffee supply chain', *Journal of Supply Chain Management Science*, 3(1–2), pp. 16–36.
- Rifin, A. and Naully, D. (2020) *The Impact of Involvement in the Global Value Chain on Coffee Farmers in Indonesia: Case Study of Margamulya Coffee Producer Cooperative and Mitra Malabar Cooperative, Bandung, Indonesia.*, Asian Development Bank Institute Working. Available at: <https://www.adb.org/publications/impact-involvement-global-value-chain-coffee-farmers-indonesia>.
- Rosiana, N. *et al.* (2017) 'Efficiency Analysis of Indonesian Coffee Supply Chain Network Using A New DEA Model Approach: Literature Review', *Asian Social Science*, 13(9), pp. 158–166.
- Yolandika, C., Nurmalina, R. and Suharno (2016) 'Rantai Pasok Brokoli di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat dengan Pendekatan Food Supply Chain Networks', *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 16(3), p. 155.