

Analisis Rantai Pasok Kopi Robusta Melalui Pendekatan *Food Supply Chain Network*
Analysis Of Robusta Coffee Supply Chain Through The Food Supply Chain Network
Approach

Timbul Rasoki¹, Ana Nurmalia²

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Terbuka

²Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu

Corresponding author: timbulrasoki@ecampus.ut.ac.id

ARTICLE HISTORY : Received [15 March 2021] Revised [05 May 2021] Accepted [11 June 2021]

ABSTRAK

Kabupaten Rejang Lebong merupakan sentra penghasil kopi robusta di Provinsi Bengkulu yang luas lahan dan produksinya terus meningkat. Pemasaran kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong secara umum menarik untuk dikaji dikarenakan sebagian besar tujuan penjualan kopi robusta dari petani adalah ke perusahaan pengolah kopi baik di dalam maupun luar propinsi. Selain itu, diduga terdapat variasi skala produksi kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong, sehingga pelaku usaha kopi robusta memiliki saluran pemasaran yang berbeda sesuai dengan keterbatasan pasokan yang dimilikinya. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 37 orang yang dipilih secara *purposive sampling* serta melalui pendekatan *Food Supply Chain Network* (FSCN) kondisi rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong sudah berjalan dengan lancar. Hal ini terlihat dari integrasi atau kerjasama antar pelaku rantai pasok sudah terjalin khususnya dengan industri pengolahan kopi. Terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong dan dapat diukur kinerja rantai pasoknya. Melalui analisis margin pemasaran dan *farmers' share* menunjukkan bahwa rantai pasok kopi robusta pada saluran 3 lebih efisien dibandingkan dengan saluran 1 dan saluran 2 karena memiliki margin terendah dan *farmers' share* tertinggi.

Kata kunci: rantai pasok, kopi robusta, *food supply chain network*

ABSTRACT

Rejang Lebong Regency is the producer center of robusta coffee in Bengkulu, the production continues to increase. Robusta coffee marketing in Rejang Regency is generally interesting because most of the sales objectives of robusta coffee from farmers are to coffee processing companies, both inside and outside the province. It's suspected that there are variations in the production of robusta coffee in Rejang Lebong Regency, so that robusta coffee business actors have different marketing channels according to the limited supply they have. Based on the results of the research on 37 people who were selected by purposive sampling and through the Food Supply Chain Network (FSCN) approach, the robusta coffee supply chain conditions were running smoothly. This can be seen from the integration or cooperation between supply chain actors that have been established, especially with the coffee processing industry. There are 3 marketing channels for Robusta coffee in Rejang Lebong Regency and can assess the performance of its supply chain. Through the analysis of the marketing margin and the farmer's share shows that the Robusta coffee supply chain on channel 3 is more efficient than channel 1 and channel 2 because it has the lowest margin and the highest share of farmers.

Keywords: *supply chain, robusta coffee, food supply chain network*

PENDAHULUAN

Pembangunan perekonomian Indonesia tidak terlepas dari kontribusi sektor pertanian sebagai sumber devisa dan penyedia lapangan pekerjaan yang disumbangkan sub sektor perkebunan. Kopi menjadi salah satu andalan komoditas perkebunan yang mampu menembus pasar internasional sebagai komoditi ekspor. Kopi menyumbang sebesar 33,67% dari keseluruhan total ekspor komoditi perkebunan Indonesia (ICO, 2019). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kopi merupakan komoditi unggulan ekspor Indonesia dan memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia.

Mayoritas jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia adalah kopi robusta dalam bentuk perkebunan rakyat (96,19%) dan sisanya dikuasai oleh perkebunan besar negara dan swasta. Tingginya kontribusi perkebunan rakyat dalam agribisnis kopi Indonesia menjadi sangat penting untuk diperhatikan karena akan menjadi penentu utama mutu produksi kopi Indonesia (Ditjenbun, 2016). Permasalahan perkebunan kopi rakyat yaitu pengelolaan kebun, panen dan penanganan pascapanen yang kurang memadai karena sebagian besar dilakukan oleh petani kopi dengan keterbatasan modal dan pengetahuan. (Riwayati *et al.*, 2016).

Kabupaten Rejang Lebong merupakan sentra penghasil kopi robusta di Provinsi Bengkulu yang luas lahan dan produksinya terus meningkat. Dimana pada tahun 2020 luas lahan panen untuk kopi robusta seluas 19.682 hektare meningkat dari tahun 2019 seluas 19.482 hektare. Sedangkan produksi 2020 sebanyak 18.605 ton, meningkat dari produksi tahun 2019 yakni sebanyak 18.811 ton. (BPS Kab. Rejang Lebong, 2020). Peningkatan produksi masih dihadapkan pada berbagai permasalahan seperti penggunaan teknologi yang sederhana sehingga kualitas dan harga menjadi rendah. Begitu juga dalam pemasaran, petani kopi masih berada di posisi yang lemah dalam menentukan harga ketika pemasarannya terhambat dan harga yang diterima tidak layak bagi petani, maka akan mempengaruhi motivasi petani untuk merawat tanaman kopi.

Manajemen rantai pasok memiliki peran yang penting dalam peningkatan daya saing. Kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan memaksimalkan sumber-sumber yang ada dengan pengelolaan rantai secara maksimal dari hulu hingga hilir. Kesenjangan dan ketidakmerataan pendapatan pada masing-masing anggota rantai pasok cenderung sering terjadi dalam industri kopi. Hal tersebut menjadi menarik untuk diteliti terkait bagaimana rantai pasok dijalankan serta kinerja rantai pasok di

Kabupaten Rejang Lebong, Propinsi Bengkulu.

Pemasaran kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong secara umum menarik untuk dikaji dikarenakan sebagian besar tujuan penjualan kopi robusta dari petani adalah ke perusahaan pengolah kopi baik di dalam maupun luar propinsi. Selain itu, diduga terdapat variasi skala produksi kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong, sehingga pelaku usaha kopi robusta memiliki saluran pemasaran yang berbeda sesuai dengan keterbatasan pasokan yang dimilikinya. Terkait dengan rantai pasok, sering terjadi kesenjangan harga yang tinggi pada setiap anggota rantai pasok. Perhitungan nilai tambah perlu dilakukan untuk mengukur balas jasa yang diterima pelaku di setiap rantai pasokan (Noviantari, *et al.*, 2015; Priantara *et al.*, 2016).

Pengukuran efisiensi pemasok kopi perlu dilakukan untuk mengetahui kinerjanya. Ketidakmampuan mengelola sumber daya dengan baik berarti mengindikasikan bahwa pemasok tidak efisien dan akhirnya memberikan nilai yang lebih rendah kepada anggota rantai pasok lainnya. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja rantai pasok adalah melalui kerangka *Food Supply Chain Network* (FSCN) (Van der Vorst, 2006). Kerangka FSCN disusun untuk menggambarkan rantai pasok yang kompleks, yang terdiri dari sasaran rantai,

struktur rantai, manajemen rantai, sumber daya rantai, proses bisnis rantai dan kinerja rantai pasok. Penilaian kinerja rantai pasok kopi penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana upaya yang dilakukan untuk memperbaiki permasalahan. Efisiensi pemasaran akan menjadi bagian dari indikator pengukuran kinerja rantai pasok dalam menentukan sistem pemasaran yang lebih efisien. berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai pasok dan kinerja rantai pasok kopi robusta melalui pendekatan FSCN di Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Lokasi, Waktu dan Jenis Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Rejang Lebong Propinsi Bengkulu pada bulan Agustus – Nopember 2019. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer melalui wawancara mendalam secara langsung dengan responden dan data sekunder dari literatur terkait penelitian seperti jurnal, Badan Pusat Statistik, Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Dinas Pertanian.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan digunakan untuk memperoleh data sesuai tujuan penelitian adalah metode survei dengan melakukan observasi langsung di lapangan dan

pengisian kuesioner melalui wawancara kepada responden. Responden dalam penelitian ini berjumlah 37 orang yang dipilih secara *purposive sampling* yang terdiri dari petani kopi yang benar-benar melakukan sendiri kegiatan usahataniya dan menjual hasil kopinya, pedagang pengumpul desa, pengumpul kecamatan

dan pengumpul tingkat kabupaten serta pelaku industri yang terlibat dalam rantai pasok kopi di Kabupaten Rejang Lebong. Penentuan responden pelaku rantai pasok (pedagang dan pelaku industri) dilakukan dengan metode *snowball sampling* dengan menelusuri aliran rantai pasok kopi robusta.

Tabel 1. Rincian Rencana Responden Penelitian

No	Jenis Responden	Jumlah (Orang)
1	Petani kopi	30
2	Pedagang pengumpul desa	3
3	Pedagang pengumpul kecamatan	2
4	Pedagang pengumpul kabupaten	1
5	Pelaku industri kopi	1

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Metode analisis yang akan digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis rantai pasok kopi robusta sesuai dengan tahapan kerangka *Food Supply Chain Network* (FSCN) (Gambar 1). Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk pengukuran kinerja rantai pasok. Pengukuran kinerja rantai pasok digunakan pendekatan efisiensi pemasaran dengan analisis margin pemasaran dan analisis *farmer's share*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rantai Pasok Kopi Robusta di Kabupaten Rejang Lebong

a. Sasaran Rantai Pasok

Sasaran pasar kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong masih

didominasi untuk memenuhi pasar domestik. Tujuan pasar kopi robusta untuk memenuhi kebutuhan konsumen pedagang besar di luar daerah (Lampung), hanya sebagian kecil yang diolah menjadi kopi bubuk dan dikonsumsi masyarakat lokal. Akan tetapi, upaya pemerintah melalui Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Rejang Lebong berupaya untuk menembus pasar nasional

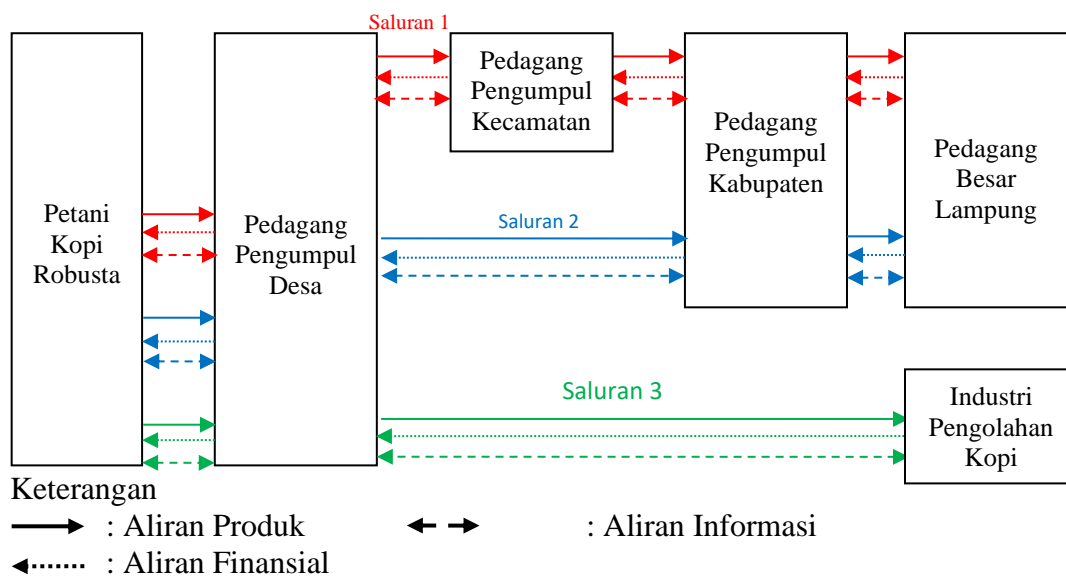
b. Struktur Hubungan Rantai Pasok

Struktur hubungan rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong dianalisis melalui anggota yang terlibat dalam pembentukan rantai pasok dan peran masing-masing anggota serta elemen-elemen yang terdapat di rantai pasok seperti produk, pasar, pelaku, dan situasi persaingan. Anggota rantai pasok merupakan pelaku yang terlibat dalam

aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi dari mulai produsen sampai konsumen akhir. Setiap anggota rantai pasok dikelompokkan berdasarkan peran yang sama untuk mempermudah pembahasan.

Petani Kopi Robusta

Petani kopi robusta merupakan anggota rantai pertama dalam rantai pasok kopi robusta di Kabupaten rejang Lebong. Petani kopi robusta berperan penting dalam rantai pasok kopi robusta dikarenakan fungsinya sebagai penentu kualitas, kuantitas dan ketersediaan kopi robusta.



Gambar 1. Struktur Hubungan Rantai Pasok Kopi Robusta

Aliran produk berupa kopi segar maupun sudah dijemur dimulai dari tingkat petani, selanjutnya dialirkan ke pedagang pengumpul desa. Dari pedagang pengumpul desa selanjutnya produk berupa kopi yang sudah berbentuk beras kopi dijual ke pedagang pengumpul kecamatan, hingga pedagang besar tingkat kabupaten maupun ke industri pengolahan kopi lokal. Sebaliknya aliran finansial diawali dari pedagang besar luar daerah (Lampung) maupun dari industri pengolahan ke pedagang pengumpul hingga ke petani

kopi. Selanjutnya aliran informasi terjalin dengan baik dengan keterbukaan informasi antara kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan harga, informasi kualitas produk, maupun informasi lainnya.

Pedagog Pengumpul Desa

Pedagog pengumpul merupakan anggota rantai pasok kopi robusta yang menghubungkan antara petani dengan rantai berikutnya dan melakukan pembelian hanya dari petani. Pedagog pengumpul desa yang akan membeli hasil panen petani akan mendatangi petani untuk melihat

kondisi kopi petani. Setelah itu, pedagang pengumpul akan melakukan tawar menawar harga dengan petani untuk menentukan harga jual kopi robusta hasil panen hingga mencapai harga kesepakatan dengan petani.

Pedagang Pengumpul Kecamatan

Pedagang pengumpul kecamatan merupakan anggota rantai pasok yang menghubungkan pedagang pengumpul desa dengan pedagang pengumpul Kabupaten (pedagang besar). Pedagang pengumpul kecamatan mengumpulkan beras kopi dari beberapa pedagang pengumpul desa untuk selanjutnya dijual ke pedagang besar (tingkat kabupaten). Dalam melakukan pembelian, pedagang pengumpul kecamatan hanya menunggu di gudangnya dan para pedagang pengumpul desa yang mendatangnya. Sistem penentuan harga dilakukan dengan tawar menawar harga untuk mencapai kesepakatan. Pembayaran dilakukan dengan tunai di saat itu juga.

Pedagang Pengumpul Kabupaten

Anggota rantai pasok berikutnya adalah pedagang pengumpul kabupaten (pedagang besar). Pedagang pengumpul kabupaten merupakan pedagang besar di Kabupaten Rejang Lebong yang memperoleh barang/pasokan dari pedagang pengumpul desa dan atau pedagang pengumpul kecamatan untuk dijual kembali

ke pedagang besar di luar provinsi (Lampung).

Industri Pengolahan Kopi

Industri pengolahan kopi merupakan anggota rantai pasok terakhir dalam penelitian ini yang terdapat di Kabupaten Rejang Lebong. Industri pengolahan membeli biji kopi dari pedagang pengumpul desa sebagai bahan baku dalam pembuatan bubuk kopi. Pelaku industri ini sudah memiliki pedagang kopi langganan untuk menjaga pasokan biji kopi dalam menunjang keberlanjutan usahanya. Sama halnya dengan pedagang lain, pentuan harga dilakukan dengan kesepakatan antara kedua belah pihak.

Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan secara bersama antar anggota rantai yang tergabung dalam rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong. Beberapa hal yang dibahas dalam manajemen rantai pasok kopi robusta meliputi pemilihan mitra, kesepakatan kontraktual, sistem transaksi, dukungan pemerintah, dan kolaborasi rantai pasok.

Pemilihan mitra

Petani kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong memiliki kriteria dalam pemilihan mitra. Petani akan memilih untuk menjual hasil panennya kepada calon pembeli yang menawarkan harga lebih

tinggi dan yang sudah menjadi langganan. Karena pada saat musim panen tiba, akan banyak pedagang pengumpul berkeliling ke rumah bahkan langsung ke lahan petani untuk memberi penawaran kepada petani. Selain itu, sebagian petani juga menentukan calon pembeli kopi robusta berdasarkan atas hubungan langganan atau hubungan kekeluargaan. Hubungan ini terbangun mengandalkan rasa kepercayaan yang terbangun dari rasa saling membutuhkan dan saling menguntungkan.

Kesepakatan kontraktual

Kesepakatan kontraktual adalah suatu kontrak mengenai hal-hal yang telah disepakati bersama antar pihak yang melakukan kemitraan atau kerjasama baik secara formal maupun informal. Adanya kesepakatan kontraktual dapat memberi gambaran terkait tanggung jawab dan batasan-batasan yang harus dilakukan oleh pihak yang bermitra dan dapat berfungsi dalam jangka waktu yang panjang atau sesuai kesepakatan. Kesepakatan yang terjadi antara petani kopi robusta dengan pedagang pengumpul merupakan kontrak yang dilakukan secara informal melalui kesepakatan secara lisan. Kesepakatan yang dibuat pada petani kopi robusta terkait jenis kopi, lama jemur (jika sudah dijemur), serta harga jual kopi. Sedangkan untuk kontrak antar pedagang mencakup volume dan harga jual.

Kolaborasi Rantai Pasok

Kolaborasi rantai pasok ditinjau dari adanya keterbukaan informasi antar anggota yang terjalin secara sukarela dan timbal balik sebagai salah satu hal yang mendukung kelancaran aktifitas rantai pasok. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Ahmad dan Ullah (2013), Sridharan dan Simatupang (2009), Mathuramaytha (2011) dan Sharma *et al.* (2013), dan mengenai kolaborasi rantai pasok yang menyatakan bahwa keterbukaan informasi yang baik antar anggota rantai pasok menjadi kunci suksesnya aktifitas dalam rantai pasok. Informasi berasal dari pedagang besar di luar kabupaten (Lampung) maupun industri pengolahan merupakan acuan penentuan informasi harga kopi robusta. Informasi tersebut disampaikan kepada pedagang pengumpul hingga kepada petani kopi robusta dan sebaliknya.

d. Sumber Daya Rantai Pasok

Sumber daya dalam rantai pasok dibutuhkan untuk mendukung, mengembangkan, dan mengefisienkan seluruh aktifitas yang berlangsung dalam rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong. Selain itu, sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing anggota rantai berperan dalam pengembangan seluruh anggota rantai pasok. Sumber daya yang dibahas adalah sumber daya fisik,

sumber daya teknologi, sumber daya manusia, dan sumber daya modal.

Sumber Daya Fisik

Sumber daya fisik yang dimiliki oleh pedagang pengumpul meliputi prasarana pendukung dan kendaraan. Terdapat beberapa pedagang pengumpul yang juga melakukan kegiatan budidaya kopi robusta. Sumber daya fisik peralatan budidaya sebagai prasarana pendukung yang dimiliki oleh pedagang pengumpul sama seperti peralatan yang dimiliki oleh petani kopi ditambah kepemilikan gudang, mesin alat penumbuk kopi serta timbangan dan sarana pendukung lainnya. Pedagang pengumpul menggunakan kendaraan berupa mobil *pick up* untuk melancarkan proses pembelian dan penjualan. Lain halnya dengan industri pengolahan yang memiliki sumberdaya fisik berupa mesin pengolah menjadi bubuk kopi, mesin packing, serta kendaraan sebagai penunjang proses pemasaran.

Sumber Daya Teknologi

Teknologi yang diterapkan oleh petani kopi di Kabupaten Rejang Lebong tergolong masih sederhana. Penjemuran masih memanfaatkan sinar matahari langsung. Penggunaan mesin penumbuk kopi segar hanya dimiliki oleh pedagang pengumpul. Sehingga petani masih perlu mengeluarkan biaya tambahan pada saat mengolah kopi menjadi beras kopi. Selanjutnya, industri pengolahan kopi di Kabupaten Rejang Lebong sudah

menggunakan teknologi mesin dalam pengolahan dan pengemasan.

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia pada rantai pasok kopi robusta yang dipekerjakan petani menggunakan tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga. Pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga kerja dalam keluarga umumnya aktivitas rutin seperti pemanenan dan penjemuran. Begitu juga dalam hal pembelian dan penjualan oleh pedagang pengumpul, masih memanfaatkan tenaga kerja dalam keluarga. Lain halnya dengan pedagang pengumpul kabupaten yang sudah mempekerjakan tenaga kerja di luar keluarga sebagai buruh angkut dan tenaga operasional mesin penggiling. Disisi lain, industri pengolahan memanfaatkan tenaga kerja perempuan dalam hal pengemasan. Terbukanya jaringan antara pedagang dengan pelaku industri, dapat menjalin kerjasama dan memudahkan dalam kegiatan pemasaran dan kestabilan harga jual ditingkat petani.

Sumber Daya Modal

Sumber daya modal petani kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong sebagian besar bersumber dari modal sendiri. Lain halnya dengan petani, sebagian besar pedagang pengumpul memperoleh modal dari pinjaman lembaga keuangan formal seperti perbankan maupun dari teman sesama pedagang. Sesama

pedagang pengumpul biasanya bekerjasama jika kekurangan modal untuk menebas panen petani yang cukup luas. Setelah dijual kembali ke pedagang grosir lokal, barulah modal dan keuntungan dibagi bersama. Pinjaman modal dibutuhkan pedagang dikarenakan besarnya biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran kopi robusta.

e. Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis rantai pasok menggambarkan seluruh proses yang terjadi di sepanjang rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong. Proses bisnis rantai pasok dapat dikatakan baik apabila saling terintegrasi antar anggota rantai yang tergabung di dalamnya. Pola distribusi pada rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong menggambarkan aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi yang terjadi antar anggota rantai. Hal-hal yang dibahas meliputi kelancaran ketiga aliran apakah berjalan dengan lancar atau tidak, bagaimana pelaksanaannya, dan apa kendala yang dihadapi dalam setiap aliran ini.

Produk yang dialirkan dalam rantai pasok ini adalah kopi robusta hasil panen langsung dijual kepada pedagang pengumpul desa. Hanya pada musim panen raya petani melakukan penjemuran sendiri terlebih dahulu selama satu minggu untuk selanjutnya dijual dalam bentuk kulit kopi

sudah kering berwarna hitam. Pedagang pengumpul yang membeli kopi dari petani dengan menanggung biaya transportasi. Selanjutnya, pedagang pengumpul yang menjual ke pedagang tingkat kabupaten juga menanggung biaya angkutan.

Selanjutnya aliran finansial dalam rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong yaitu berupa uang pembayaran atas produk yang dijual dari petani sebagai anggota rantai pasok pertama kepada anggota rantai pasok selanjutnya. Uang pembayaran tersebut digunakan sebagai modal untuk kembali melakukan produksi, sehingga membentuk sebuah siklus. Aliran finansial dimulai dari konsumen akhir hingga petani kopi robusta.

Proses Membangun Kepercayaan (*Trust Building*)

Proses membangun kepercayaan atau *trust building* adalah proses membangun kepercayaan antar seluruh anggota rantai pasok. Proses membangun kepercayaan di antara seluruh anggota rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong terjadi karena adanya hubungan kerjasama yang selama ini dijalankan. Kerjasama yang terjadi di sepanjang rantai pasok tidak terikat dalam kontrak secara formal, tetapi hanya mengandalkan kontrak secara informal melalui lisan. Walaupun demikian, rasa kepercayaan antar anggota rantai pasok mulai dari petani kopi tetap dapat terjalin

karena adanya rasa kekeluargaan yang telah terjalin dan terus dijaga. Selain itu proses membangun kepercayaan antar anggota rantai pasok juga terjadi karena adanya aliran informasi yang saling terbuka dalam proses bisnis rantai pasok, sehingga dalam melaksanakan aktifitas pemasaran dapat diupayakan kelancarannya demi mencapai tujuan memberi kepuasan konsumen akhir. Hubungan kepercayaan ini terbangun karena adanya komunikasi yang terus menerus dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman dalam kerjasama anggota rantai pasok.

Kinerja Rantai Pasok Kopi Robusta di Kabupaten Rejang Lebong

Kinerja rantai pasok adalah hasil dari seluruh upaya yang dilakukan oleh para anggota rantai pasok untuk memenuhi

tujuan akhir rantai pasok berupa pemenuhan kepuasan konsumen akhir. Adapun kinerja rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong diukur melalui pendekatan efisiensi pemasaran, dengan alat analisis berupa margin pemasaran dan *farmer's share*.

a. Analisis Margin Pemasaran

Perhitungan margin pemasaran kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong dapat diperoleh dari komponen harga beli dan harga jual setiap lembaga pemasaran. Petani kopi robusta menjual produk dengan harga berbeda-beda untuk setiap saluran pemasaran. Harga ini sudah mencakup biaya produksi dan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani kopi ditambah dengan keuntungan yang diperoleh. Fungsi-fungsi setiap lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 Fungsi-Fungsi Pemasaran pada Lembaga Pemasaran Kopi Robusta di Kabupaten Rejang Lebong

Saluran dan Lembaga Pemasaran	Fungsi-fungsi Pemasaran								
	Pertukaran		Fisik			Fasilitas			
	Beli	Jual	Simpan	Olah	Angkut	Sortasi Grading	Risiko	Biaya	Informasi Pasar
Saluran 1									
Petani	-	√	-	-	-	-	√	√	√
Pengumpul Desa	√	√	√	*	√	-	√	√	√
Pengumpul Kec	√	√	√	√	√	*	√	√	√
Pengumpul Kab	√	√	√	*	√	*	√	√	√
Saluran 2									
Petani	-	√	-	-	-	-	√	√	√
Pengumpul Desa	√	√	√	√	√	*	√	√	√
Pengumpul Kab	√	√	√	-	√	*	√	√	√
Saluran 3									
Petani	-	√	-	-	-	-	√	√	√
Pengumpul Desa	√	√	√	√	√	-	√	√	√
Pelaku Industri	√	√	√	√	√	√	√	√	√

Keterangan:

- √ = Melakukan fungsi pemasaran
- * = Kadang-kadang melakukan kegiatan
- = Tidak melakukan fungsi pemasaran

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani responden meliputi fungsi pertukaran berupa penjualan dan fungsi fasilitas berupa fungsi penanggungan risiko, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar. Pedagang pengumpul desa melakukan fungsi pertukaran dengan melakukan kegiatan pembelian kopi robusta dari petani dan penjualan ke pedagang pengumpul kecamatan, pengumpul kabupaten dan industri pengolahan. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, pembelian dilakukan setelah kesepakatan melalui tawar menawar antara petani dan pedagang pengumpul. Fungsi fisik berupa pengangkutan dilakukan oleh pedagang pengumpul desa pada saat pembelian dari lahan ataupun rumah petani

hingga gudang yang memiliki lapak penjemuran.

Pedagang pengumpul memiliki modal yang cukup untuk dapat menyimpan kopi hasil pembelian dari hasil panen petani. Penyimpanan ini selain untuk mencegah kerugian akibat risiko perubahan harga, dimana sewaktu-waktu dapat dijual kembali pada saat harga jual naik. Penentuan harga jual dilakukan kepada pedagang pengumpul kecamatan, kabupaten maupun industri pengolahan sebagai pihak pembeli dengan melakukan tawar menawar terlebih dahulu untuk mencapai kesepakatan harga. Setiap pelaku rantai pasok dihadapkan pada risiko harga, biaya-biaya sehingga sebisa mungkin dapat diminimalisir. Lebih jelasnya, harga jual,

harga beli dan biaya-biaya selanjutnya dilakukan perhitungan margin pemasaran

pada setiap saluran dan lembaga pemasaran disajikan pada Tabel 3

Tabel 3 Margin pemasaran kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran (Rp/Kg)		
	Saluran 1	Saluran 2	Saluran 3
Petani Kopi			
Biaya	0.00	0.00	0.00
Harga Jual	14750.00	14750.00	14750.00
Pedagang Pengumpul Desa			
Harga Beli	14750.00	14750.00	14750.00
Harga Jual	16000.00	16150.00	16400.00
Margin	1250.00	1400.00	1650.00
Biaya	750.00	775.00	800.00
Keuntungan	500.00	625.00	850.00
Pedagang Pengumpul Kecamatan			
Harga Beli	16000.00		
Harga Jual	16700.00		
Margin	700.00		
Biaya	300.00		
Keuntungan	400.00		
Pedagang Pengumpul Kabupaten			
Harga Beli	16700.00	16150.00	
Harga Jual	18000.00	17500.00	
Margin	1300.00	1350.00	
Biaya	650.00	650.00	
Keuntungan	650.00	700.00	
Total Margin	3250.00	2750.00	1650.00
Total Biaya	1700.00	1425.00	800.00
Total Keuntungan	1550.00	1325.00	850.00

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4, diketahui bahwa total margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran 1, yaitu sebesar Rp3.250.00 per kilogram, biaya pemasaran tertinggi juga terdapat pada saluran 1, yaitu sebesar Rp1700.00 per kilogram. Sedangkan biaya pemasaran terkecil yang dikeluarkan terdapat pada saluran 3, yakni sebesar Rp800.00 per kilogram. Nilai margin yang kecil merupakan salah satu indikator efisiensi dalam pemasaran secara operasional.

Analisis *Farmer's Share*

Farmer's share adalah indikator efisiensi pemasaran yang kedua setelah margin pemasaran. *Farmer's share* mengukur seberapa besar proporsi yang diterima oleh petani kopi robusta terhadap harga kopi robusta di tingkat konsumen akhir. Penelitian ini membatasi penjualan dari petani hingga harga jual pedagang pengumpul kabupaten ke pedagang luar daerah, serta penjualan pedagang pengumpul desa ke industri pengolahan kopi robusta. Berdasarkan hasil penelitian,

terdapat tiga nilai *farmer's share* yang didasarkan atas harga jual akhir kopi robusta (biji kopi) dengan pembagian seperti pembagian saluran dalam analisis margin pemasaran. Nilai *farmer's share* merupakan persentase dari harga jual yang

diterima oleh petani terhadap harga jual kopi robusta yang dibayar oleh konsumen akhir. *Farmer's share* yang diterima petani kopi pada tiap saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 *Farmer's share* pada Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Kabupaten Rejang

Lebong			
Jenis dan Saluran Pemasaran	Harga di Tingkat Petani (Rp/Kg)	Harga di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
Untuk Konsumsi			
Saluran 1	14750.00	18000.00	81.94
Saluran 2	14750.00	17500.00	84.29
Saluran 3	14750.00	16400.00	89.94

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 4 menunjukkan bahwa *farmer's share* yang diterima petani tiap saluran berbeda. Secara berurutan, nilai *farmer's share* tertinggi terdapat pada saluran 3 yakni sebesar 89,94% diikuti saluran 2 sebesar 84,29% serta *farmer's share* terkecil terdapat pada saluran 1 sebesar 81,94%. Pola saluran 3 lebih tinggi dibanding saluran lainnya disebabkan karena memiliki saluran pemasaran terpendek jika dilihat dari jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dan pasar tujuan. Sejalan dengan penelitian Jumiaty, *et al.* (2013) dan Sukayana *et al.* (2013) bahwa semakin pendek saluran pemasaran, maka semakin besar kontribusi harga yang dinikmati petani. Sehingga pemasaran yang paling menguntungkan bagi petani kopi

robusta di Kabupaten Rejang Lebong terdapat pada saluran 3 karena memiliki nilai *farmer's share* terbesar. Sehingga melalui pendekatan margin pemasaran dan *farmer's share*, kinerja rantai pasok kopi saluran 3 lebih efisien dibandingkan saluran lainnya. Kondisi ini dilihat dari nilai margin pemasaran kopi robusta yang lebih kecil, namun nilai *farmer's share*nya lebih besar.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan pembahasan terhadap hasil yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa melalui pendekatan *Food Supply Chain Network* (FSCN) kondisi rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong sudah berjalan

dengan lancar. Hal ini terlihat dari integrasi atau kerjasama antar pelaku rantai pasok sudah terjalin khususnya dengan industry pengolahan kopi. Terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran kopi robusta di Kabupaten Rejang Lebong dan dapat diukur kinerja rantai pasoknya. Melalui analisis margin pemasaran dan *farmers' share* menunjukkan bahwa rantai pasok kopi robusta pada saluran 3 lebih efisien dibandingkan dengan saluran 1 dan saluran 2 karena memiliki margin terendah dan *farmers' share* tertinggi.

Saran

Agar lebih efisien maka lembaga tataniaga dapat menempuh dan memilih saluran 3, yakni petani ke pedagang pengumpul desa kemudian ke pelaku industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad S, Ullah A. 2013. Driving forces of collaboration in supply chain: a review. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* November 2013;5(7): 39-69.
- [BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Rejang Lebong. 2018. Kabupaten Rejang Lebong dalam Angka 2018. BPS Kab Rejang Lebong.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2016. Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017 Kopi. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- [ICO] International Coffee Organization. 2019. Historical data total production by all exporting countries [internet]. [diakses Juli 2019]. Tersedia pada <http://www.ico.org/prices/production.pdf>.
- Jumiati E, Darwanto, Hartono, Masyhuri. 2013. Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Kelapa dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *AGRIFOR*: 12(1). 1-10
- Mathuramaytha C. 2011. Supply chain collaboration—what's an outcome?: a theoretical model. *International Proceedings of Economics Development and Research*; 11(2011): 102-108.
- Noviantari K, Hasyim AI, Rosanti N. 2015. Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Agroindustri Kopi Luwak Di Provinsi Lampung. *JIIA*: 3 (1). 10 – 17.
- Sridharan M, Simatupang TM. 2009. Managerial views of supply chain collaboration: an empirical study. *Gadjah Mada International Journal of Business* May-August 2009; 11(2): 1-21.
- Sukayana IM, Darmawan DP, Wijayanti NPU. 2013. Rantai Nilai Komoditas Kentang Granola di Desa Candikuning Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. Vol 2(3): 99-108.
- Van der Vorst JGAJ. 2006. *Performance measurement in agri-food supply chain networks*. Di dalam: Ondersteijn CJM, Wijnands JHM, Huirne RBM, Van Kooten O, editor. *Quantifying The Agri-food Supply Chain*. Netherland (NL): Springer. Hal 13-24