

ANALISIS RANTAI PASOK (SUPPLY CHAIN) DAN PENINGKATAN NILAI TAMBAH PADA AGROINDUSTRI KOPI (STUDI KASUS DI DESA TAMBORA KECAMATAN PEKAT KAB. DOMPI, NUSA TENGGARA BARAT)

SUPPLY CHAIN ANALYSIS AND IMPROVING ADDITIONAL VALUE IN COFFEE AGROINDUSTRY (CASE STUDY IN TAMBORA VILLAGE, PEKAT DISTRICT, DOMPI REGENCY, NUSA TENGGARA BARAT)

Fiqri Rirahman

email: fiqri.rirahman@gmail.com

ABSTRACT

FIQRI RIRAHMAN. Supply Chain Analysis and Increase of Value Added on Coffee Agroindustry (Case Study in Tambora Village, Pekat District, Dompu Regency of West Nusa Tenggara).

The supply chain determines the success rate of an agricultural commodity. This study aims to examine the condition of the supply chain through the processing of coffee beans. Includes the efficiency of coffee marketing in Tambora Village.

This research was conducted on June - July 2017 at Tambora Village, Pekat Subdistrict, Dompu Regency, Nusa Tenggara Barat with the respondent of the coffee supply chain: farmers, village collectors, sub-district collectors, wholesalers, exporters and manufacturers, coffee

agroindustry. Data analysis used is qualitative descriptive analysis, improvement analysis.

The results of the research show that there are 3 (three) robusta coffee supply chain grooves: 1. Coffee farmers - Dusun/desa collector collectors - District level collectors - Large traders in Sumbawa Besar - Exporters and manufacturers in Surabaya 2. Coffee farmers - Kecamatan - Large traders in Sumbawa Besar - Exporters and manufacturers in Surabaya. 3. Coffee farmers – Kecamatan - level traders - Home industry in Dompu and Bima districts - Markets (retail, minimarket,) - Consumers. The added value of UD coffee agro-industry. Lamonda of Rp16,742.30 and UD. Nogo Sosro Rp30,150. Marketing efficiency at UD. Lamonda 3.62% and UD. Nogo Sosro 4.48%.

Keywords: *Supply Chain, Value added, Agroindustry, Robusta Coffee*

ABSTRAK

Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) dan Peningkatan Nilai Tambah pada Agroindustri Kopi (Studi Kasus di Desa Tambora Kecamatan Pekat Kabupaten Dompu Nusa Tenggara Barat.

Rantai pasok sangat menentukan tingkat keberhasilan distribusi suatu komoditi pertanian. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kondisi rantai pasokan kopi diantaranya aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan dan nilai tambah yang muncul akibat adanya proses pengolahan oleh pelaku rantai pasok kopi melalui

pengolahan biji kopi. Termasuk efisiensi pemasaran kopi di Desa Tambora.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan juni – juli 2017 di Desa Tambora Kecamatan Pekat Kabupaten Dompu Nusa Tenggara Barat dengan responden pelaku rantai pasok kopi diantaranya :petani, pedagang pengumpul desa, pedagang pengepul kecamatan, pedagang besar, Ekportir dan pabrikan, agroindustri kopi. Analisa data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, analisis peningkatan nilai tambah dan analisis efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan ada 3 (tiga) alur rantai pasok kopi robusta yaitu 1. Petani kopi – Pedagang pengumpul tingkat Dusun/Desa – Pedagang pengepul tingkat Kecamatan – Pedagang besar di Sumbawa Besar – Eksportir dan pabrikan di Surabaya 2. Petani kopi – Pedagang pengepul tingkat Kecamatan – Pedagang besar di Sumbawa Besar – Eksportir dan pabrikan di Surabaya. 3.Petani kopi – Pedagang pengepul tingkat Kecamatan – Industri Rumahan di wilayah kabupaten Dompu dan Bima - Pasar (eceran, minimarket,) - Konsumen. Nilai tambah yang diperoleh agroindustri kopi UD. Lamonda sebesar Rp16.742,30 dan UD. Nogo Sosro sebesar Rp30.150. Efisiensi pemasaran pada UD. Lamonda 3,62% dan UD. Nogo Sosro 4,48%.

Kata Kunci :Rantai Pasok, Nilai tambah, Agroindustri, Kopi Robusta

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu sentra produksi kopi yang ada di Indonesia. Salah satu sentra produksi kopi di Provinsi NTB terdapat di Kabupaten Dompu dengan luas areal 1.230 hektar dan produksi 70.217 ton pada tahun 2013 dan 76.180 ton pada tahun 2014 dengan luas areal yang sama (BPS Kabupaten Dompu, 2015).

Salah satu sentra produksi kopi yang ada di Kabupaten Dompu terdapat di Desa Tambora Kecamatan Pekat. Permintaan kopi yang berada di Desa Tambora ini terbilang cukup tinggi khususnya pada jenis kopi robusta. Minat konsumen terhadap kopi robusta asal Desa Tambora ini dibuktikan dengan kerjasama yang terjalin antara para petani dengan eksportir melalui perantara pedagang besar. Adapula yang melakukan pengolahan hingga menjadi produk kopi bubuk untuk memenuhi permintaan konsumen yang dilakukan oleh pelaku agroindustri.

Demikian pula dengan pengolahan kopi bubuk yang melibatkan unit-unit pengolahan kopi seperti agroindustri. Kegiatan yang dilakukan oleh petani dan lembaga-lembaga lainnya tersebut memunculkan pola rantai pasokan atau *supply chain* yang didalamnya juga terdapat aliran produk, aliran informasi dan aliran finansial. Kegiatan tersebut dilakukan agar keuntungan dapat diraih oleh mata rantai yang terlibat serta tujuan yang diinginkan oleh masing-masing mata rantai dapat tercapai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji beberapa hal terkait kondisi rantai pasokan kopi diantaranya aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan dan nilai tambah yang muncul akibat adanya proses pengolahan oleh pelaku agroindustri kopi melalui pengolahan biji kopi hingga menjadi kopi bubuk kemasan yang ada di Desa Tambora Kecamatan Pekat Kabupaten Dompu.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem rantai pasok kopi robusta di Desa Tambora Kecamatan Pekat Kab. Dompu?
2. Berapa besar nilai tambah pada industri kopi robusta di Desa Tambora Kecamatan Pekat Kab. Dompu?
3. Berapa besar persentase nilai efisiensi pemasaran kopi robusta di Desa Tambora Kecamatan Pekat Kab. Dompu?

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tambora Kecamatan Pekat Kabupaten Dompu, NTB. Adapun waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Juni - Juli 2017.

Populasi dan Sampel

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh peneliti di lokasi penelitian, terdapat 2 (dua) industri rumahan (*home industri*) yang melakukan pengolahan biji kopi

menjadi kopi robusta bubuk yaitu UD. Nogo Sosro dan UD. Lamonda.

Pengambilan sampel untuk pelaku rantai pasok kopi robusta yang meliputi petani kopi, pedagang buah kopi, agroindustri kopi robusta dan konsumen dilakukan dengan cara snowball. Jumlah populasi petani kopi pada lokasi penelitian sebanyak 128 orang yang kemudian ditarik sebagai sampel penelitian sebesar 19 orang dari 4 (empat) dusun yang ada di Desa Tambora. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui jumlah pedagang pengumpul, pedagang pengepul dan pedagang besar yang berada pada lokasi penelitian. Informasi yang diperoleh dari sampel petani responden, terdapat 2 (dua) pedagang pengumpul biji dan buah kopi yang berada di lokasi penelitian sedangkan pengumpul buah kopi terdapat 1 responden yang berada di Desa Kadindi Nangamiro dan pedagang besar biji kopi robusta terdapat di Kabupaten Sumbawa Besar.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan untuk wilayah Desa Tambora dengan menggunakan data primer dan data sekunder.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis mekanisme rantai pasok sedangkan analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis nilai tambah yang

diperoleh dari kegiatan agroindustri kopi robusta.

Sistem Rantai Pasok

Analisis sistem rantai pasok digunakan untuk menjawab tujuan pertama, yaitu untuk mengetahui pola alur rantai pasok pada agroindustri kopi robusta. Rantai pasok merupakan sebuah sistem yang menghubungkan antara pemasok bahan baku, agroindustri, pedagang dan konsumen.

Analisis Nilai Tambah

Kegiatan mengolah kopi menjadi kopi robusta bubuk mengakibatkan bertambah nilai komoditi tersebut. Untuk menjawab tujuan penelitian mengenai besarnya nilai tambah dari kopi menjadi kopi robusta bubuk pada agroindustri kopi robusta di Desa Tambora dapat dilakukan dengan menggunakan metode nilai tambah Hayami.

Kriteria nilai tambah adalah :

1. Jika $NT > 0$, berarti pengembangan agroindustri kopi robusta memberikan nilai tambah hasilnya positif
2. Jika $NT < 0$, berarti pengembangan agroindustri kopi robusta tidak memberikan nilai tambah hasilnya negatif.

Analisis Efisiensi Pemasaran

Pengujian tingkat efisiensi pemasaran juga dilakukan untuk mengetahui apakah sistem rantai pasok kopi robusta di Desa Tambora efisien atau tidak.

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100 \%$$

EP = efisiensi pemasaran (%)

TB = total biaya (rupiah)

TNP = total nilai produk (rupiah)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Rantai Pasok Kopi

Rantai pasok merupakan serangkaian kegiatan produktif dari hulu ke hilir yang saling berhubungan antar aktifitas dan membentuk suatu rantai nilai dalam industri. Rantai pasok terdiri dari beberapa unsur dan pihak yang terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung. Pelaku rantai pasok dalam kegiatan agroindustri kopi robusta di Desa Tambora meliputi petani kopi, pengepul buah kopi, pedagang buah kopi, pelaku agroindustri kopi, pedagang kopi bubuk, dan konsumen.

Aliran produk kopi biji yang melibatkan beberapa pelaku pasar di lokasi survei dapat dibagi menjadi 3 (dua), yaitu sebagai berikut :

I. Petani kopi - Pedagang pengumpul tingkat dusun - Pedagang pengepul tingkat desa - Pedagang besar di Sumbawa Besar - Eksportir dan pabrikan di Surabaya.

II. Petani kopi - Pedagang pengepul tingkat desa - Pedagang besar di Sumbawa Besar - Eksportir dan pabrikan di Surabaya.

III. Petani kopi - Pedagang pengepul tingkat desa - Industri Rumahan di wilayah kabupaten Dompu dan Bima - Pasar (eceran, minimarket,) - Konsumen.

Analisis Nilai Tambah Industri Rumahan (*Home Industri*) Kopi Robusta Bubuk pada UD. Nogo Sosro dan UD. Lamonda

Metode analisis nilai tambah digunakan untuk menjawab tujuan penelitian selanjutnya yaitu untuk mengetahui nilai tambah pada agroindustri kopi robusta di Desa Tambora.

. Nilai Tambah Per Kilogram Bahan Baku Kopi Bubuk Pada *Home Industri* Kopi Robusta UD. Nogo Sosro Desa Tambora, Kecamatan Pekat, Kabupaten Dompu Tahun 2017.

No	Uraian	Nilai
UD. Nogo Sosro		
1	Nilai Produksi	Rp84.000
2	Intermediate Cost	Rp18.850
3	Nilai Tambah	Rp 30.150
4	Rasio Nilai Tambah	36%
5	Rasio Keuntungan	2%
UD. Lamonda		
1	Nilai Produksi	Rp 84.000
2	Intermediate Cost	Rp31.257,70
3	Nilai Tambah	Rp 16.742,30
4	Rasio Nilai Tambah	20%
5	Rasio Keuntungan	2,40%

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2017

Nilai tambah merupakan selisih nilai produksi dengan *intermediate cost*. Nilai *intermediate cost* pada *home industri* sebesar Rp 18.850,13 per kilogram kopi biji. *Intermediate cost* merupakan penjumlahan biaya variabel tanpa biaya tenaga kerja. Nilai tambah kopi bubuk adalah Rp 30.150,00 per kilogram dengan rasio nilai tambah sebesar 36 % yang artinya Rp 84.000 dari nilai produk, 36

%merupakan nilai tambah dari pengolahan produk. Dari penjualan kopi bubuk keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 28.482,87 yang berarti bahwa 2 % merupakan keuntungan yang diperoleh agroindustri. Hal ini menunjukkan bahwa kopi robusta bubuk memberikan nilai tambah Rp 30.150,00 per kilogram dengan rasio nilai tambah 36 % pada *home industri* pengolahan kopi bubuk UD. Nogo Sosro.

Nilai tambah merupakan selisih nilai produksi dengan *intermediate cost*. Nilai *intermediate cost* pada *home industri* sebesar Rp 31.257,70 per kilogram kopi biji. *Intermediate cost* merupakan penjumlahan biaya variabel tanpa biaya tenaga kerja. Nilai tambah kopi bubuk adalah Rp 16.742,30 per kilogram dengan rasio nilai tambah sebesar 20 % yang artinya Rp 84.000 dari nilai produk, 20 % merupakan nilai tambah dari pengolahan produk. Dari penjualan kopi bubuk keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 14.742,30 yang berarti bahwa 2 % merupakan keuntungan yang diperoleh agroindustri. Hal ini menunjukkan bahwa kopi robusta bubuk memberikan nilai tambah Rp 16.742,30 per kilogram dengan rasio nilai tambah 20 % pada *home industri* pengolahan kopi bubuk UD. Lamonda.

Analisis Efisiensi Pemasaran Industri Rumahan (*home industri*)Kopi Robusta Bubuk pada UD. Nogo Sosro dan UD. Lamonda

Pengujian tingkat efisiensi pemasaran juga dilakukan untuk mengetahui apakah sistem rantai pasok kopi robusta di Desa Tambora

efisien atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan konsep efisiensi pemasaran dimana efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (1989) merupakan perbandingan antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan.

Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta Bubuk pada UD. Nogo Sosro dan UD. Lamonda

No	Nama Industri	Total Biaya Rp/Kg	Total Nilai Produk Rp/Kg	Efisiensi Pemasaran %
1	UD. Nogo Sosro	5.333,33	110.000	4,48
2	UD. Lamonda	5.000	132.000	3,62

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2017

Tingkat nilai efisiensi antara kedua *home industri* hampir setara yaitu pada UD. Nogo Sosro sebesar 6,2% sedangkan pada UD. Lamonda sebesar 6,3%. Pada saluran pemasaran dari pembahasan sebelumnya dapat dilihat dari masing-masing agroindustri memiliki saluran pemasaran yang sama yaitu Petani – Pedagang pengepul – Agroindustri di Kab. Dompu dan Kab. Bima – Pedagang Pengecer dan Minimarket – Konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Rantai pasok kopi robusta di Desa Tambora Kecamatan Pekat Kabupaten Dompu dipasarkan dengan 2 jenis hasil yaitu kopi

robusta olah kering (biji kering) dan kopi robusta olah kering (buah merah yang telah dijemur). Rantai pasok kopi robusta tersebut terdiri dari beberapa saluran pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat terdiri dari petani sebagai produsen, tengkulak, pedagang pengumpul desa, pedagang besar di Sumbawa Besar (UD Wijaya), eksportir dan pabrikan, Agroindustri, Pemasar (Eceran dan Minimarket) dan konsumen.

2. Besarnya nilai tambah pada dua *home industri* kopi robusta bubuk yaitu UD. Nogo Sosro dan UD. Lamonda memiliki nilai tambah yang berbeda. Nilai tambah yang didapatkan oleh UD. Nogo Sosro sebesar Rp 30.149,87 per kilogram bahan baku dengan rasio nilai tambah sebesar 36 %. Sedangkan pada UD. Lamonda nilai tambah yang diperoleh sebesar Rp 16.742,30 per kilogram bahan baku yang digunakan dalam satu kali proses produksi atau dengan rasio nilai tambah sebesar 20 %.
3. Nilai efisiensi pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran kopi arabika pada UD. Nogo Sosro dan UD. Lamonda. Tingkat nilai efisiensi antara kedua *home industri* hampir setara yaitu pada UD. Nogo Sosro sebesar 6,2 % sedangkan pada UD. Lamonda sebesar 6,3 %. Persentase nilai efisiensi didapat dari hasil total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dibagi dengan total nilai produk yang didapat. Total biaya produksi pada UD. Nogo Sosro sebesar Rp

1.562.506,66 atau Rp 52.083,55 per kilogram dengan total nilai produk sebesar Rp 2.520.000 atau Rp 84.000 per kilogram. Sedangkan pada UD. Lamonda total biaya yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 2.662.884,89 dengan total nilai produk sebesar Rp 4.200.000 atau Rp 84.000 per kilogram.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto.2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Anatan, L. 2008. *Managemen Rantai Pasok (Supply Chain Management)*. Alfabeta. Bandung
- Anatan, L. dan Ellitan, L. 2008. *Supply Chain Management, Teori dan Aplikasi*. Alfabeta. Bandung.
- Anwar, S. N. 2011. *Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Manajemen): Konsep dan Hakikat*". *Jurnal Dinamika Informatika* Volume3No.2. Universitas Islam Bandung. <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti2/article/view/1315/531>. Diakses Tanggal 25Maret 2017.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Berita Resmi Statistik No. 35/05/Th. XVI*, http://www.bps.go.id/brs_file/nak_er_06mei15.pdf. Diakses Tanggal 25 Maret 2017.
- Ginting. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Prenhanlindo. Jakarta
- Haryanto, B. 2002. *Prospek Tinggi Bertani Kopi*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Hayami dkk. 1987. *Agricultural Marketing and Processing In Upland Java; Perspektif From a Sunda Vilage*. Vilage The CGPRT. Bogor.
- Indrajit, R.E, Djokopranoto R. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Kootler. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Prenhanlindo. Jakarta.
- Maimun. 2012. *Analisis Pendapatan Usahatani dan Nilai Tambah Saluran Pemasaran Kopi Arabika Organik dan Non Organik*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Syiah Kuala
- Pudyawan. 2005. *Supply Chain Management*. PT. Guna Widya. Jakarta
- Puspita, S. 2013. *Analisis Nilai Tambah Dan Pengembangan Produk Olahan Kopi Di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Jember
- Rizaldy, G. 2015. *Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Kopi Rakyat Di Kabupaten Jember*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Jember

Saidarma. 2013. Analisis Pendapatan Petani Kopi Arabika (*Coffea Arabica*) dan Margin Pemasaran di Distrik Kamu Kabupaten Dogiyai. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Papua

Soekartawi. 1989. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. Rajawali. Jakarta

Soekartawi. 1989. Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian. Deptan. Jakarta

Soetrino. 2006. Pengantar ilmu pertanian. CV. Bayumedia Publishing. Malang.