

Analisis Rantai Nilai Kopi untuk Meningkatkan Nilai Tambah pada Petani di Indonesia

Randy Pranata

Program Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana
Universitas Katolik Parahyangan, randynata21@gmail.com

Maria Merry Marianti

Magister Manajemen Universitas Katolik Parahyangan
Universitas Katolik Parahyangan, merrym@unpar.ac.id

Abstract

The growth in world's coffee consumption, should to be used for coffee-producing developing countries to get profits, including Indonesia. Global Market Era demands that every product sold has good quality. The vast area that Indonesia has, cannot yet be used to produce high quantities of production and increase farmers welfare, along with poverty alleviation. Value chain analysis is carried out to see the potential of each chain in this industry to increase its added value, including farmers. The purpose of this research is to provide a problem analysis and recommendations for increasing added value for Indonesian coffee farmers. From the result of this research, it was found that coffee farmers in Indonesia didn't have a good level of knowledge in the use of their coffee plantation. Indonesian coffee farmers can increase added value through three strategies, product upgrading, process improvement and functional improvement.

Keywords: *Coffee, Value Chain*

Abstrak

Pertumbuhan konsumsi kopi dunia, perlu dimanfaatkan bagi negara-negara berkembang penghasil kopi untuk mendapatkan keuntungan, termasuk Indonesia. Era Pasar Goblal menuntut setiap produk yang diperjualbelikan memiliki kualitas yang baik. Jumlah luas area lahan yang dimiliki Indonesia belum dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan jumlah produksi yang tinggi dan membangun kesejahteraan petani, seiring dengan pengentasan kemiskinan. Analisis rantai nilai dilakukan untuk melihat potensi setiap rantai dalam industri ini untuk ditingkatkan nilai tambahnya, termasuk petani. Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk memberikan analisis permasalahan dan rekomendasi peningkatan nilai tambah pada petani kopi Indonesia. Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa petani di Indonesia belum memiliki tingkat pengetahuan yang baik dalam pemanfaatan lahan perkebunan kopi yang mereka miliki. Petani kopi Indonesia dapat meningkatkan nilai tambah melalui tiga strategi, yaitu peningkatan produk, peningkatan proses, dan peningkatan fungsional.

Kata Kunci: Kopi, Rantai Nilai

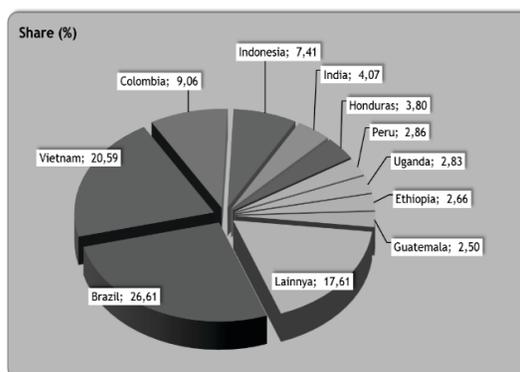
1. Pendahuluan

Di era globalisasi, kegiatan ekspor menjadi semakin penting karena merupakan salah satu penggerak perekonomian suatu negara. Era globalisasi dan perdagangan bebas telah mendorong persaingan antarnegara menjadi semakin ketat. Setiap negara, termasuk Indonesia, berusaha terus meningkatkan kuantitas dan juga kualitas eksportnya. Setiap negara terus meningkatkan daya saing produknya agar lebih efisien dan laku di pasar internasional (Badan Pusat Statistik, 2018).

Badan Pusat Statistik (2018), mengategorikan komoditas ekspor menjadi dua kelompok besar, yaitu komoditas migas dan nonmigas. Selanjutnya kelompok nonmigas dibagi lagi menjadi tiga kelompok komoditas, yaitu komoditas hasil pertanian, hasil industri olahan, dan hasil pertambangan. Sektor pertanian mempunyai peranan yang cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup besar yaitu sekitar 13,45 persen pada tahun 2016. Salah satu sub sektor pertanian yang cukup besar potensinya adalah sub sektor perkebunan (Badan Pusat Statistik, 2016). Kontribusi sub sektor perkebunan dalam PDB yaitu sekitar 3,46 persen pada tahun 2016 atau merupakan urutan pertama di sektor pertanian, peternakan, perburuan, dan jasa pertanian (Badan Pusat Statistik, 2016).

Kopi merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Kopi juga merupakan salah satu komoditas ekspor Indonesia yang cukup penting sebagai penghasil devisa negara selain minyak dan gas. Saat ini, kopi merupakan komoditas ekspor utama dari sektor pertanian yang memiliki nilai US\$1.175,4 juta di tahun 2017 (Badan Pusat Statistik, 2018). Globalisasi akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat, sehingga hanya negara yang memiliki daya saing yang kuat saja yang mampu bertahan. Hal ini menuntut produsen kopi di dunia, khususnya di Indonesia, untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh para pesaing (Tambunan, 2004 dalam Sari *et al.*, 2016).

Indonesia saat ini menjadi eksportir kopi terbesar keempat di dunia dengan jumlah rata-rata ekspor kopi 568,33 ton atau menguasai pasar kopi ekspor dunia sebesar 7,41%. Indonesia masih kalah dengan Brazil, Vietnam, dan Columbia yang menjadi tiga negara eksportir kopi terbesar dengan menguasai pasar sebesar 26,61%, 20,59%, dan 9,06% (Kementerian Pertanian, 2017).



Gambar 1. Pangsa Pasar Negara Eksportir Kopi (Badan Pusat Statistik, 2016)

Hasil ekspor kopi Indonesia tidak mencerminkan besarnya potensi perkebunan kopi yang dimiliki. Berdasarkan data Kementerian Pertanian (2017), luas lahan perkebunan kopi Indonesia merupakan yang terbesar kedua di dunia sebesar 1,2 juta hektar, hanya kalah dari Brazil dengan 2,1 juta hektar lahan. Namun jumlah produksi kopi Indonesia kalah dibandingkan Columbia dan Vietnam yang masing-masing hanya memiliki luas lahan 753 ribu hektar dan 559 ribu hektar. Jumlah hasil produksi kopi Indonesia per tahun hanya mencapai angka 683 ton, sedangkan Vietnam dapat mencapai 1,6 juta ton. Hal ini menunjukkan rendahnya produktivitas hasil perkebunan kopi Indonesia.

Menurut Neilson (2015), permasalahan umum dari daerah penghasil kopi di Indonesia adalah hasil yang rendah, organisasi petani yang lemah dan dukungan pemerintah yang terbatas. Sampai sekarang, kopi belum dianggap sebagai tanaman yang memiliki kepentingan strategis. Kurangnya perhatian khusus ini memberikan peluang yang menarik bagi pemerintah untuk secara signifikan meningkatkan prospek pengembangan dalam sektor kopi. Hal ini penting karena terdapat sejumlah besar masyarakat yang hidupnya bergantung pada kopi melalui produksi pertanian pada lahan sendiri, sebagai buruh tani musiman, dan melalui pekerjaan dalam perdagangan, pengolahan dan ritel. Komoditas ini menjadi sumber pendapatan utama petani dari $\pm 1,97$ juta kepala keluarga yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia (Sari *et al.*, 2016). Banyak dari mata pencaharian pedesaan ini menjadi tidak pasti, dan sebagian besar dari 2 juta rumah tangga yang berada di bawah garis kemiskinan diperkirakan akan tetap berada dalam produksi kopi di masa mendatang meskipun ada peluang berkembang di sektor lain. Oleh karena itu, sektor kopi memiliki kepentingan strategis, khususnya bagi pengentasan kemiskinan pedesaan di Indonesia (Neilson, 2015).

Menurut Taufik *et al.*, (2018), petani hanya menyumbangkan proporsi 3,4% terhadap harga jual akhir kopi. Sedangkan para eksportir dan pemanggang (*roasters*) menyumbangkan proporsi nilai sebesar 29% dan 62,5% terhadap harga jual akhir kopi di Indonesia. Nilai ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti *et al.*, (2015), yang mengemukakan bahwa harga kopi di tingkat petani untuk jenis Robusta adalah Rp17.000,00 per kg dan jenis Arabika seharga Rp35.600,00 per kg. Harga melonjak ketika sudah melalui proses pemanggangan yang mencapai Rp107.000,00 per kg untuk jenis Robusta dan Rp150.000,00 per kg untuk jenis Arabika. Nilai ekonomis yang rendah di tingkat petani dibandingkan di tingkat pemanggang menunjukkan adanya ketidakseimbangan dalam penambahan nilai pada rantai pasok kopi di Indonesia. Dari permasalahan yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jumlah produksi kopi, luas lahan,

dan produktivitas perkebunan kopi Indonesia. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi tentang bagaimana cara meningkatkan nilai tambah pada petani kopi Indonesia.

2. Landasan Teori

Analisis rantai nilai adalah pendekatan analitis yang dapat digunakan untuk memahami sifat hubungan antara perusahaan lokal dan pasar global, dan untuk menganalisis hubungan dalam perdagangan global dan produksi (Kaplinsky dan Morris, 2001). Ini memberikan wawasan tentang cara produsen, perusahaan, wilayah atau negara untuk terhubung dengan pasar global, yang memengaruhi kemampuan mereka untuk memperoleh manfaat dari berpartisipasi dalam ekonomi global. Lebih lanjut, ini membantu menjelaskan distribusi manfaat, khususnya pendapatan, kepada para pelaku yang berpartisipasi dalam ekonomi global. Hal ini memungkinkan identifikasi kebijakan, yang dapat diimplementasikan untuk memungkinkan produsen meningkatkan bagian mereka dari keuntungan yang dapat dihasilkan dari globalisasi (Kaplinsky dan Morris, 2001).

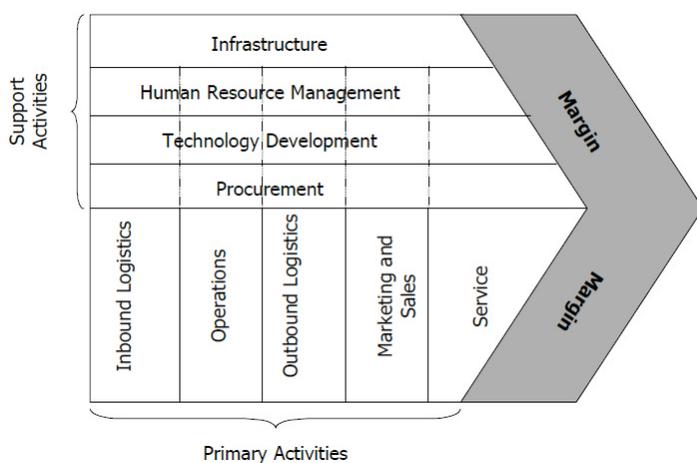
Menurut Porter (1985), rantai nilai menampilkan nilai total yang terdiri dari aktivitas nilai dan margin. Aktivitas nilai adalah aktivitas nyata secara fisik dan teknologi yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini merupakan kegiatan perusahaan dalam menciptakan produk yang lebih berharga bagi pembelinya. Margin adalah selisih antara nilai total dan biaya kolektif dari melakukan aktivitas nilai. Margin dapat diukur dalam berbagai cara. Rantai nilai pemasok dan penyalur juga mencakup margin yang penting untuk dipisahkan dalam memahami sumber biaya perusahaan, karena pemasok dan penyalur pada rantai nilai mendapatkan margin yang merupakan bagian dari biaya total yang ditanggung oleh pembeli.

Setiap aktivitas nilai menggunakan input material, sumber daya manusia (tenaga kerja dan manajemen), dan beberapa bentuk teknologi untuk menjalankan fungsinya. Setiap aktivitas nilai juga menggunakan dan membuat informasi, seperti data pembeli (entri pesanan), parameter kinerja (pengujian), dan statistik kegagalan produk. Aktivitas nilai dapat juga menciptakan aset keuangan seperti persediaan dan piutang, atau kewajiban seperti hutang dagang (Porter, 1985).

Secara umum, aktivitas nilai dapat dibagi menjadi dua tipe, yaitu, aktivitas utama dan aktivitas pendukung, seperti yang terlihat pada Gambar 2 (Barnes, 2001). Aktivitas utama adalah kegiatan yang terlibat dalam penciptaan fisik produk dan penjualannya dan transfer ke pembeli serta bantuan purna jual. Aktivitas utama dapat dibagi ke dalam lima kategori umum, yaitu logistik barang masuk, operasi/produksi, logistik barang keluar, pemasaran dan penjualan, serta layanan lainnya (Barnes, 2001). Aktivitas pendukung merupakan aktivitas yang mendukung aktivitas utama dengan menyediakan aktivitas pembelian, pengembangan teknologi, manajemen sumberdaya manusia, dan infrastruktur. Garis putus-putus pada Gambar 2 mencerminkan bahwa pengadaan, pengembangan teknologi, dan manajemen

sumberdaya manusia dapat dikaitkan dengan kegiatan utama tertentu serta mendukung aktivitas pada seluruh rantai nilai. Infrastruktur perusahaan tidak terkait dengan kegiatan utama tertentu tetapi mendukung seluruh rantai.

Aktivitas nilai merupakan landasan dalam mencapai keunggulan kompetitif. Setiap aktivitas yang dilakukan, apabila dikombinasikan secara ekonomis, akan menentukan apakah suatu perusahaan akan memiliki biaya yang lebih tinggi atau rendah dibandingkan dengan pesaingnya. Setiap aktivitas nilai yang dilakukan juga akan menentukan kontribusinya terhadap pemenuhan kebutuhan pembeli dan diferensiasinya. Perbandingan rantai nilai dengan kompetitor akan memaparkan perbedaan yang menentukan keunggulan kompetitif (Porter, 1985). Diferensiasinya. Perbandingan rantai nilai dengan kompetitor akan memaparkan perbedaan yang menentukan keunggulan kompetitif (Porter, 1985).



Gambar 2. Aktivitas Rantai Nilai (Barnes, 2001)

3. Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian literatur. Peneliti mengumpulkan data-data sekunder dan analisis dari peneliti lain. Data dan pembahasan yang didapatkan melalui penelitian literatur dikumpulkan, diolah, dan disampaikan peneliti untuk memperluas wawasan dalam analisis rantai nilai petani kopi di Indonesia.

4. Data dan Analisis

4.1. Jumlah Produksi Kopi Indonesia

Jumlah produksi kopi Indonesia sejak tahun 2012 terus mengalami penurunan hingga 7,77% sejak 2012. Di tahun 2017, jumlah produksi kopi Indonesia menurun tipis 0,28% menjadi 637,5 ribu ton dari tahun sebelumnya. Hasil ini masih jauh dibawah negara penghasil kopi terbesar lainnya seperti Brazil, Vietnam, dan Colombia. Total produksi tahunan Brazil yang merupakan penghasil kopi terbesar dunia saat ini adalah mencapai 3 juta ton per tahun, Vietnam mencapai 1,7 ton per tahun, dan Columbia

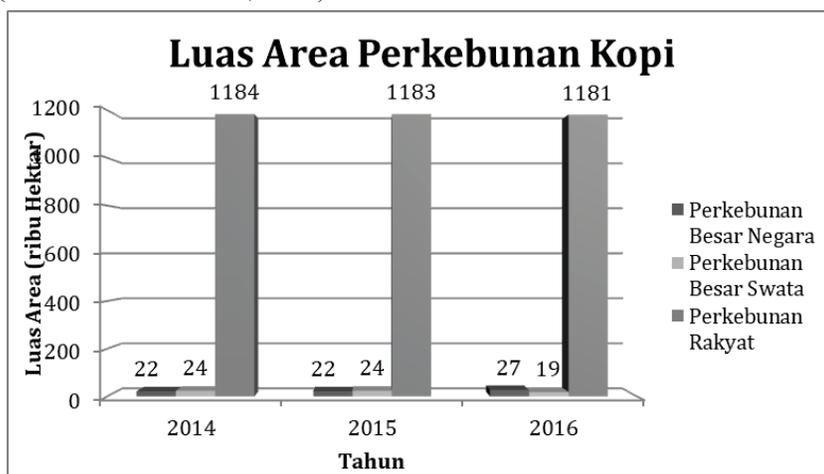
mencapai 840 ribu ton per tahun. Jumlah produksi kopi Indonesia masih didominasi oleh kopi jenis Robusta. Sebanyak 90% jumlah kopi di Indonesia merupakan jenis Robusta dan sisanya 10% jenis Arabika (Badan Pusat Statistik, 2016).



Gambar 1. Jumlah Produksi Kopi Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2016)

4.2. Luas Area Perkebunan Kopi

Perkebunan kopi di Indonesia menurut kepemilikannya dibagi menjadi 2, yaitu Perkebunan Besar (PB) dan Perkebunan Rakyat (PR). Perkebunan Besar dibagi lagi menjadi 2 yaitu, Perkebunan Besar Negara (PBN) dan Perkebunan Besar Swasta (PBS). Jumlah luas area lahan Perkebunan Rakyat mendominasi luas lahan total dari perkebunan kopi di Indonesia. Luas area Perkebunan Rakyat selama tahun 2014 sampai 2016 mengalami penurunan dari 1,184 juta hektar di tahun 2014, menjadi 1,183 juta hektar di tahun 2015, dan menurun lagi menjadi 1,181 juta hektar di tahun 2016 (Badan Pusat Statistik, 2016).



Gambar 2. Luas Area Perkebunan Kopi Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2016)

Begitu pula halnya dengan Perkebunan Besar Swasta, luas area lahan mengalami penurunan dari 24,46 ribu hektar pada tahun 2014, kemudian turun 0,2% pada tahun 2015 menjadi 24,39 ribu hektar, dan pada tahun 2016 kembali turun 22,5% menjadi 18,90 ribu hektar (Badan Pusat Statistik, 2016).

Peningkatan luas lahan terjadi pada Perkebunan Besar Negara. Jumlah luas area lahan pada 2015 sempat mengalami penurunan dari 22,369 ribu hektar menjadi 22,366 ribu hektar. Namun akhirnya terjadi peningkatan luas area lahan sebanyak 19,73% menjadi 26,78 ribu hektar pada tahun 2016 (Badan Pusat Statistik, 2016).

4.3. Produktivitas Perkebunan Kopi di Indonesia

Meskipun memiliki area perkebunan kopi yang luas, produktivitas perkebunan Kopi Indonesia tergolong rendah. Dibandingkan dengan produktivitas perkebunan kopi negara-negara penghasil kopi seperti Vietnam, Indonesia jauh tertinggal. Produktivitas perkebunan kopi Indonesia hanya berkisar di angka 520 kg per hektar. Vietnam hanya memiliki perkebunan kopi sekitar 630 ribu hektar, namun memiliki produktivitas sebesar 2,7 ton per hektar. Angka produktivitas perkebunan kopi di Indonesia memiliki potensi untuk ditingkatkan menjadi 1,5 ton per hektar untuk kopi Arabika, dan 2 ton per hektar untuk kopi Robusta (Badan Pusat Statistik, 2018).

Tabel 1. Produktivitas Perkebunan Kopi Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2018)

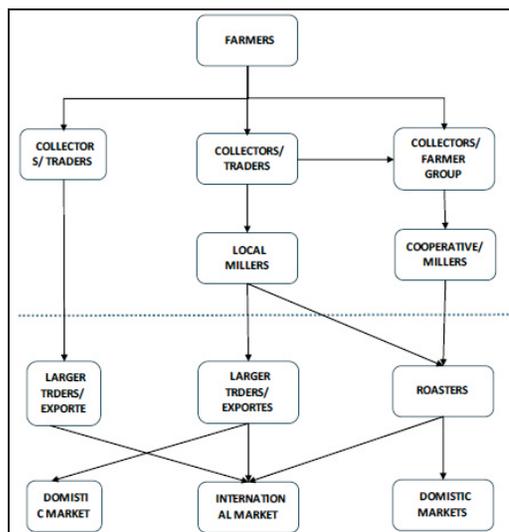
Keterangan	2014	2015	2016
Luas lahan (hektar)	1.230.495	1.230.001	1.226.236
Jumlah produksi (ton)	647.900	639.400	639.300
Produktivitas (kg/hektar)	526,5361	519,837	521,3515

Rendahnya produktivitas hasil produksi kopi menjadi salah satu masalah dari rendahnya produksi kopi di Indonesia. Petani biasanya terkendala oleh kapasitas keuangan yang terbatas untuk membeli input dan membayar tenaga kerja sewaan. Rendahnya hasil dapat disebabkan karena usia tanaman kopi dimana produksi mulai menurun, kurangnya pemangkasan, rendahnya penggunaan pupuk, dan ancaman hama. Meskipun sebagian besar input, seperti bahan tanam berkualitas dan pupuk tersedia, petani tidak memiliki keuangan untuk membelinya dan memilih hasil yang lebih rendah dengan input minimum (Neilson, 2013).

Rendahnya produktivitas hasil perkebunan kopi mengakibatkan adanya petani kopi yang beralih dalam menanam lahannya dengan tanaman lain, seperti kelapa sawit, yang dianggap menawarkan potensi laba bersih yang lebih tinggi. Rendahnya produktivitas hasil produksi kopi di Indonesia merupakan akibat dari kurang diperhatikannya perkebunan petani kecil. Selain itu, biaya tenaga kerja, energi dan logistik di Vietnam lebih rendah daripada di Indonesia (Neilson, 2015).

4.4. Rantai Nilai Kopi Indonesia

Rantai pasok untuk komoditi kopi seperti yang terlihat pada Gambar 3 adalah dari petani (*farmers*), dijual kepada para pengepul (*collectors*) atau kelompok tani (*farmer group*), selanjutnya dijual ke koperasi (*cooperative*) atau para penggiling (*millers*), lalu dijual ke para pemanggang (*roasters*). Setelah melalui tahapan ini, kopi baru dapat diperjualbelikan ke para pengecer (*retailer*), kafe, hingga diekspor ke berbagai negara (Arifin, 2010).



Gambar 3. Rantai Pasok Kopi Indonesia (Arifin, 2010)

Harga kopi Indonesia dengan kualitas standar dan bersertifikasi tidak berbeda jauh di tingkat petani hingga eksportir. Berdasarkan hasil penelitian Astuti *et al.*, (2015), kopi Robusta di tingkat petani seharga Rp 17.000,00 per kg untuk yang standar konvensional dan Rp 17.400,00 per kg untuk yang bersertifikasi. Harga pada pengepul tidak jauh berbeda dengan harga pada tingkat petani, hanya berbeda sekitar Rp 500,00 – Rp 1.000,00 per kg. Harga kopi berbeda jauh jika sudah berada di tingkat pemanggang, yaitu harganya naik enam kali lipat menjadi Rp107.000,00 per kg untuk kualitas standar dan Rp 135.000,00 per kg untuk kualitas bersertifikasi (Astuti *et al.*, 2015).

Untuk kopi jenis Arabika harganya mencapai dua kali lipat dari harga kopi Robusta. Kopi jenis ini diperjualbelikan seharga Rp 35.600,00 per kg untuk kualitas standar dan Rp 37.800,00 per kg untuk kualitas bersertifikasi. Harga kopi Arabika di tingkat eksportir meningkat Rp 8.000,00 – Rp 10.000,00 per kg. Dan harga ini meningkat lagi di tingkat pemanggang hingga 4 kali lipat menjadi Rp 150.000,00 per kg untuk kualitas standar dan Rp 182.500,00 per kg untuk kualitas bersertifikasi (Astuti *et al.*, 2015).

Tabel 2. Harga Kopi Robusta dan Arabika (Astuti et al., 2015)

Tingkat	Robusta (Rp/kg)		Arabika (Rp/Kg)	
	Konvensional	Bersertifikasi	Konvensional	Bersertifikasi
Petani	17.000,00	17.400,00	35.600,00	37.800,00
Pengepul	17.769,00	18.200,00	37.000,00	39.100,00
Eksportir	22.500,00	23.000,00	44.500,00	46.550,00
Pemanggang	107.000,00	135.000,00	150.000,00	182.500,00

Industri kopi Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pemain utama. Namun sederet permasalahan menghambat nilai tambah yang dapat ditingkatkan. Petani, sebagai pelaku utama dalam industri ini, tidak dapat melihat jelas potensi pendapatan yang besar dari industri ini, karena kurangnya kesadaran akan peluang-peluang yang dimiliki. Angka produksi yang rendah, jika dibandingkan dengan luas area lahan yang dimiliki, menunjukkan hal tersebut. Padahal potensi peningkatan pendapatan dapat meningkat hingga 2 kali lipat seiring dengan meningkatnya jumlah produksi. Beberapa strategi peningkatan dari segi proses, produk, dan fungsional perlu dilakukan untuk meningkatkan nilai komoditi kopi di pasar Internasional.

4.5. Peningkatan Proses

Potensi peningkatan proses dalam memberikan nilai tambah pada rantai komoditi ini adalah dengan meningkatkan produktivitas produksi perkebunan. Rendahnya produktivitas perkebunan kopi di Indonesia diakibatkan oleh beberapa faktor, seperti cuaca, hama dan penyakit, penggunaan pupuk, kurangnya pemangkasan, material penanaman yang buruk dan penuaan usia tanaman (Neilson, 2013). Oleh karena itu perlu dilakukan tindakan untuk meminimalisir dan mengeliminasi faktor-faktor penghambat tersebut. Dengan meningkatkan produktivitas perkebunan kopi, berarti akan meningkatkan pendapatan para petani kopi dan negara. Neilson (2015), mengemukakan rekomendasi hal-hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan produktivitas perkebunan kopi sebagai berikut:

a. Peremajaan Tanaman

Tanaman kopi memiliki usia produktif 5 - 20 tahun untuk dapat menghasilkan jumlah kopi yang optimal (Rakasiwi et al., 2018). Pada kenyataannya, di perkebunan kopi Indonesia dapat dengan mudah ditemukan tanaman kopi berusia 30 tahun. Dalam peningkatan produktivitas perkebunan kopi, hal utama yang perlu dilakukan adalah peremajaan tanaman. Hal ini penting dilakukan sebagai langkah awal, karena produktivitas tanaman juga dipengaruhi oleh usia tanaman itu sendiri. Penanaman kembali secara berkelanjutan perlu dilakukan oleh para petani untuk mempertahankan produktivitas tanaman (Neilson, 2015).

b. Pengendalian Hama dan Penyakit

Hama dan penyakit pada tanaman kopi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah produksi kopi. Dalam hal ini, pemerintah melalui Kementerian Pertanian memiliki peranan penting dalam menyediakan program dan pelatihan bagi pengendalian hama dan penyakit pada tanaman kopi (Julianto, 2017).

c. Penerapan *Good Agriculture Practices*

Pengetahuan petani kopi Indonesia akan teknik penanaman yang baik masih kurang (Hidayat, 2019). Diperlukan pelatihan kepada petani kopi agar dapat melakukan pengelolaan yang berkelanjutan. Hal ini dapat dibangun melalui kerjasama sektor swasta dan petani atau dengan pemerintah.

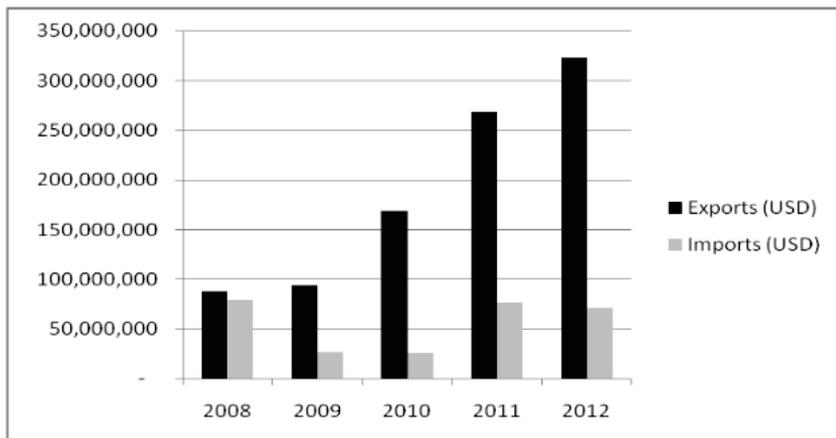
Implementasi prinsip-prinsip *Good Agricultural Practice* (GAP) sebagai perwujudan pertanian berkelanjutan (*Sustainable Agriculture*) yang dilakukan oleh petani tentunya akan berbeda-beda. Ini tergantung persepsi dan penilaian petani akan manfaat positif atau negatif yang diperkirakan akan diperoleh petani bagi usaha taninya (Puspita Sari *et al.*, 2016).

Menurut Peraturan Kementerian Pertanian nomor 48 tahun 2006 tentang pedoman budidaya tanaman pangan yang baik dan benar, maksud diterbitkannya GAP adalah untuk menjadi pedoman umum dalam melaksanakan budidaya tanaman pangan secara benar dan tepat, sehingga diperoleh produktivitas yang tinggi, mutu produk yang baik, keuntungan yang maksimal, pertanian yang ramah lingkungan dan memperhatikan aspek keamanan, kesehatan dan kesejahteraan petani, serta usaha produksi yang berkelanjutan.

4.6. Peningkatan Fungsional

Menurut Neilson (2015), industrialisasi hilir merupakan bentuk peningkatan fungsional sepanjang rantai nilai dan dianggap sebagai tujuan ekonomi yang sangat strategis bagi Pemerintah Indonesia. Kementerian Perindustrian telah mengidentifikasi pengembangan 'Klaster Industri Pengolahan Kopi sebagai strategi yang penting bagi tujuan pembangunan nasional. Ada banyak potensi untuk pengolahan biji kopi domestik menjadi berbagai produk konsumen (Neilson, 2016).

Selama dekade terakhir, perdagangan internasional dalam kopi instan telah tumbuh lebih cepat dari pada perdagangan kopi hijau dan kopi panggang, dan telah ada kecenderungan menuju produksi kopi instan di negara-negara produsen (Sendall, 2013 dalam Neilson 2016). Hal ini menunjukkan bahwa peran pemerintah sudah mulai terlihat dalam meningkatkan industrialisasi hilir kopi.



Grafik 3. Nilai Ekspor dan Impor Kopi Instan Indonesia (Neilson, 2016)

4.7. Peningkatan Produk

Pertumbuhan pasar komoditas kopi memberikan peluang petani kopi dalam memproduksi dan berpartisipasi dalam pasar yang relatif mahal (Neilson, 2015). Menurut Kementerian Pertanian (2017), jumlah produksi kopi Indonesia didominasi oleh jenis Robusta sebesar 81,87% dan 18,13% untuk jenis Arabika. Padahal kopi jenis Robusta Indonesia umumnya dikenal berkualitas rendah, sedangkan kopi jenis Arabika dikenal memiliki reputasi internasional yang baik. Selain itu kopi jenis Arabika memiliki nilai jual yang dua kali lebih mahal dari kopi jenis Robusta. Dengan menjual kopi Arabika lebih banyak, akan menghasilkan pendapatan yang lebih besar bagi petani dan memajukan perekonomian Indonesia.

Selain itu, petani Indonesia perlu melakukan sertifikasi hasil produksi kopinya. Nilai tambah yang dapat dihasilkan jika kopi memiliki sertifikasi mencapai 5% dari harga kopi yang memiliki kualitas standar (Astuti et al., 2015). Hal ini menunjukkan peluang petani Indonesia untuk meningkatkan kualitas produk melalui sertifikasi. Program ini dapat dilakukan dengan melakukan kerjasama antara petani dengan pemerintah maupun swasta.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

5.1. Kesimpulan

Perkebunan kopi Indonesia sebagian besar dimiliki oleh rakyat pedesaan, dimana mereka kurang memiliki pengetahuan akan pentingnya pemrosesan yang baik. Potensi pendapatan melalui hasil kopi tidak disadari sepenuhnya oleh petani. Potensi ini selain dapat meningkatkan kesejahteraan petani, juga dapat meningkatkan reputasi hasil pertanian Indonesia. Hal ini sudah seharusnya menjadi perhatian khusus pemerintah maupun swasta.

Tingkat produktivitas perkebunan kopi Indonesia menunjukkan rendahnya pengetahuan petani dalam mengolah hasil perkebunan. Keuntungan rendah yang didapatkan petani seringkali disalah-artikan sebagai potensi kopi Indonesia yang rendah. Seringkali petani melakukan peralihan ke komoditas lain yang dianggap memiliki nilai jual lebih tinggi. Selain itu petani lebih menaruh perhatian terbatas pada hasil mentah suatu komoditi. Integrasi hilir menjadikan peluang yang tersembunyi dalam peningkatan rantai nilai pada petani.

Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah sudah mendorong peningkatan produktivitas kopi dengan menyediakan subsidi pupuk dan pestisida bagi petani. Selain itu, pemerintah mengeluarkan peraturan tentang pedoman budidaya tanaman pangan yang baik dan benar, sesuai dengan *Good Agricultural Practices*. Selain itu pemerintah mendorong adanya industrialisasi hilir dalam produksi kopi di Indonesia.

Pada kasus perkebunan kopi di Indonesia diperlukan strategi untuk meningkatkan nilai komoditas di Pasar Internasional, sekaligus menjadi upaya pengentasan kemiskinan para petani antara lain:

- a. Peningkatan Produk
Mengganti produksi Robusta dengan kopi Arabika yang memiliki reputasi yang baik di dunia internasional. Petani juga perlu melakukan sertifikasi produksi kopinya agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi.
- b. Peningkatan Proses
Upaya ini dilakukan dengan cara meningkatkan produktivitas perkebunan kopi Indonesia melalui peremajaan tanaman, pengendalian hama dan penyakit, dan penerapan *Good Agricultural Practices*.
- c. Peningkatan Fungsional
Melakukan industrialisasi hilir dengan melakukan pengolahan kopi sebelum dijual. Dengan hal ini petani dapat menjual kopi dengan harga yang lebih tinggi. Proses ini dapat dilakukan melalui kerjasama dengan pemerintah dan swasta untuk memberikan alat pengolahan kopi pada petani.

5.2. Rekomendasi

Penelitian literatur ini masih memiliki kelemahan, oleh karena itu masih perlu dilakukan analisis dan studi lapangan khusus untuk mengetahui tingkat penambahan nilai produksi kopi Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian ini, direkomendasikan beberapa hal yang dapat dilakukan bagi pelaku usaha, pembuat kebijakan, dan peneliti selanjutnya, yaitu:

- a. Pelaku Usaha
Pelaku usaha, khususnya para petani, perlu menyadari akan tingginya potensi kopi Indonesia, oleh karena itu, petani perlu melakukan peningkatan dari sisi proses, produk dan fungsional untuk memberikan nilai tambah dari kopi yang dijual.
- b. Pembuat Kebijakan
Pemerintah sebagai pembuat kebijakan perlu memberikan dukungan kepada para petani melalui program peremajaan tanaman, pengendalian hama melalui subsidi, pelatihan *Good Agricultural Practices*, penyediaan alat pemrosesan kopi bagi petani, dan membantu petani dalam melakukan sertifikasi hasil produksi perkebunan.
- c. Peneliti Selanjutnya
Peneliti selanjutnya perlu melakukan studi lapangan terkait penerapan dan hasil yang didapatkan dari rekomendasi yang dilakukan peneliti dalam meningkatkan nilai tambah pada petani kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B. (2010). Global Sustainability Regulation and Coffee Supply Chains in Lampung Province, Indonesia. *Asian Journal of Agriculture and Development*, 7(2), 67–89.
- Astuti, E. S., Offermans, A., Kemp, R., & Corvers, R. (2015). The Impact of Coffee Certification on the Economic Performance of Indonesian Actors. *Asian Journal of Agriculture and Development*, 12(2), 1–16.
- Badan Pusat Statistik. (2016). Statistik kopi Indonesia 2016. *Subdirektorat Statistik Tanaman Perkebunan*. 76.
- Badan Pusat Statistik. (2018). Analisis Komoditi Ekspor 2011-2017. *Subdirektorat Statistik Ekspor*. 104.
- Barnes, D. (2001). *Understanding Business: Processes*. London and New York: The Open University.
- Hidayat, A. A. (2019, Januari 28). Eksportir Kopi: Produksi Lebih Banyak Diserap Pasar Domestik. Retrieved Maret 10, 2019, from [bisnis.tempo.co: https://bisnis.tempo.co/read/1169785/eksportir-kopi-produksi-lebih-banyak-diserap-pasar-domestik](https://bisnis.tempo.co/read/1169785/eksportir-kopi-produksi-lebih-banyak-diserap-pasar-domestik)
- Julianto, P. A. (2017, Februari 28). Pemerintah Alokasikan Rp 31,3 Triliun untuk Subsidi Pupuk. Dipetik 12 10, 2018, dari Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/02/28/210550226/2017.pemerintah.alokasikan.rp.31.3.triliun.untuk.subsidi.pupuk>
- Kaplinsky, R. and Morris, M. (2001). *Handbook for Value Chain Research*. IDRC, Ottawa.
- Kementrian Pertanian. (2017). Outlook Kopi. *Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian*. 106.
- Neilson, J. (2013). The Value Chain for Indonesian Coffee in a Green Economy. *Buletin RISTRI*, 4(3), 183–198. <https://doi.org/10.21082/jtidp.v4n3.2013.p183-198>
- Neilson, J. (2015). *Towards A More Competitive And Dynamic Value Chain For Indonesian Coffee*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3083.5602>
- Neilson, J. (2016). The Value Chain for Indonesian Coffee in a Green Economy. *Buletin Ristri*, (January 2013), 183–198.
- Porter, M. E (1985). [The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance](#). NY: Free Press, . (Republished with a new introduction, 1998.)
- Puspita Sari, D., & Reni Fatmasari Syafruddin, Muhammad Kadir, U. (2016). Penerapan Prinsip-Prinsip Good Agricultural Practice (GAP) untuk Pertanian Berkelanjutan di Kecamatan Tinggi Moncong Kabupaten Gowa. *Jurnal Galung Tropika*, 5(3), 151–163. Retrieved from <http://jurnalpertanianumpar.com/index.php/jgt/article/download/161/pdf>
- Rakasiwi, D., Suwarni, N., and Miswar, D. (2018): Faktor Produksi Pada Usaha Tani Kopi Di Desa Sukapura Kecamatan Aktor Produksi Pada Usaha Tani Kopi DI Desa Sukapura Kecamatan Sumberjaya Tahun 2016, *Fakultas*

- Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung*, retrieved from internet: <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>, 1–15.
- Sari, D. R., Tety, E., & Eliza. (2016). Analisis Posisi Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Dunia. *Jom Faperta*, 3(1), 1–7.
- Taufik, P., Ratya, A., & Suhartini. (2018). Value Chain Analysis of Coffee Industry : A Case of Java Preanger Coffee In West Java, Indonesia. *RJOAS*, 1(73), 163–170.