

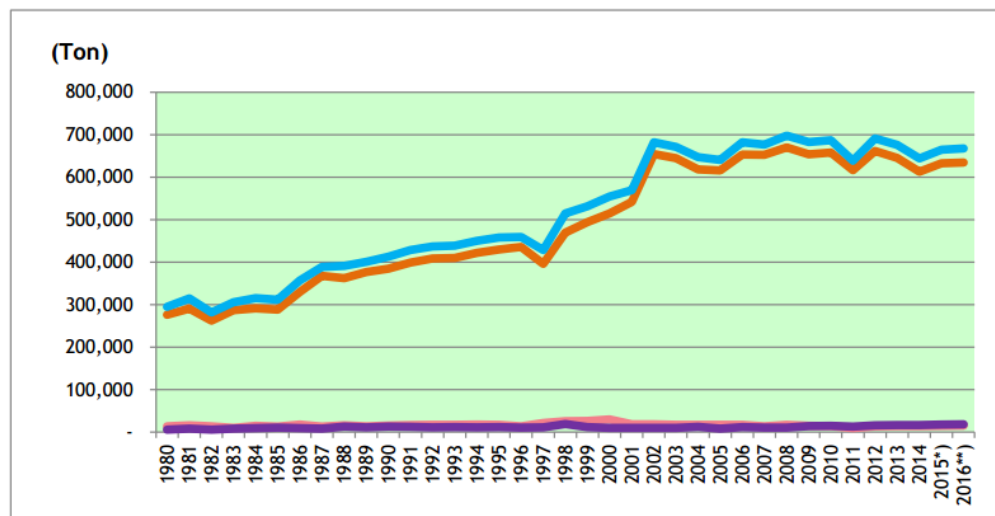
## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Sektor pertanian merupakan faktor penting pada perekonomian di Indonesia. Hingga saat ini sektor pertanian telah menyumbang penyerapan tenaga kerja baru pada setiap tahunnya. Kebutuhan akan pangan nasional masih menumpukkan harapan pada sektor pertanian, termasuk subsektor perkebunan yang ikut menyumbang peranan yang berarti bagi pertanian di Indonesia salah satunya adalah kopi. Kopi termasuk produk andalan bagi ekspor Indonesia. Data yang diperoleh dari Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) volume ekspor kopi Indonesia rata-rata berkisar 350 ribu ton per tahun meliputi kopi robusta (85%) dan arabika (15%). Tujuan negara ekspor kopi Indonesia terdiri lebih dari 50 negara diantaranya USA, Jepang, Italia, Jerman dan Inggris menjadi tujuan utama (AEKI, 2015).

Pada negara kawasan ASEAN, Indonesia dikenal sebagai produsen dan eksportir kopi terbesar kedua setelah Vietnam berdasarkan data USDA. Dalam hal importir kopi Indonesia adalah terbesar keempat di ASEAN setelah Filipina, Malaysia dan Thailand. Indonesia tercatat sebagai penghasil kopi terbesar keempat setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Indonesia adalah eksportir kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia (Kementerian Pertanian, 2016).

Indonesia tercatat sebagai penghasil kopi terbesar keempat seimbang dengan produksi kopi Indonesia yang mengalami peningkatan yaitu pada periode tahun 1980-2016. Rata-rata pertumbuhan produksi kopi mencapai 2,44%. Pada tahun 1998 adanya peningkatan produksi kopi tertinggi sebesar 20,08%, produksi kopi menjadi 514.451 ton dibandingkan produksi kopi pada tahun sebelumnya mencapai 428.418 ton (Kementan, 2016). Perkembangan produksi kopi menurut status perusahaan dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Perkembangan Produksi Kopi Menurut Status Pengusahaan, Tahun 1980-2016

Provinsi Jambi juga termasuk sebagai salah satu sentra produksi biji kopi, rata-rata jumlah produksi kopi robusta provinsi jambi tahun 2015 yaitu 13.000 ton (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2014). Salah satu penghasil kopi terbesar di Provinsi Jambi yaitu Kabupaten Merangin khususnya Kecamatan Lembah Masurai yang memiliki luas lahan kopi sekitar 6.957 Ha (Toko Kopi jambi, 2012). Sedangkan untuk jumlah petani yang ada dan terlibat dalam penjualan kopi yaitu sekitar 9.552 petani (Statistik Perkebunan Indonesia, 2015). Pelaku yang terlibat dalam pemasaran kopi diantaranya petani sebagai produsen biji kopi kering, pedagang sebagai pengumpul biji kopi dan kemudian diteruskan ke industri. Kondisi saluran tataniaga biji kopi saat ini, tidak adanya informasi pasar sehingga petani bebas menjual produknya ke pedagang pengumpul mana saja. Hal tersebut membuat posisi petani lemah dalam mengetahui harga. Menurut Nasrudin (2010) bahwa bagi petani produsen, memutuskan kapan, dimana dan kepada siapa akan menjual produk akan menjadi bahan pertimbangan dalam tataniaga. Hal tersebut membuat jaringan distribusi kopi tidak saling terintegrasi dan berhubungan satu sama lain. Sehingga nilai yang diterima oleh para pelaku rantai semakin kecil.

Prospek dan potensi kopi yang baik hendaknya ditopang dengan sistem yang efisien untuk melindungi semua pihak yang terlibat dalam mengalirkan kopi dari produsen ke konsumen akhir. Menurut Harifuddin, Aisyah dan Budiman

(2011) saluran tataniaga yang lebih pendek lebih efisien dibandingkan saluran tataniaga yang panjang.

Ariwibowo (2013) menjelaskan ada beberapa permasalahan dalam pemasaran hasil panen yang akan dihadapi petani dalam tataniaga. Permasalahan yang paling umum yang ditemui pada petani yaitu terbatasnya informasi pasar sehingga petani tidak mengetahui kepada siapa produk akan dijual dengan keuntungan terbaik. Limbong, Iskandarini dan Kesuma (2014) menyimpulkan bahwa kendala atau masalah yang dialami oleh petani adalah ketidak pastian harga dan posisi penawaran petani yang rendah. Oleh karena itu diperlukan sebuah manajemen yang terintegrasi yang dapat membantu pelaku atau lembaga tataniaga saling berhubungan dan saling menguntungkan. Manajemen rantai pasok merupakan manajemen yang saling terhubung dan saling berinteraksi dalam mencapai tujuan bersama (Vorst *et.al* dalam Hadiguna, 2016). Manajemen rantai pasok agroindustri merupakan sebuah agroindustri yang handal, efisien dan efektif. Rantai pasok agroindustri merupakan kumpulan organisasi bisnis yang saling bersatu dalam sebuah komitmen untuk memproduksi dan menjual produk dalam sebuah rantai bisnis. Sistem rantai pasok agroindustri merupakan sistem yang kompleks dan tidak terlepas dari sistem lainnya (Hadiguna, 2016). Dalam merancang model manajemen ini ada tiga komponen yang perlu dipertimbangkan yaitu profil performansi, profil risiko, dan ukuran performansi. Performansi yang dievaluasi yaitu *time, cost dan quality* (Ritchie dan Brindley, 2009) di dalam (Septiani dan Djatna, 2015). Dalam model rantai pasok yang akan dirancang diukur *cost* pada setiap jaringan rantai pasok kopi. Performansi risiko rantai pasok dipengaruhi oleh faktor seperti permintaan konsumen, utilitas kapasitas, kualitas, *lead time*, pemasok, persediaan, harga dan waktu tunggu (Oztemel dan Tekez, 2009). Pada aliran distribusi produk juga diperlukan biaya dalam prosesnya. Biaya yang dihitung dapat berupa biaya logistik.

Perhitungan biaya logistik (*logistics costing*) pada perusahaan-perusahaan menjadi tantangan yang nyata seperti prosedur logistik yang terintegrasi dalam proses produksi. Metode perhitungan biaya operasi dan pengendalian dapat digunakan dalam meningkatkan biaya produksi pada industri manufaktur. Alokasi elemen biaya pada biaya objek dilakukan dengan menggunakan arus kinerja. Arus

kinerja dapat diidentifikasi antara biaya objek atau antara biaya dan objek keuntungan (Bokor, 2012). Faktor biaya sangat penting sehingga manajemen keputusan yang mempengaruhi masalah logistik dalam sistem produksi dapat didukung lebih efektif. Perhitungan biaya logistik dan pemantauan efektivitas biaya logistik dapat dimasukkan kedalam biaya produksi (Bokor, 2012). Hal ini membutuhkan sistem yang bisa mengintegrasikan berbagai komponen pemasaran. Manajemen rantai pasok itu sendiri telah tertata secara baik dengan pola kemitraan (Lokollo, 2012).

Manajemen rantai pasok merupakan serangkaian pendekatan yang diterapkan untuk mengintegrasikan pemasok, pengusaha, gudang dan tempat penyimpanan lainnya secara efisien. Produk dihasilkan dapat didistribusikan dengan kuantitas, tempat dan waktu yang tepat untuk memperkecil biaya, serta memuaskan pelanggan. Manajemen rantai pasok bertujuan untuk membuat seluruh sistem menjadi efisien dan efektif, minimalisasi biaya dari transportasi dan distribusi sampai inventori bahan baku, bahan dalam proses, serta barang jadi (Marimin dan Maghfiroh, 2010).

Rantai pasok (*Supply Chain*) merujuk pada sebuah jaringan yang rumit dari hubungan yang mempertahankan organisasi dengan rekan bisnis untuk mendapatkan jumlah produksi yang nantinya akan disalurkan kepada konsumen. Tujuan dari setiap rantai *supply* ini adalah agar dapat memaksimalkan nilai yang dihasilkan secara keseluruhan. Sebuah rantai *supply* yang saling terintegrasi maka akan meningkatkan keseluruhan nilai yang dihasilkan oleh rantai *supply* tersebut (Dwiyangtri dan Hidayatuloh, 2012).

Manajemen rantai pasok merupakan koordinasi dari bahan, informasi, dan arus keuangan antara perusahaan yang berpartisipasi. Manajemen rantai pasok bisa juga berarti seluruh jenis kegiatan komoditas dasar hingga penjualan produk akhir kepada konsumen untuk mendaur ulang produk yang sudah dipakai (Dwiyangtri dan Hidayatuloh, 2012). Ciri utama dari sistem rantai pasok agroindustri adalah komitmen dalam mengalirkan barang dari hulu (*upstream*) sampai ke hilir (*downstream*).

Gimenez and Ventura (2003) menyatakan bahwa SCM (*Supply Chain Management*) sebagai perspektif bisnis baru berdampak terhadap daya saing

perusahaan. Hal yang sama juga dikatakan oleh Wullur (2008) dari hasil penelitiannya bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan secara serentak dari Variabel *Supply Chains Management Practices* dan *E-Bussiness Technologies* terhadap daya saing. Selain itu, Anwar (2011) mengatakan *Supply Chain Management* pada perusahaan dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi pada pembelian bahan baku, memenuhi pesanan *customer* dan proses distribusi barang jadi. Pada saat ini penerapan *Supply Chains Management* cocok untuk diterapkan karena system ini memiliki kelebihan yaitu dapat manage aliran barang atau produk dalam suatu rantai *supply*. Sedangkan pada penelitian Anatan (2010) menyimpulkan bahwa praktik-praktik manajemen rantai pasok berpengaruh signifikan terhadap pencapaian keunggulan kompetitif organisasi dan implementasi praktik manajemen rantai pasok seperti kemitraan pemasok strategis, pengembangan hubungan konsumen, *information sharing* dan mempengaruhi keunggulan kompetitif dalam biaya, kualitas, ketergantungan, fleksibilitas, dan dimensi *time-to-market*.

## **B. Perumusan Masalah**

Sebagai salah satu daerah yang menghasilkan komoditi kopi di Kecamatan Lembah Masurai tepatnya dua desa penghasil biji kopi terbesar yaitu desa Tuo dan desa Nilo Dingin ini belum ada penerapan sistem yang efektif dan efisien dalam menjual biji kopi serta terjaga keberlangsungannya. Kondisi saat ini, dimana antar pelaku usaha tidak saling terintegrasi satu sama lain. Petani bebas menjual biji kopi kepada siapa saja dan pedagang juga melakukan hal yang sama bebas menjual biji kopi kering yang diperoleh dari petani kepada industri manapun dan memilih menjual harga kopi kepada industri yang menawarkan harga tinggi. Hal tersebut menyebabkan antar pelaku tidak saling terintegrasi sehingga pasokan kopi tidak berkesinambungan. Dalam pemenuhan kebutuhan pasar seharusnya melibatkan banyak pihak serta harus adanya sinergi satu sama lain, sebaiknya diterapkan sebuah konsep manajemen rantai pasok atau *Supply Chain Management* (SCM). Adapun tujuan dari manajemen rantai pasok yaitu kolaborasi, integrasi dan koordinasi untuk memenuhi kepuasan konsumen akhir sehingga dapat bersaing dan memperoleh keuntungan. Dalam proses penjualan biji kopi terkadang terdapat fluktuasi harga, hal ini sangat dirasakan oleh petani yang menjual hasil panennya

kepada pedagang pengumpul atau pedagang besar karena harga ditentukan oleh pedagang.

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka timbul pertanyaan oleh peneliti yaitu :

1. Bagaimana bentuk struktur rantai pasokan biji kopi di Kecamatan Lembah Masurai?
2. Berapa keuntungan yang diterima antar pelaku rantai pasok?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut pengelolaan seperti manajemen rantai pasok biji kopi perlu dilakukan agar lebih terstruktur. Secara tidak langsung dapat digunakan sebagai salah satu usaha untuk meningkatkan produktivitas usaha tani biji kopi melalui pengelolaan usaha secara bersama-sama dalam memecahkan permasalahan pemasaran biji kopi antara lain berupa pemenuhan sarana produksi biji kopi, teknis produksi dan pemasaran hasil. Melihat potensi tersebut petani perlu dibina dan diberdayakan lebih lanjut agar dapat berkembang secara optimal. Manajemen rantai pasok sangat berperan dalam meningkatkan kinerja antar pelaku rantai pasok. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian tentang **“Model Rantai Pasok Kopi Perkebunan Rakyat di Kecamatan Lembah Masurai”**.

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Merancang struktur rantai pasok biji kopi dengan mempertimbangkan volume pasokan.
2. Mengetahui margin yang diperoleh antar pelaku rantai pasok.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan berguna dan dapat memberikan masukan serta informasi bagi pihak-pihak terkait diantaranya :

1. Menghasilkan strategi pemasaran sebagai perencanaan pengembangan rantai pasok biji kopi sebagai alternatif yang dapat membantu antar pelaku rantai saling berkesinambungan.
2. Mengetahui jumlah margin keuntungan yang diperoleh antar pelaku rantai pasok.

3. Bagi pemerintah diharapkan agar penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dalam membuat kebijakan khususnya dalam pendapatan petani kopi.
4. Bagi peneliti diharapkan mampu menguasai rancangan model rantai pasok kopi perkebunan rakyat sehingga diharapkan nanti dapat melakukan penelitian manajemen rantai pasok dibidang lainnya.

