

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian salah satunya yaitu sub sektor perkebunan mempunyai potensi yang besar dan peranan yang cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Sub sektor perkebunan merupakan urutan pertama yang berkontribusi kepada sektor pertanian, kontribusi yang diberikan yaitu sekitar 25,75 persen pada tahun 2019. Kontribusi sub sektor perkebunan sebagai penyedia bahan baku untuk sektor industri, penyerap tenaga kerja dan penghasil devisa negara. Sektor perkebunan khususnya kopi merupakan salah satu komoditas ekspor Indonesia mempunyai peran penting dengan adanya peluang ekspor yang semakin terbuka dan besarnya peluang pasar kopi di dalam negeri (BPS, 2019).

Produksi kopi Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tahun 2018 produksi kopi Indonesia mencapai 713.921 ton (BPS, 2019). Sementara pada tahun 2019 jumlah produksi mencapai 760 963 ton (Dirjen perkebunan 2019). Perkebunan kopi di Indonesia menurut pengusahaannya terdapat perkebunan besar dan perkebunan rakyat, dimana sektor perkebunan rakyat (PR) merupakan penghasil utama kopi Indonesia. Produksi kopi perkebunan rakyat pada tahun 2019 mencapai 685,79 ribu ton atau mencapai 96,6% dari jumlah produksi kopi Indonesia. Produksi kopi berkebunan besar yang berasal dari kebun milik negara (PBN) dan kebun milik swasta (PBS) relatif kecil yaitu berkontribusi sebesar 1,86% dan 2,08%. Tahun 2019 produksi kopi perkebunan besar sebanyak 28,14 ribu ton. (BPS, 2019).

Sentra produksi utama kopi di Indonesia terdapat di lima provinsi sentra. Sentra produksi kopi tersebut diantaranya terdapat di Sumatra Selatan, Lampung, Sumatra Utara, Aceh dan Jawa timur. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1.

**Tabel 1. 1 Lima provinsi sentra produksi kopi Indonesia tahun 2019 (Ton)**

No	Provinsi	Produksi (ton)	Pangsa produksi (%)
1	Sumatra Selatan	184 168	25.80
2	Lampung	106 746	14.95
3	Sumatra Utara	67 179	9.41
4	Aceh	64 812	9.08
5	Jawa Timur	63 760	8.93

Sumber : BPS (2019)

Kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang terdiri dari banyak jenis. Terdapat empat jenis kelompok kopi yang banyak dikenal di Indonesia yaitu, kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika dan kopi ekselsa. Kopi arabika dan kopi robusta memiliki nilai ekonomis dan banyak diperdagangkan karena memiliki kualitas cita rasa tinggi, sedangkan jenis kopi liberika dan kopi ekselsa kurang memiliki nilai ekonomis dan belum banyak diperdagangkan (Rahardjo, 2012).

Mayoritas petani kopi di Indonesia menanam kopi jenis robusta. Kopi robusta mendominasi luas pertanaman areal dan produksi kopi Indonesia. Jumlah produksi kopi robusta sebanyak 73,06% dan sisanya adalah kopi arabika sebanyak 26,94%. Kopi robusta di Indonesia dalam lima tahun terakhir banyak ditanam di Provinsi Sumatra Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur dan Jawa Tengah (Kementan, 2019). Nilai rata-rata produksi sentra kopi robusta di Jawa Timur pada tahun 2015 hingga 2019 sebesar 35.410 ton (Dirjen Perkebunan, 2019).

Jumlah produksi kopi dari kabupaten dan kota yang terdapat di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2018 mencapai sebanyak 66.661 ton. Jumlah produksi kopi robusta perkebunan rakyat di Provinsi Jawa Timur mencapai 33.500 ton pada tahun 2020 (Dirjen Perkebunan). Kabupaten Jombang merupakan salah satu daerah penghasil kopi di Jawa Timur. Produksi kopi Kabupaten Jombang jika dibandingkan diantara kabupaten lainnya di Jawa Timur mempunyai jumlah

produksi yang rendah, yaitu menghasilkan kopi dengan rata-rata sebesar 768 ton setiap tahunnya (Dinas Perkebunan Jawa Timur, 2019). Namun Kabupaten Jombang memiliki jenis kopi robusta dengan kualitas yang baik. Kopi Wonosalam dari hasil uji cita rasa yang dilakukan oleh PUSLIT KOKA Jember memiliki skor sebesar 80 atau termasuk dalam katagori *excellent* (Pemkab Jombang). Menurut SK Bupati Jombang No.188.4.45/189/415.10.10/2010 tentang penetapan lokasi dan komoditas unggulan kawasan agropolitan telah ditetapkan 15 komoditas unggulan, salah satunya adalah komoditas Kopi Wonosalam. Terdapat dua jenis kopi yang banyak tumbuh di Kecamatan Wonosalam antara lain robusta dan ekselsa. Total produksi kopi robusta mencapai 529,77 ton, produksi kopi ekselsa sebanyak 192,56 ton sedangkan hasil produksi kopi arabika terdapat sangat sedikit yaitu 43,700 ton (Dinas Pertanian Jombang, 2019).

**Tabel 1. 2 Luas Area dan Produksi Perkebunan Kopi Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang**

No	Desa/ Kelurahan	Luas Area (Ha)			Produksi (Ton)		
		2018	2018	2019	2017	2018	2019
1	Galengdowo	98	14	68,4	47,7	98	40
2	Wonomerto	115	35	80,2	57,2	254	47,02
3	Jarak	128	181	182,5	60,4	1.267	104,52
4	Sambirejo	128	415	124,5	66,7	2.905	73,46
5	Wonosalam	106	26	323,4	55,3	182	189
6	Carangwulung	143	146	467,3	72,5	102,2	281,76
7	Panglungan	102	215	119,3	56,6	150,5	70,23
8	Wonokerto	54	19	66,4	26,7	13,3	39,79
9	Sumberjo	50	262	68,4	47,7	183,4	41,25
Jumlah		924	1.313	1.500,4	490,80	863,07	887,03

Sumber : BPS dan Dinas Pertanian Jombang

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan dari Kabupaten Jombang. Perkebunan rakyat yang terdapat di Kabupaten Jombang berada di satu kecamatan yaitu Kecamatan Wonosalam. Kopi robusta dapat ditanam di dataran

dengan ketinggian 400-800 m dpl (Hamdan, 2018). Desa Carangwulung berada di ketinggian 670 m dpl sehingga cocok untuk ditanami kopi jenis robusta. Tabel 1.2 menjelaskan luas area Desa Carangwulung yaitu 467,3 ha dan mampu memproduksi kopi hingga 281,76 ton selama tahun 2019.

**Tabel 1. 3 Data Produksi dan Luas Lahan Kopi Robusta Kecamatan Wonosalam**

No	DESA	PRODUKSI (kg)	LUAS LAHAN (HA)
1	Galengdowo	28.940	48
2	Wonomerto	28.580	47,4
3	Jarak	57.160	94,8
4	Sambirejo	45.950	76,2
5	Wonosalam	115,78	192
6	Carangwulung	239.497	397,21
7	Wonokerto	35.460	58,8
8	Sumberjo	41.250	68,4
9	Panglungan	52.820	87,6
	Total	529.773	1.070,4

Jenis kopi robusta mempunyai kelebihan tahan terhadap penyakit karat daun, penyakit yang sering menyerang tanaman kopi pada lahan dataran rendah (Hamdan, 2018). Desa Carangwulung adalah desa yang termasuk dalam tempat pengembangan komoditas unggulan kopi. Desa tersebut merupakan salah satu desa dengan luas areal kebun kopi jenis robusta yang luas dengan hasil produksi yang tinggi diantara desa penghasil kopi robusta lainnya. Desa Carangwulung merupakan desa yang memiliki potensi dalam pengembangan kopi rakyatnya dan masih mempertahankan eksistensi dalam usaha tani kopi. Hal tersebut diketahui dari masih adanya kelompok tani yang aktif dalam budidaya pertanian kopi dan dapat dilihat dari tabel hasil produksi kopi robusta pada tabel 1.2. Hasil produksi kopi robustas di Desa Carangwulung sebanyak 239.497 kg.

Pemasaran merupakan kegiatan distribusi yang mempunyai fungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen (Hanafie, 2010). Menurut Kotler (1997), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana terdapat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan individu dan kelompok lainnya. Penduduk Desa Carangwulung sebagian besar mata pencahariannya adalah petani kopi robusta. Hasil produksi kopi petani dipasarkan secara tradisional, kopi dijual petani melalui tengkulak atau industri rumahan yang terdapat di desa tersebut dalam bentuk biji kopi ose. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan menurut Rahardjo (2012), umumnya rantai perdagangan kopi berasal dari petani sebagai produsen biji kopi menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul atau pengepul dalam jumlah kecil selanjutnya pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar dan terakhir dari pedagang besar biji kopi dijual ke pengusaha atau eksportir kopi (Rahardjo, 2012). Terkadang masih ada petani kopi robusta di Desa Carangwulung yang memilih menjual melalui sistem ijon.

Menurut Arvian (2018), petani menjual biji kopi selain ke pedagang pengepul ada juga yang menjualnya melalui tengkulak dalam pemasaran hasil kebun yang dimiliki. Pedagang tengkulak sendiri berbeda dengan pedagang pengepul, biasanya pedagang tengkulak menerapkan sistem ijon dalam pembelian biji kopi dan memberi tawaran kepada petani untuk memperoleh kredit. Kegiatan tengkulak tersebut dilakukan sebelum tiba musim panen (Arvian, 2018). Menurut Hendrica (2020), sistem ijon dapat menyebabkan kerugian pada pendapatan petani karena harga kopi yang ditentukan tengkulak menjadi lebih rendah dari harga kopi seharusnya. Harga kopi yang dijual petani ditentukan oleh pengijon sehingga kekuatan tawar menawar petani rendah. Rantai tata niaga kopi mempunyai rantai perdagangan yang panjang, hal tersebut dapat menyebabkan penekanan harga

kopi ditingkat petani. Menurut (Kyomugisha et al., 2018) pemasaran kelompok akan menjadi solusi yang dapat membantu petani berbagi biaya untuk mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan biaya kekuatan tawar menawar pasar. Petani dapat memperoleh nilai tambah pada penjualan biji kopi apabila penjualan dilakukan langsung kepada eksportir (Rahardjo, 2017).

**Tabel 1. 4 Perkembangan rata-rata harga produsen kopi robusta tahun 2008-2019**

Tahun	Harga Kopi (Rp/Kg)	Pertumbuhan (%)
2008	13.722	-
2009	14.007	2,08
2010	14.217	1,50
2011	15.672	10,23
2012	16.406	4,68
2013	15.884	-3,18
2014	17.510	10,24
2015	19.135	9,28
2016	19.813	3,55
2017	24.802	25,18
2018	25.305	2,03
2019	22.611	-10,65
Rata-rata laju pertumbuhan		
2008-2019	18.257	6,56
2014-2019	22.333	5,03

Sumber : BPS

Harga kopi robusta dalam negeri di tingkat produsen secara umum setiap tahunnya menunjukkan peningkatan perkembangan harga kopi. Tahun 2018 harga kopi robusta mencapai sebesar Rp 25.305 per kilogram (BPS). Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.3. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan merupakan ukuran nilai suatu produk untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Supriatna Et Al, 2019). Menurut Rahardjo (2017), komoditas kopi di pasaran seringkali masih mengalami fluktuasi harga karena terjadinya ketidak

seimbangan antara permintaan dan ketersediaan komoditas kopi dengan kualitas baik di pasar dunia.

Harga kopi robusta di Desa Carangwulung ditingkat petani saat ini berada pada harga Rp 21.000 per kilogramnya dalam bentuk biji kopi ose. Sebagian besar komoditi pertanian sering mengalami fluktuasi harga secara tidak beraturan, harga produk naik pada saat belum memasuki waktu panen dan harga turun pada saat panen besar (Hanafie, 2010). Harga komoditi yang berfluktuasi menyebabkan terjadinya ketidak stabilan pendapatan produsen dan dapat memperbesar resiko pemasaran (Soekartawi, 1989). Menurut (Murtiningrum, 2019) petani adalah penerima harga, terlepas dari harga yang diberikan oleh pedagang pengumpul. Petani kopi robusta di Desa Carangwulung menyatakan bahwa belakangan ini harga kopi robusta mengalami fluktuasi. Kisaran harga yang diberikan tengkulak atau pengumpul untuk petani yaitu antara Rp 20.000 hingga Rp 25.000 dengan harga paling rendah yaitu sebesar Rp 20.000 sedangkan harga tertinggi yang pernah diberikan oleh tengkulak atau pedagang pengumpul adalah Rp 25.000. Harga kopi robusta di desa tersebut dapat lebih tinggi apabila dijual langsung ke konsumen atau ke pemilik kafe dengan menggunakan SOP (standar operasional prosedur) penanganan pasca panen kopi yang tepat. Berdasarkan permentan nomor 52 tahun 2012, penanganan pasca panen kopi terdiri dari kegiatan sortasi biji kopi, pengupasan kulit, fermentasi oleh mikroba aerob, pencucian, pengeringan dengan para para atau terpal, sortasi biji rusak dan benda asing, pengemasan, penyimpanan, standarisasi mutu dan distribusi hasil. Harga jual kopi dengan penanganan persyaratan kualitas yang dapat dipenuhi oleh petani di Desa Carangwulung mencapai Rp 40.000 per kilogramnya. Menurut (Murtiningrum,2019) harga jual kopi yang bagus ditingkat petani yaitu kopi yang dijual ke home industri dibandingkan dengan harga jual kopi ke pedagang

pengumpul, akan tetapi kebutuhan bahan baku kopi industri rumah tangga sangat sedikit apabila industri tersebut dalam skala kecil.

Menurut (Bachtiyar, 2016) menjelaskan bahwa petani di Desa Carangwulung tidak menyukai aturan yang berbelit dalam menjual hasil panen kopi mereka, menjadikan kebanyakan petani memilih menjual kepada tengkulak. (Wijayanto, 2015) dalam penelitiannya menunjukkan strategi pemasaran petani kopi di Wonosalam masih sangat bergantung pada keberadaan tengkulak dengan cara menjual kopi dalam kondisi berupa ose kering dan belum terdapat realisasi pola kemitraan dalam strategi pemasaran produk kopi.

Harga yang diberikan pabrik ke petani kopi robusta di Desa Carangwulung seringkali berada pada tingkat harga yang rendah. Terdapat perbedaan harga kopi yang cukup jauh di tingkat petani antara harga yang dijual ke pedagang pengumpul atau tengkulak yang selanjutnya dijual ke pabrik dengan harga yang dijual langsung ke konsumen, hal tersebut menunjukkan bahwa posisi petani sebagai penerima harga memiliki posisi tawar yang rendah dimana harga ditentukan oleh pedagang, sehingga share yang diterima petani menjadi kecil. Permasalahan pemasaran komoditas kopi di Desa Carang Wulung sangat beragam, hal tersebut dipicu oleh rendahnya harga di tingkat petani, kegiatan promosi yang masih terbatas dan kurangnya lembaga yang dapat membantu menangani masalah pemasaran.

Adanya kegiatan pengolahan kopi oleh petani, keberadaan lembaga pemasaran industri rumahan dan unit pengolahan hasil kopi akan memberikan nilai tambah. Nilai tambah terjadi akibat perlakuan terhadap input dalam proses produksi dan biaya yang dikeluarkan sehingga terbentuk harga produk baru yang lebih tinggi dan lebih menguntungkan dibandingkan dengan produk yang belum diolah. Selain itu, berbagai produk berbahan dasar kopi saat ini terus dikembangkan untuk meningkatkan nilai tambah kopi. Perhitungan analisis nilai



tambah dalam pengolahan pasca panen kopi yaitu kopi gelondong yang menghasilkan kopi ose dan kopi bubuk dapat menunjukkan besarnya keuntungan yang akan diperoleh oleh petani. Besarnya nilai tambah pengolahan pasca panen kopi belum diketahui secara jelas. Adanya perhitungan nilai tambah kopi ose dan kopi bubuk maka dapat diketahui bahwa nilai tambah yang diciptakan usaha pengolahan kopi sejalan dengan keuntungan yang diperoleh.

Berdasarkan fenomena dan uraian permasalahan diatas maka peneliti ingin mengetahui pola saluran pemasaran, efisiensi pemasaran dan nilai tambah kopi robusta dari setiap saluran pemasaran petani kopi robusta di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa saja bentuk saluran pemasaran kopi biji kering (ose) robusta di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang?
2. Apakah pemasaran kopi robusta pada setiap pola saluran pemasaran di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang sudah efisien?
3. Apakah nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan kopi robusta oleh petani dan usaha pengolahan kopi tinggi ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran kopi biji kering (ose) robusta di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang.
2. Menganalisis efisiensi pemasaran kopi robusta pada setiap pola saluran pemasaran di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang.
3. Menganalisis nilai tambah kopi robusta pada petani dan usaha pengolahan kopi di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi pengetahuan dan bahan pertimbangan petani kopi robusta dalam memilih saluran pemasaran.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan bagi dinas atau instansi terkait dalam menyusun kebijakan selanjutnya dalam rangka mengembangkan kawasan pemusatan produksi komoditas kopi.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian yang sejenis dan penelitian selanjutnya.