

ANALISIS SUPPLY CHAIN MAPPING KOMODITI KOPI ROBUSTA DI PROVINSI LAMPUNG

(Supply Chain Mapping Analysis of Robusta Coffee Commodity In Lampung Province)

Melani Anisa Fitri*, Bembi Akbar Serawai

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu, Jl. WR. Supratman, Kandang
Limun, Kec. Muara Bangka Hulu, Bengkulu, Indonesia, 38371

*Corresponding author, Email: melani_fitri@unib.ac.id

ABSTRACT

Coffee production in Indonesia, although showing consistent growth, has not been accompanied by an increase in farmers' income, which is largely due to inefficiencies in the marketing system and supply chain. This study aims to identify the actors and their roles in the Robusta coffee supply chain system in Lampung Province and to analyze the structural mapping of the Robusta coffee supply chain network in Lampung Province. The method used is a descriptive survey with an explanatory approach, supported by in-depth interviews, field observations, and informal discussions. Respondents were selected purposively and through snowball sampling techniques, including coffee farmers, agro-industry actors, export companies, government agencies, and multinational companies, with a total of 12 respondents. The results of the study show that the robusta coffee supply chain system in Lampung consists of six main channels involving actors from upstream to downstream, with diverse interaction and partnership patterns. Product flows include coffee in the form of beans and powder; information flows encompass the exchange of technical data and quality standards; and financial flows are facilitated through various payment schemes, incentives, and partnership contracts. It is necessary to strengthen partnerships and increase farmer capacity to improve system efficiency and the welfare of upstream actors in the long term.

Key words: *Coffee commodity, partnership, supply chain, value chain*

ABSTRAK

Produksi kopi di Indonesia meskipun menunjukkan pertumbuhan yang konsisten, hal ini belum diiringi dengan peningkatan pendapatan petani, yang sebagian besar disebabkan oleh ketidakefisienan dalam sistem pemasaran dan rantai pasok. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pelaku dan peran masing-masing aktor dalam sistem rantai pasok kopi Robusta di Provinsi Lampung; serta menganalisis mekanisme jaringan rantai pasok (supply chain mapping) komoditi kopi robusta di Provinsi Lampung. Metode yang digunakan adalah survei deskriptif dengan pendekatan eksplanatori, didukung oleh wawancara mendalam, observasi lapangan, dan diskusi informal. Responden dipilih secara *purposive* dan melalui teknik *snowball sampling*, mencakup petani kopi, pelaku agroindustri, perusahaan eksportir, instansi pemerintah, dan perusahaan multinasional dengan total 12 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem rantai pasok kopi robusta di Lampung terdiri atas enam saluran utama yang melibatkan aktor dari hulu hingga hilir dengan pola interaksi dan kemitraan yang beragam. Aliran produk mencakup kopi dalam bentuk biji dan bubuk; aliran informasi mencakup pertukaran data teknis dan standar kualitas; serta aliran keuangan mengalir melalui berbagai skema pembayaran, insentif, dan kontrak kemitraan. Diperlukan penguatan kemitraan dan peningkatan kapasitas petani untuk meningkatkan efisiensi sistem dan kesejahteraan pelaku hulu dalam jangka panjang.

Kata kunci: Komoditi kopi, kemitraan, rantau pasok, rantai nilai

PENDAHULUAN

Komoditi perkebunan yang menjadi salah satu komoditi yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi yaitu kopi. Kopi merupakan salah satu sumber devisa bagi negara, selain itu juga penyedia lapangan kerja, dan sumber pendapatan bagi petani dan pelaku ekonomi lainnya seperti pembudidaya, pengolah, dan pemasar biji kopi (Direktorat Kajian Strategis dan Kebijakan Pertanian, 2017). Dari segi produksi, kopi memiliki produksi yang meningkat tiap tahunnya. Diproyeksikan tahun 2027 produksi kopi Indonesia tumbuh dengan rata-rata 2,831% pertahun dengan total produksi sebesar 912.773,28 ton (Rahmawati, Santoso dan Nurfadillah, 2024). Namun hal ini belum sejalan dengan peningkatan pendapatan petani kopi. Hal ini diduga salah satunya kurangnya penguasaan petani tentang aspek pemasaran kopi. Hal ini diperkuat oleh penelitian Taropi, Sudjatmiko, dan Nursan (2023), yang menyatakan bahwa perluasan jaringan pemasaran menjadi kebutuhan mendesak agar petani mampu memaksimalkan peluang pasar yang tersedia.

Permasalahan pada aspek pemasaran erat kaitannya dengan sistem tata niaga atau rantai pasok. Inefisiensi dalam rantai pasok dapat menyebabkan nilai jual komoditi kopi rendah bagi petani, hingga berpotensi menyebabkan petani menerima harga yang tidak sebanding dengan kualitas hasil panennya. Selain itu, rantai pasok juga berisiko terganggu oleh aktivitas eksternal seperti bencana alam, yang pada akhirnya berdampak pada stabilitas produksi dan distribusi (Marie, Rahmawati, Witonohadi, dan Narindro, 2022).

Manajemen rantai pasok merupakan konsep penting yang perlu dipahami oleh para pelaku agribisnis, termasuk petani kopi.

Rantai pasok tidak hanya mengatur arus produk, namun juga mencakup arus informasi dan arus keuangan secara terpadu dari hulu ke hilir, yaitu dari pemasok, produsen, hingga konsumen (Chopra dan Meindl, 2016). Fanulene dan Soediantono (2022), menekankan adanya hubungan yang strategis antara pelaku dan pemasok mampu mendorong efisiensi dan efektivitas sistem secara keseluruhan.

Provinsi Lampung adalah salah satu wilayah utama penghasil kopi di Indonesia khususnya kopi Robusta. Dengan kontribusi sebesar 18.35% terhadap total produksi nasional dan dominasi perkebunan rakyat mencapai 96%, Lampung menjadi lokasi yang sangat relevan untuk diteliti lebih lanjut terkait sistem rantai pasok kopi (Kementerian Pertanian, 2016; Direktorat Jenderal perkebunan, 2016).

Dengan kompleksitas dan banyaknya pelaku yang terlibat dalam rantai pasok kopi, terutama di daerah sentra produksi seperti Provinsi Lampung, diperlukan pengelolaan yang efektif agar proses dari hulu ke hilir dapat berjalan dengan efisien dan saling menguntungkan. Tanpa manajemen rantai pasok yang baik, petani sebagai pelaku utama di tingkat hulu berisiko tidak memperoleh nilai tambah yang layak dari produksi kopi yang mereka hasilkan. Ketidakseimbangan informasi, ketergantungan pada tengkulak, dan kurangnya akses terhadap pasar langsung menjadi tantangan utama yang dihadapi petani kopi. Sehingga pemetaan rantai pasok menjadi langkah awal yang penting untuk mengidentifikasi aliran produk, peran masing-masing aktor, serta titik-titik potensi inefisiensi yang dapat diperbaiki. Pengetahuan ini sangat krusial untuk mendorong pengambilan kebijakan berbasis data dan penguatan kemitraan antara petani

dan pelaku usaha lainnya dalam sistem agribisnis kopi.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi pelaku dan peran masing-masing aktor dalam sistem rantai pasok kopi Robusta di Provinsi Lampung; serta menganalisis mekanisme jaringan rantai pasok (*supply chain mapping*) komoditi kopi robusta di Provinsi Lampung.

BAHAN DAN METODE

Penelitian dilakukan pada 29-31 Mei 2022 di Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *Purposive*, dikarenakan Lampung merupakan provinsi ke dua terbesar penghasil kopi di pulau Sumatra. Penelitian ini menggunakan metode survei deskriptif untuk mendapatkan fakta dari indikasi yang muncul dan mengobservasi fakta yang diperoleh dari suatu daerah (Sugiyono, 2015; Nazir, 2011). Pendekatan yang digunakan adalah eksplanatori untuk memahami sistem rantai pasok kopi secara mendalam. Jenis kopi yang diteliti adalah Kopi Robusta.

Data yang digunakan diperoleh dari (1) data primer melalui *indepth* interview untuk mempertajam informasi dari sistem rantai pasok kopi yang diteliti, observasi lapangan, dan diskusi informal; (2)serta data sekunder dari dokumen instansi pemerintah dan literatur ilmiah yang relevan. Sampel penelitian dipilih dengan metode *Snowball sampling* yaitu suatu teknik pengambilan *non-probability sampling* yang dilakukan seperti bola salju yang menggelinding dan membesar, dimana responden satu merekomendasikan responden lain yang terkait dengan informasi penelitian yang ingin digali. Teknik *Snowball sampling* mampu menemukan responden yang sulit ditemukan dan mampu mengungkapkan hal-hal yang lebih spesifik, namun menjadikan waktu

pelaksanaan penelitian jauh lebih lama, serta pemilihan responden awal harus dilakukan dengan teliti agar responden dapat mewakili populasi yang ada (Kumara, 2018). Fokus utama dari penelitian ini yaitu pelaku dalam rantai dan hubungan mereka satu sama lain yaitu petani/produsen, pelaku pemasaran, dan konsumen. Responden penelitian berjumlah 12 responden. Secara lebih rinci responden yang terlibat antara lain (1) petani kopi di Kecamatan Ulu Belu, Kabupaten Tanggamus, Lampung, Indonesia; (2) pengelola agroindustri kopi bernama Beloe Klasik; (3) perwakilan perusahaan eksportir (Penanaman Modal Dalam Negeri/PMDN dan Penanaman Modal Asing/PMA); (4) BPTP Natar; (5) Balai Karantina Kelas I Lampung; (6) Bea Cukai Lampung; dan (7) salah satu perusahaan multinasional.

Data dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pemetaan *supply chain* dilakukan untuk menggambarkan aliran produk, informasi, dan keuangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku Rantai Pasok Komoditi Kopi Lampung

Rantai pasok didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan produktif dari hulu ke hilir yang saling berhubungan antar aktifitas dan membentuk suatu rantai nilai dalam industry (Noviantari, Hasyim, Rosanti, 2015). Rantai pasok melibatkan beberapa unsur yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung. Pelaku rantai pasok dalam komoditi kopi Robusta di Provinsi Lampung berdasarkan hasil penelitian diantaranya:

1. Petani Kopi

Sistem rantai pasok kopi di Provinsi Lampung dimulai dari hulu yaitu petani sebagai penghasil bahan baku yang

melakukan kegiatan budidaya kopi. Setelah melakukan panen, kemudian kopi dijual ke beberapa pihak seperti tengkulak lokal, agroindustri, eksportir, dan perusahaan multinasional. Kopi yang dijual petani biasanya dalam bentuk biji kopi (*green bean*). Harga biji kopi yang dijual dipengaruhi oleh kualitas, kadar air, dan kuantitas kopi itu sendiri. Biasanya harga kopi jika dijual regular ke tengkulak yaitu Rp. 22.500,- per kg, sedangkan jika dijual ke eksportir (mitra dagang) bisa mencapai Rp. 26.500,- per kg. Selain kopi yang dibudidayakan secara regular (masih memakai pupuk kimia atau penanganan kimiawi), ada juga petani yang mulai mengembangkan budidaya kopi organik. Budidaya kopi secara organik ini memiliki beberapa tantangan, dimana petani harus berada di lokasi penanaman dengan lokasi tertinggi agar tidak terkontaminasi dengan bahan kimiawi dari budidaya kopi regular, serta beberapa tantangan lainnya. Namun, harga kopi organik memiliki nilai lebih tinggi yaitu lebih kurang Rp. 75.000,- per kg untuk biji kopi dan Rp. 200.000,- per kg untuk kopi bubuk siap seduh.

2. Tengkulak Lokal

Tengkulak lokal bertugas untuk mengumpulkan buah kopi dari petani di daerah setempat. Sistem penjualan antara tengkulak lokal dengan petani biasanya dilakukan dengan cara barter antara biji kopi dengan sembako, ataupun dengan uang. Harga rata-rata untuk kopi dengan kadar air 18-19% yaitu Rp. 22.500,- per kg.

3. Agroindustri

Buah kopi yang ada kemudian diolah untuk meningkatkan nilai tambah kopi. Kegiatan ini dilakukan oleh agroindustri. Dimana agroindustri tersebut melakukan

proses mulai dari sortasi, roasting, cupping dan pengemasan.

4. Eksportir

Eksportir dilakukan oleh agroindustri, petani kopi itu sendiri, perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN), serta perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA)

5. Perusahaan Multinasional

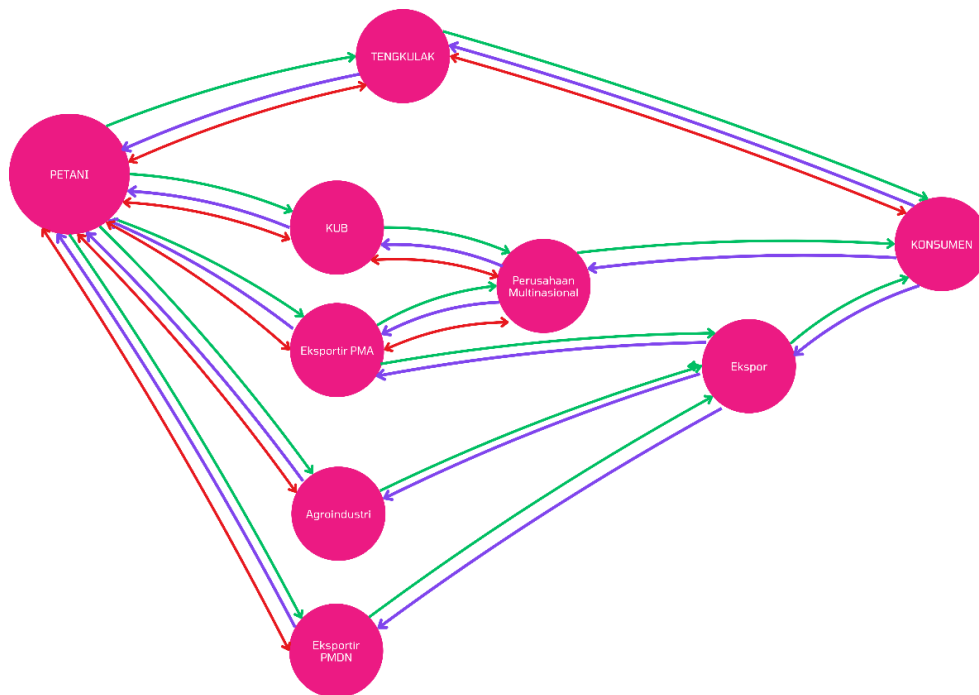
Perusahaan multinasional bekerjasama atau bermitra dengan petani sebagai pemasok bahan baku berupa biji kopi.

6. Konsumen

Konsumen menempati posisi sebagai aktor terakhir/*end-user* pada sistem rantai pasok. Konsumen menjadi tujuan akhir dari seluruh aktivitas produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran (Heizer, Render, dan Munson, 2020). Keberadaan konsumen menjadi penentu utama arah permintaan pasar, kualitas produk, dan efisiensi distribusi dalam rantai pasok (Christopher, 2016). Chopra dan Meindl (2016), *supply chain* berawal dari pemasok dan berakhir pada konsumen akhir sebagai penggerak utama aliran produk dan informasi. Studi yang dilakukan oleh Septarianes, Marimin, dan Raharja (2020) juga menekankan pentingnya peran konsumen dalam rantai pasok kopi Robusta terutama dalam aspek keberlanjutan dan nilai tambah.

Mekanisme Sistem Rantai Pasok Komoditi Kopi Robusta di Provinsi Lampung

Rantai pasokan (*supply chain*) bersifat dinamis dan melibatkan 3 aliran yaitu aliran informasi, produk, dan keuangan (Chopra dan Meindl, 2016). Mekanisme sistem rantai pasok dalam penelitian ini pada kopi Robusta di Provinsi Lampung dipetakan pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. *Supply chain mapping* komoditi kopi robusta di provinsi Lampung
(Data primer diolah, 2025)

Keterangan:

- Aliran Produk
- ← Aliran Keuangan
- ↔ Aliran Informasi

Pada Gambar 1 terlihat telah terjadi aliran produk, keuangan, dan informasi antar aktor-aktor rantai pasok yang terlibat. Aliran produk yaitu komoditi kopi Robusta baik dalam bentuk biji kopi (*green bean*) maupun kopi bubuk. Aliran keuangan telah mengalir dari hilir ke hulu mulai dari konsumen sampai pada petani, berupa pembayaran tunai, insentif, sistem kontrak/kemitraan, maupun bonus. Sedangkan aliran informasi terjadi dua arah antar aktor yang terlibat, tidak semua aktor memiliki aliran informasi. Informasi yang biasanya saling dipertukarkan

mencakup data teknis budidaya, permintaan pasar, standar kualitas, pelaporan, dan sebagainya. Adanya aliran informasi ini memungkinkan rantai pasok hulu untuk memberikan respon terkait negosiasi harga, apresiasi, atau keluhan terkait produk dan jumlah pesanan dari rantai pasok hilir (Katili, Kindangen, dan Karuntu, 2020).

Dari pemetaan rantai pasok di atas, maka teridentifikasi 6 saluran rantai pasok yang akan digambarkan secara ringkas pada tabel berikut.

Tabel 1. Ringkasan perbandingan masing-masing saluran rantai pasok kopi robusta di provinsi Lampung

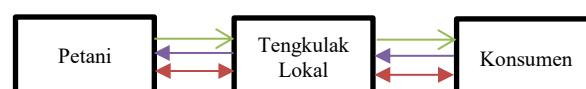
No	Saluran	Perbedaan		
		Harga	Jangkauan Pasar	Perlakuan ke Petani
1	Saluran 1	Rp. 22.500/kg	Lokal	Petani bisa barter kopi dengan sembako.
2	Saluran 2	-	Lokal, Nasional dan Internasional	1) Petani mendapat pembinaan dalam bentuk sekolah 2) Di akhir musim tanam petani memperoleh bonus sebesar Rp. 380,- per 1 kg biji kopi. Akumulasi bonus ini dikumpulkan petani sebagai kas kelompok yang bisa dijadikan simpan pinjam untuk semua anggota kelompok.
3	Saluran 3	Rp. 26.500/kg	Lokal, Nasional dan Internasional	Perusahaan berbagi informasi dalam hal cuaca, <i>safety</i> atau keamanan dalam berbudidaya kopi kepada petani mitra. Serta petani memperoleh harga lebih tinggi dibanding hanya dijual ke tengkulak lokal.
4	Saluran 4	-	Lokal dan Internasional	Secara tidak langsung petani mendapat informasi tentang perkembangan industri per kopian karena adanya fasilitas alat dan mesin pengolah kopi dan bantuan pendanaan dari Pertamina Gheothermal Energy kepada Beloe Klasik.
5	Saluran 5	-	Nasional dan Internasional	Kopi yang dihasilkan petani akan dijual ke perusahaan karena sudah melakukan kerjasama/menjadi mitra. Sehingga tidak susah lagi untuk menjual hasil panen kopi.
6	Saluran 6	Rp. 200.000/kg	Lokal dan Internasional	Harga kopi lebih tinggi.

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, maka saluran rantai pasok kopi Robusta di Provinsi Lampung dijelaskan lebih rinci sebagai berikut.

1. Saluran 1 (Petani-Tengkulak

Lokal)
Sistem rantai pasok pada saluran 1 yaitu petani ke tengkulak lokal digambarkan pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Rantai pasok kopi Lampung pada saluran 1

Keterangan:

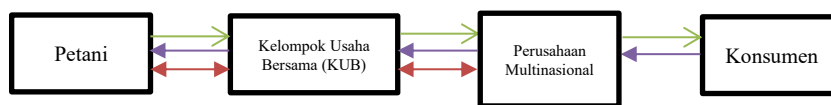
- Aliran Produk
- ← Aliran Keuangan
- ↔ Aliran Informasi

Berdasarkan Gambar 2 diketahui bahwa terjadi aliran rantai pasok yang pendek dimulai dari petani ke tengkulak lokal hingga konsumen. Untuk saluran 1 ini, kopi yang dijual petani dalam bentuk biji kopi (*green bean*). Sistemnya dengan cara menyerahkan langsung biji kopi ke tengkulak atau tengkulak langsung mengambil ke tempat petani. Imbalan dari penjualan ini biasanya dibayarkan

menggunakan uang maupun dengan barter (misalnya sembako, dan lain-lain). Kopi yang dijual petani berkisar pada kadar air 18-19% dengan harga Rp. 22.500,- per kg.

2. Saluran 2 (Petani-Perusahaan Multinasional)

Sistem rantai pasok pada saluran 2 yaitu petani ke perusahaan multinasional digambarkan pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Rantai pasok kopi Lampung pada saluran 2

Keterangan:

- Aliran Produk
- ← Aliran Keuangan
- ↔ Aliran Informasi

Berdasarkan Gambar 3 diketahui bahwa terjadi aliran rantai pasok dimulai dari petani ke perusahaan multinasional (XX). Produk atau merek kopi nya yaitu produk kopi XXY. Untuk mengumpulkan kopi dari petani, perusahaan XX memiliki tengkulak yang dinamakan tengkulak KUB (Kelompok Usaha Bersama). Perusahaan XX telah bermitra dengan lebih kurang 20.000 petani kopi di Tanggamus dan Lampung Barat, untuk di desa Sukamaju Kecamatan Ulubelue secara khusus terdapat hampir 4000 petani kopi yang bermitra. Dari kemitraan tersebut, hingga tahun 2021 perusahaan XX tercatat telah melakukan pembelian biji kopi sebanyak 50.000 ton atau setara dengan US\$80 juta per tahun untuk pemenuhan bahan baku produksi di Indonesia dan global. Serta pada tahun 2021 perusahaan XX telah bermitra dengan

petani kopi di Lampung selama 50 tahun. Syarat menjadi mitra tersebut harus memiliki sertifikasi hasil kopi agar sesuai dengan standar perusahaan XX. Selain itu petani harus tergabung dalam kelompok tani. Kontrak biasanya dilakukan setiap awal musim tanam. Dalam kemitraan ini, petani mendapat pembinaan dalam bentuk sekolah lapang dari perusahaan XX, selain itu di akhir musim tanam petani memperoleh bonus sebesar Rp. 380,- per 1 kg biji kopi. Akumulasi bonus ini dikumpulkan petani sebagai kas kelompok yang bisa dijadikan simpan pinjam untuk semua anggota kelompok.

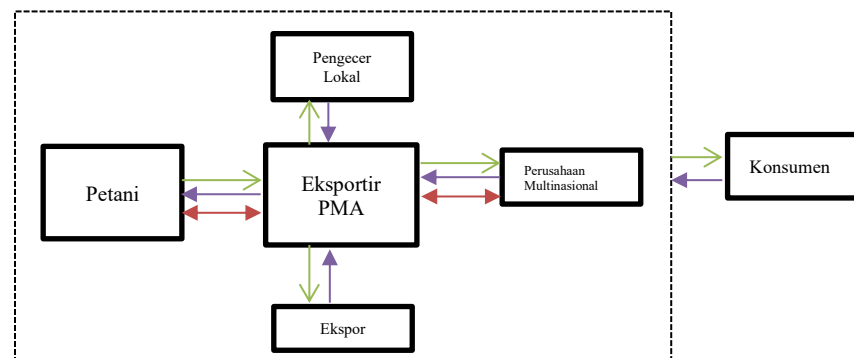
3. Saluran 3 (Petani-Perusahaan eskportir (PMA))

Petani kopi di Provinsi Lampung selain bermitra dengan perusahaan XX, juga bermitra dengan perusahaan YY yaitu salah satu eksportir dengan Penanaman Modal

Asing (PMA). Perusahaan YY pada tahun 2019 memiliki lebih kurang 5000 petani kopi di Lampung Barat sebagai mitra. Hal ini bertujuan untuk peningkatan produktivitas petani kopi yang berdampak baik bagi kesejahteraan petani kopi itu sendiri. Di dalam kemitraan ini, perusahaan YY selain membeli kopi petani, juga berbagi informasi dalam hal cuaca, safety atau keamanan petani. Hasil olahan kopi dari pabrik perusahaan YY di ekspor hingga Asia, Amerika, dan

Eropa. Harga kopi yang diterima petani dari perusahaan YY yaitu Rp. 26.500,- per kg. Harga ini lebih tinggi daripada petani hanya menjual kopi langsung ke tengkulak lokal. Bahan baku kopi dari perusahaan YY kemudian didistribusikan ke perusahaan multinasional besar, eksportir, dan pengecer lokal.

Sistem rantai pasok pada saluran 3 digambarkan pada Gambar 4 berikut.



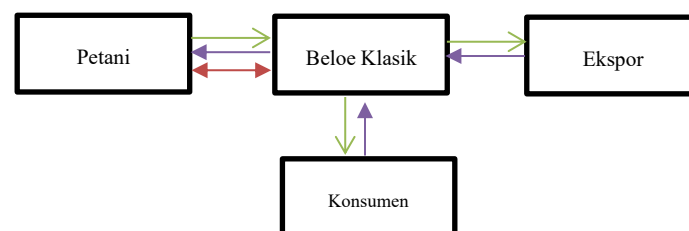
Gambar 4. Rantai Pasok Kopi Lampung pada Saluran 3

Keterangan:

- Aliran Produk
- ← Aliran Keuangan
- ↔ Aliran Informasi

4. Saluran 4 (Petani-Beloe Klasik)

Sistem rantai pasok pada saluran 4 disajikan pada gambar berikut.



Gambar 5. Rantai pasok kopi Lampung pada saluran 4

Keterangan:

- Aliran Produk
- ← Aliran Keuangan
- ↔ Aliran Informasi

Berdasarkan Gambar 5 diketahui bahwa terjadi aliran rantai pasok dari petani ke Beloe Klasik. Beloe klasik awalnya pada tahun 2013 merupakan *coffee shop* yang ada di Yogyakarta yang dimiliki oleh pemuda asli Sumatera. Hingga pada tahun 2015 kondisi kopi di Sumatera kualitasnya kurang baik, sehingga pada tahun 2016 Beloe berfikir untuk pulang kampung demi membangun industri kopi di kampung halaman. Maka pada tahun 2017 Beloe mulai mengembangkan industri kopi di

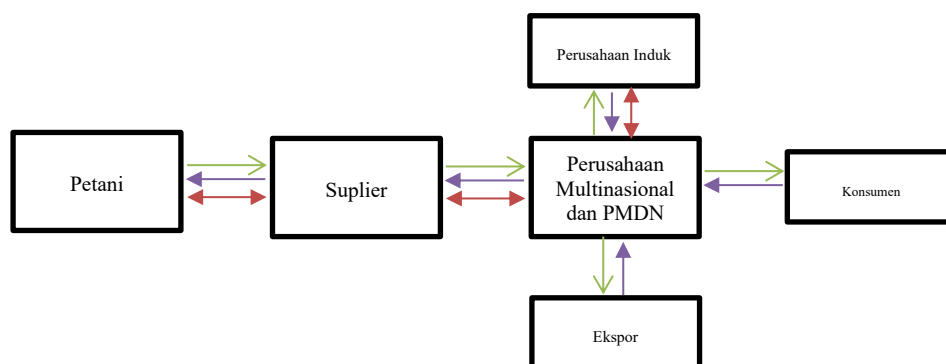
desa Sukamaju Kecamatan Ulubelue. Dalam perkembangannya Beloe menjadi salah satu binaan dan mitra Pertamina Geothermal Energi. Sehingga terbantu dalam hal pendanaan dan mampu mengembangkan inovasi peralatan industri kopi seperti mesin *roasting*, dan sebagainya. Selanjutnya dalam pendistribusian produknya, Beloe menjual ke pasar ekspor serta konsumen lokal. Berikut contoh kemasan produk yang dihasilkan oleh Beloe Klasik.



Gambar 6. Produk kopi Beloe Klasik

5. Saluran 5 (Petani-Perusahaan multinasional sekaligus eksportir PMDN)

Sistem rantai pasok pada saluran 5 disajikan pada gambar berikut.



Gambar 7. Rantai pasok kopi Lampung pada saluran 5

Keterangan:

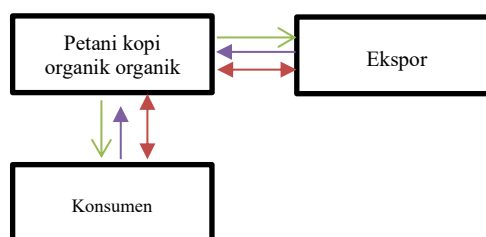
- Aliran Produk
- ← Aliran Keuangan
- ↔ Aliran Informasi

Berdasarkan beberapa aliran rantai pasok di atas, petani menjual kopi mereka ke perusahaan ZZ. Perusahaan ZZ merupakan perusahaan yang tergabung dalam salah satu Holding Company yang bergerak pada industri komoditi kopi yang memiliki tugas yaitu membeli kopi asalan, kemudian melakukan proses dan selanjutnya mengirim nya 70% ke pabrik sendiri, 30% ke pasar ekspor (Jepang, Eropa Timur, Rusia, Italia,

Spanyol, Inggris, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Singapura), sisanya ke pasar domestik. Untuk menjaga ketersediaan bahan baku kopi (kopi asalan), maka perusahaan ZZ menggunakan *supply chain management* yang baik dengan metode yang tepat.

6. Saluran 6

Sistem rantai pasok pada saluran 6 disajikan pada gambar berikut.



Gambar 8. Rantai pasok kopi Lampung pada saluran 6

Keterangan:

- Aliran Produk
- ← Aliran Keuangan
- ↔ Aliran Informasi

Provinsi Lampung tidak hanya memiliki kopi yang dibudidayakan secara regular namun juga memiliki kopi yang dibudidayakan dengan cara organik. Salah satu petani kopi organik di Lampung berada di desa desa Sukamaju Kecamatan Ulubelue. Brand kopi organiknya yaitu Talangtelukcoffee yang dimiliki oleh Lilik Sudioanto. Produk kopi organik ini kemudian di pasarkan ke pasar ekspor (New Zealand, dan lain-lain), konsumen lokal (melalui channel google bisnis, shopee, facebook, dan pembelian langsung). Harga kopi organik ini memiliki nilai yang tinggi mencapai Rp. 200.000 per kg. Namun, budidaya kopi organik ini memiliki beberapa tantangan seperti mencari lokasi tertinggi untuk

budidaya supaya terjaga proses organiknya, serta mencari pasar yang tepat untuk kopi organik ini.

KESIMPULAN

Rantai pasok kopi di Provinsi Lampung melibatkan beberapa pihak yaitu petani kopi, tengkulak lokal, perusahaan multinasional, supplier, eksportir (PMDN dan PMA), agroindustri, dan konsumen. Teridentifikasi sebanyak 6 saluran sistem rantai pasok pada pemasaran komoditi kopi di Provinsi Lampung. Sistem rantai pasok kopi di Lampung memiliki keberagaman dan telah melibatkan kemitraan di dalamnya, misalnya yang terjadi dengan perusahaan multinasional sekaligus PMDN. Sehingga terpetakan aliran

produk, aliran keuangan, dan aliran informasi di dalamnya. Hal ini juga memberikan contoh yang bagus karena selain petani bisa memperoleh kepastian harga dari perusahaan mitra, petani juga memperoleh pembinaan sehingga hal ini berdampak baik dalam jangka panjang bagi petani.

Diharapkan dalam jangka panjang petani kopi dapat meningkatkan kualitas produksi kopi sehingga bisa memiliki kesempatan yang lebih luas lagi dalam memasarkan kopi dan memiliki nilai tawar yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation (6th ed.)*. Pearson Education.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & supply chain management (5th ed.)*. Pearson UK.
- Direktorat Kajian Strategis dan Kebijakan Pertanian. (2017). Peran Komoditas Kopi Bagi Perekonomian Indonesia. Policy brief No 13. Institut Pertanian Bogor.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. (2016). *Statistik Perkebunan Indonesia*. Jakarta (ID): Kementerian Pertanian.
- Fanulene, T. D. dan Soediantono, D. (2022). Manajemen rantai pasok pada industri di era industri 4.0 dan digital. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(4), 77-85.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management (13th ed.)*. Pearson.
- Katili, K., Kindangen, P., dan Karuntu, M. (2020). Analisis manajemen rantai pasok ikan roa di desa Kumu kecamatan Tombariri. *Jurnal EMBA*, 8(3), 261-270.
- Kementerian Pertanian. (2016). *Outlook Kopi Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan*. Jakarta (ID): Kementerian Pertanian
- Kumara, A. R. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ahmad Dahlan University.
- Marie, I. A., Rahmawati, N., Witonohadi, A. dan Narindro, L. (2022). Pelatihan manajemen rantai pasok pada UMKM/IKM asosiasi pengusaha engineering Karawang. *Jurnal Akal: Abdimas dan Kearifan Lokal*, 3(1), 1-17.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Noviantari, K., Hasyim, A. I., dan Rosanti, N. (2015). Analisis rantai pasok dan nilai tambah agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung. *JIAA*, 3(1), 10-17.
- Rahmawati, T. W., Santoso, S. I. dan Nurfadillah, S. (2024). Analisis trend luas lahan dan produksi kopi di Indonesia. *AGROMEDIA*, 42(2), 145-153.
- Septarianes, S., Marimin, dan Raharja, S. (2020). Strategi peningkatan kinerja dan keberlanjutan rantai pasok agroindustri kopi robusta di kabupaten Tanggamus. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(2), 207-220.
<https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.2.207>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ALFABETA, Bandung.
- Taropi, M., Sudjatmiko, D. P. dan Nursan, M. (2023). Strategi pengembangan usahatani kopi di desa Karang Sidemen kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. *Agroteksos*, 33(3), 1092-1104.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, ANDI, Yogyakarta.