

RANTAI DISTRIBUSI KOPI DALAM PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PETANI DI KABUPATEN PONOROGO

Duwi Setyo Rahmawati, Hadi Sumarsono

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Jl. Budi Utomo No.10 Ponorogo 63471 Telp./Fax (0352) 461796

Email : dsry.3121@gmail.com Email : hadisumarsono@umpo.ac.id

Abstrak

Rantai distribusi adalah hubungan antar Lembaga-lembaga distributor atau Lembaga-lembaga penyalur yang memiliki kegiatan untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Distribusi adalah salah satu kegiatan dalam ekonomi selain kegiatan produksi dan konsumsi. Kegiatan distribusi yaitu suatu kegiatan menyalurkan atau mendistribusikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Maka dari itu dilakukan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai distribusi pemasaran kopi di Kabupaten Ponorogo, khususnya untuk mengetahui pengaruh teknik distribusi pemasaran terhadap kesejahteraan petani kebun kopi. Dari penelitian ini diketahui bahwa faktor yang menentukan kesejahteraan petani adalah teknik marketing yang tepat dan benar.

Kata kunci : Kopi, Rantai Distribusi, Kesejahteraan Petani

Abstract

Distribution chain is the relationship between distributor institutions or channeling institutions that have activities to distribute goods and services from producers to consumers. Distribution is one of the activities in the economy apart from production and consumption activities. Distribution activity is an activity to distribute or distribute goods or services from producers to consumers. Therefore, this study aims to analyze the coffee marketing distribution chain in Ponorogo Regency, in particular to determine the effect of marketing distribution techniques on the welfare of coffee plantation farmers. From this research it is known that the factor that determines the welfare of farmers is the right and correct marketing technique.

Keywords : Coffee, Distribution Chain, Farmer welfare

1. PENDAHULUAN

Perkebunan merupakan salah satu sector yang penting dalam menunjang perekonomian Indonesia. Perkebunan di Indonesia kurang diimbangi dengan peningkatan luas area untuk tanaman perkebunan sehingga perlu adanya revitalisasi perkebunan. Komoditas perkebunan yang pernah unggul dengan komoditas kualitas internasional seperti tebu, kopi, dan rempah-rempah. Revitalisasi juga harus dipandang proses untuk menyegarkan kembali perkebunan, membangun daya saing, meningkatkan kinerja petani serta menyejahterakan pelaku utamanya petani kebun sebagai jantung dari usaha perkebunan.

Salah satunya komoditas perkebunan yang terpenting adalah kopi. Kopi adalah salah satu komoditas yang sedang marak dibudidayakan oleh negara yang berada di Kawasan iklim tropis benua Afrika, Amerika Tengah dan Selatan dan di Asia Pasifik. Kopi juga merupakan komoditi ekspor yang memiliki nilai ekonomis yang relative tinggi di pasar dunia. Komoditi kopi ini dipilih untuk menjadi usaha banyak pihak karena sesuai dengan tingkat kebutuhan baik dari sisi jumlah maupun jenisnya. Kopi yang banyak diminati diantaranya kopi arabika yang berasal dari

Colombia, negara-negara di Amerika Tengah dan Brazil. Sedangkan kopi robusta berasal dari Afrika dan Asia Pasifik. Berdasarkan dua jenis kopi tersebut, kopi arabika merupakan bagian terbesar dari jenis kopi yang dihasilkan yaitu sekitar 70% dari jumlah produksi dan sisanya adalah kopi robusta.

Pada Kawasan ASEAN, Indonesia merupakan produsen sekaligus eksportir kopi terbesar kedua setelah negara Vietnam. Pada tahun 1980-2016, Indonesia mengalami peningkatan produksi kopi yaitu mencapai 2,44%. Peningkatan produksi kopi ini masih belum dianggap sesuai dengan peningkatan pendapatan petani kopi. Hal ini disebabkan karena beberapa hal yang masih belum dikuasai petani salah satunya cara pemasaran biji kopi.

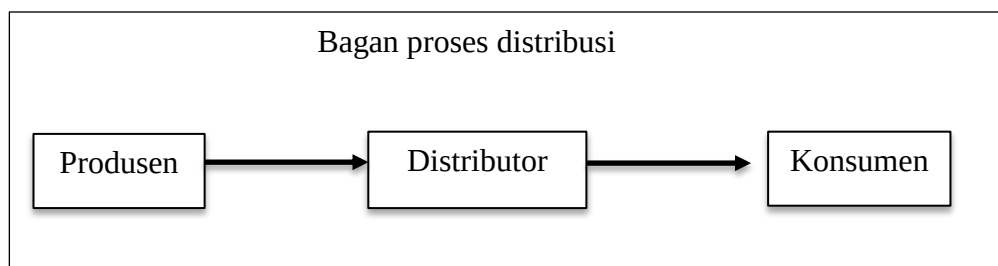
Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu pusat perkebunan kopi rakyat yang banyak ditanami kopi arabika dan robusta. Pegunungan Ijen-Raung termasuk dalam 10 perkebunan terluas, selain itu petani kebun pada daerah tersebut mengusahakan menanam kopi di tanah hutan lindung milik Perhutani. Pihak perhutani mempercayakan lahan di sekitar hutan dengan syarat menjaga pohon-pohon di sekitar hutan agar tetap lestari kemudian petani diberikan kebebasan untuk menanam kopi di sekitarnya.

Namun pada teknik pemasaran kopi mengalami kendala. Yaitu dengan adanya saluran pemasaran yang panjang melibatkan banyak Lembaga pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran, semakin tinggi harga konsumen sehingga keuntungan dari tingginya harga tidak bisa dinikmati oleh petani melainkan dinikmati oleh distributor. Padahal salah satu teknik pemasaran kopi yang efisien adalah dengan mengurangi batas-batas pemasarannya. Kurangnya informasi pasar dapat menyebabkan kurangnya pengetahuan petani mengenai kondisi pasar. Sehingga hal ini mengakibatkan posisi tawar petani dalam menentukan harga jual kopi melemah.

Menurut (Pertanian, K. 2016) Pemasaran adalah proses sosial dan managerial yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan memperoleh sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Maka dari itu diperlukan informasi dan pengetahuan yang cukup oleh pihak yang bersangkutan sehingga dalam pemasaran tidak mengalami kesalahan dan tepat sasaran sesuai tujuan yang telah ditetapkan.

Selain memperhatikan teknik pemasaran yang tepat, juga diperlukan manajemen pemasaran yang benar. Menurut (Herdiani, E. 2012) manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian atas program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan organisasional.

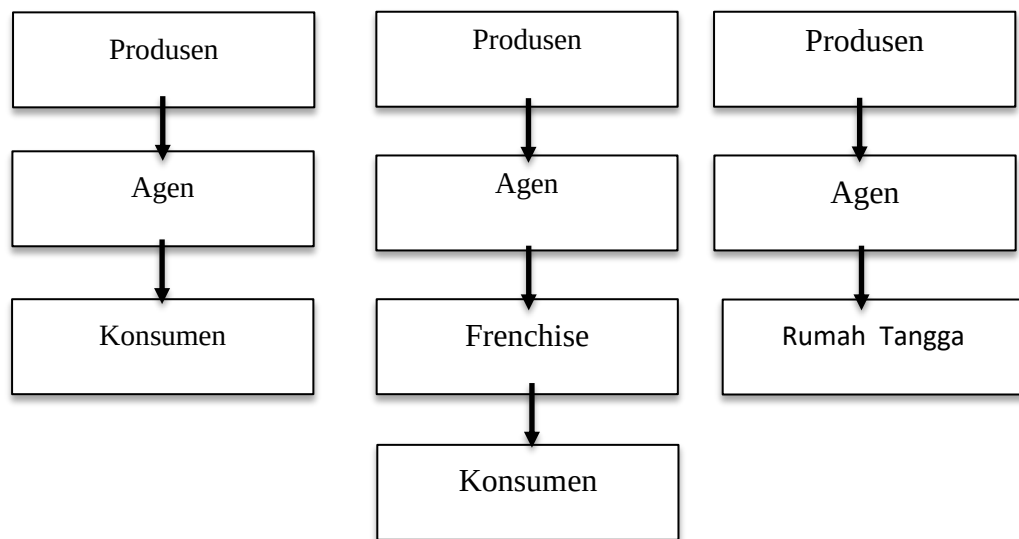
Dalam melakukan marketing dapat berdampingan dengan distribusi. Distribusi adalah salah satu kegiatan dalam ekonomi selain kegiatan produksi dan konsumsi (Sagitaningrum, R., & Afandi. 2015). Kegiatan distribusi yaitu suatu kegiatan menyalurkan atau mendistribusikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Pihak yang melakukan proses distribusi disebut dengan distributor. Bidang distribusi memiliki peran yang penting dalam dunia bisnis, salah satunya untuk menjadi alat marketing. Proses distribusi memiliki tujuan memberikan jaminan keberlangsungan produksi, mengirimkan produk barang dan jasa ke konsumen, menjaga sistem ekonomi dan bisnis.



Gambar 1. Bagan Proses Distribusi

Di dalam proses distribusi terdapat rantai distribusi. Rantai distribusi adalah hubungan antar Lembaga-lembaga distributor atau Lembaga-lembaga penyalur yang memiliki kegiatan untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Terdapat 5 macam rantai distribusi

- a. Produsen-agen-konsumen. Produsen menyalurkan produk kepada agen, kemudian agen mengolah produk dengan variasi dan diterima oleh konsumen
- b. Produsen-agen-frenchise-konsumen. Produsen menyalurkan produk kepada agen, kemudian agen mempunyai frenchise yang kemudian akan mengolah produk dan diterima oleh konsumen.
- c. Produsen-agen-rumah tangga. Produsen menyalurkan produk kepada agen dan diterima oleh industry rumah tangga.
- d.



Gambar 2 Bagan Proses Distribusi

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara. Menurut (Sugiyono, 2016) Metode penelitian kualitatif pustaka adalah metode penelitian kualitatif dimana peneliti mendapatkan sumber data yang bersumber dari hasil wawancara kepada pemilik “Wijsoen” yaitu Bapak Nugroho Sarasmino yang diuraikan dalam bentuk deskripsi.. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, penelusuran internet, jurnal serta dokumen pendukung lainnya dari mitra terkait yang relevan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan di Kabupaten Ponorogo. Jenis kopi yang dihasilkan di kabupaten ini adalah jenis kopi arabika dan kopi robusta. Kedua jenis kopi ini memiliki rantai distribusi yang berbeda. Perjalanan kopi arabika lebih panjang dibanding kopi robusta. Kopi arabika diekspor ke luar negeri, sedangkan kopi robusta didistribusikan untuk memenuhi kebutuhan local

Pelaku usaha perkebunan kopi yang terlibat dalam distribusi kopi arabika di Kabupaten Ponorogo adalah petani, pengumpul kecamatan, pengumpul kabupaten, pedagang besar, pabrik, dan eksportir. Untuk kopi robusta, kabupaten Ponorogo mematok harga Rp90.000/kg dan kopi arabika Rp240.000/kg. jenis kopi arabika dipanen pada setiap bulan Juli, dan jenis kopi Robusta

dipanen pada setiap Bulan Oktober. Kopi ini dijual kepada tiga pelaku usaha terdekat dengan petani seperti pengumpul kecamatan, pengumpul kabupaten dan pedagang besar. Pengumpul kecamatan dan pengumpul kabupaten berfungsi untuk mengumpulkan kopi dari petani yang kemudian akan didistribusikan kepada pedagang besar dan pabrik. Kemudian pedagang besar dan pabrik mengolah kopi arabika dalam jumlah yang banyak menggunakan mesin yang canggih.

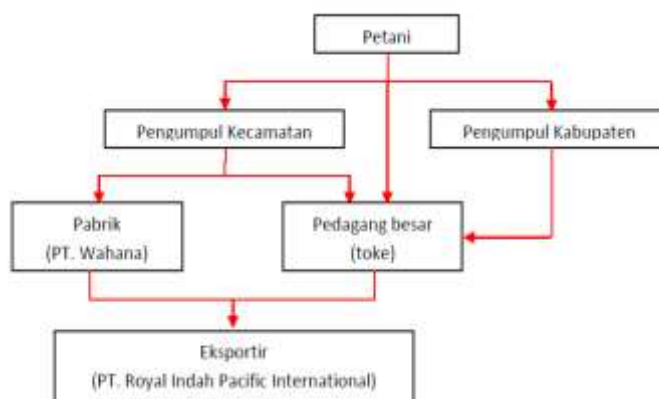
Tidak semua kecamatan di Ponorogo melakukan usaha perkebunan kopi. Berikut adalah data kecamatan penghasil kopi di Kabupaten Ponorogo.

Tabel 1 Penghasil Kopi di Kabupaten Ponorogo

Kecamatan	2018	2019
Ngrayun	123,71	123,71
Sawoo	3,13	3,13
Sooko	9,03	9,03
Pudak	19,00	19,00
Pulung	24,48	24,48
Ngebel	182,36	182,36
Jumlah dalam ton	361,71	361,71

Sumber : Data diolah Peneliti 2022

Berdasarkan data di atas disimpulkan bahwa kecamatan-kecamatan penghasil kopi di Kabupaten Ponorogo adalah kecamatan yang terletak di daerah dataran tinggi atau pegunungan sehingga sangat cocok bagi masyarakat sekitar yang memiliki mata pencaharian sebagai petani kebun kopi. Letak geografis yang mendukung juga didukung oleh pemerintah Kabupaten Ponorogo mengakibatkan perkembangan rantai distribusi kopi di Kabupaten Ponorogo juga berkembang pesat. Hal ini mengakibatkan kesejahteraan petani kebun kopi. Panjangnya rantai distribusi kopi tentu sangat berpengaruh terhadap harga jual kopi di setiap tingkat pelaku usaha karena pelaku usaha berupaya untuk memperoleh keuntungan dagang sebanyak mungkin. Panjang - pendeknya rantai distribusi kopi sangat mempengaruhi kesejahteraan petani karena petani yang berada di posisi paling hulu cenderung menjadi objek permainan pasar oleh pelaku usaha di tingkat atasnya. Harga yang rendah di tingkat petani menjadikan berkurangnya gairah petani untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kopi sesuai yang diharapkan pelaku usaha di tingkat atas. Proses distribusi yang dialami oleh pelaku usaha kopi “Wijsoen” adalah pengambilan kopi yang diperoleh dari produsen dan didistribusikan oleh “Wijsoen” kemudian sampai pada konsumen. Selain itu pihak agen “Wijsoen” juga mendistribusikan kepada frenchise di kedai “Komath” Ponorogo dan Trenggalek”, serta didistribusikan kepada rumah tangga.



Gambar 3. Rantai Distribusi Kopi Arabika di Kabupaten Ponorogo



Gambar 4. Rantai Distribusi Kopi Robusta Kabupaten Ponorogo

4. KESIMPULAN

- Kecamatan di Ponorogo yang menghasilkan kopi hanya ada beberapa diantaranya Ngrayum, Sawoo, Sooko, Pudak, Pulung, Ngebel. Daerah tersebut adalah daerah yang terletak di daerah pegunungan.
- Pelaku usaha perkebunan kopi yang terlibat dalam distribusi kopi arabika di Kabupaten Ponorogo adalah petani, pengumpul kecamatan, pengumpul kabupaten, pedagang besar, pabrik, dan eksportir.
- Rantai distribusi pemasaran kopi sangat memengaruhi kesejahteraan petani kebun kopi. Semakin tinggi tingkat pemasaran maka semakin tinggi pula keuntungan yang diterima petani kebun kopi.

Saran

Pihak kabupaten sebaiknya memperluas jaringan pemasaran kopi dengan memperhatikan teknik marketing dan distribusi sehingga keuntungan yang diperoleh juga diterima oleh pihak paling bawah yaitu petani kebun bukan hanya pengepul dan pedagang besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Taib, Gunarif dan Purnama Dini Hari. 2016. Analisis Rantai Pasok dan Pemasaran Biji Kopi di Sumatera Barat. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Andalas Padang.
- Fahmi, M Baihaqi, Kadir I A. 2013. Analisis Strategi Pemasaran Kopi Arabika “Bergendaal Koffie” di Kabupaten Bener Meriah. *Jurnal Agrisep*. Vol 14 No 1.
- Novianti, K, Hasyim A I Rosanti. 2015. Analisis Rantai pasok dan Nilai Tambah Agroindustri Kopi Luwak di Provinsi Lampung. Vol 3 No 1
- Fauziah, Ulfah dan Andri Ihwana. 2015. Analisa Rantai Nilai Distribusi Kopi di Kabupaten Garut. *Jurnal Kalibrasi STT Garut*. Vol 1 No 13
- Herdiani, E. (2012). Potensi Distribusi Kopi Indonesia. Badan Pengkajian Dan Pengembangan Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

- http://bppp.kemendag.go.id/media_content/2017/12/Isi_BRIK_Distribusi_Kopi.pdf
- Pertanian, K. (2016). Potensi Distribusi Kopi Indonesia. Badan Pengkajian Dan Pengembangan Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- http://bppp.kemendag.go.id/media_content/2017/12/Isi_BRIK_Distribusi_Kopi.pdf
- Pujiasmanto. (2016). Potensi Tanaman Obat Indonesia. Badan Pengkajian Dan Pengembangan Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- http://bppp.kemendag.go.id/media_content/2017/12/Isi_BRIK_Distribusi_Kopi.pdf
- Sagitaningrum, R., & Afandi. (2015). Strategi Pengembangan Kopi “Assyifa’a” di Kota Palu Sulawesi Tengah. 4(4), 521–531.
- Sugiyono. (2016). Penggunaan Model Problem Based Learning (PBL) Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Pada Subtema Kebersamaan Dalam Keberagaman (Penelitian Tindakan Kelas Di Kelas IV Sdn Gentra Masekdas). Institutional Repositories & Scientific Journals.
- Suhariyanto. (2021). Kabupaten Ponorogo Dalam Angka 2021.
- Sujarweni. (2015). Pengaruh Lingkungan Sosial, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Pada WPOP Di Desa Tegalangus). Metode Penelitian, 13.
- DistribusiKopi.net. (2016). Potensi Distribusi Kopi Indonesia. Badan Pengkajian Dan Pengembangan Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- http://bppp.kemendag.go.id/media_content/2017/12/Isi_BRIK_DistribusiKopi.pdf
- Sagitaningrum, R., & Afandi. (2015). Strategi Pengembangan Kopi “Assyifa’a” di Kota Palu Sulawesi Tengah. Agrotekbis, 4(4), 521–531.
- Tiara, N. (2017). AGRISTA : Vol . 5 No . 3 September 2017 : 232-244 ISSN : 2302-1713 Tiara Yanri H : Strategi Pengembangan, 5(3), 232–244.