



## Analisis struktur dan menentukan profit margin rantai pasok pemasaran kopi (studi kasus di Indonesia)

Imelda Yunita<sup>1\*</sup>, Rika Ampuh Hadiguna<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Teknologi Industri Pertanian, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

<sup>2</sup>Teknik Industri, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

### Article history

*Diterima:*

15 September 2022

*Diperbaiki:*

23 November 2022

*Disetujui:*

30 November 2022

### Keyword

*profit margins;  
robusta coffee;  
supply chain;  
supply chain structure.*

### ABSTRACT

*The role of the players in the supply chain is very significant in delivering products to consumers. As producers, the role of coffee farmers is equally crucial in improving the efficiency of the supply chain. The structure of the coffee supply chain in the research area starts with farmers, wholesalers, and consumers (exporters). The purpose of this study is to examine the structure of the coffee bean marketing chain considering the position of farmers in increasing profit margins. The focus of this research is on robusta coffee, grown in the Jambi Province as one of the coffee producers in Indonesia. The research phases analyze the structure of the supply chain and formulate a mathematical model to see the profit margins obtained by each actor in the supply chain. The results of the profit margin analysis show that farmers can make stable profits if they maintain good partnerships and thus can maintain the quality of production by consumer demand.*



*This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.*

---

\* Penulis korespondensi

Email : imeldayunita@lecturer.unri.ac.id

DOI 10.21107/agrointek.v17i4.16924

## PENDAHULUAN

Salah satu yang menjadi subsektor unggulan dalam subsektor perkebunan adalah kopi. Kopi mempunyai peluang pasar yang baik. Indonesia menjadi salah satu produsen kopi di dunia. Indonesia negara produsen biji kopi peringkat ke-4 di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Dalam perdagangan biji kopi dapat melibatkan banyak pihak yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang besar hingga eksportir. Peran petani sebagai penghasil biji kopi merupakan sebuah kontribusi besar daripada pedagang. Situasi ini sangat menarik untuk memeriksa margin keuntungan dan kelembagaan perdagangan biji kopi.

Penelitian ini merupakan studi komprehensif pada perdagangan biji kopi di salah satu provinsi di Indonesia. Fokus dari objek penelitian yaitu pada Kabupaten Merangin Provinsi Jambi sebagai salah satu sentra perkebunan kopi. Provinsi Jambi menjadi salah satu sentra produksi biji kopi, memiliki jumlah rata-rata produksi kopi robusta pada tahun 2019 adalah 16.393 ton (Direktorat Jenderal Perkebunan 2021).

Manajemen rantai pasok merupakan pengembangan lebih lanjut dari konsep tata niaga dalam pemenuhan kebutuhan konsumen. Rantai pasok (*supply chain*) memiliki hubungan keterkaitan antara aliran material, aliran uang (*return/recycle*) dan aliran informasi dari semua aktor dalam rantai pasok. Aktor pada rantai pasok merupakan pelaku dalam rantai pasok mulai dari pemasok, produsen, distributor, gudang, pengecer sampai ke pelanggan akhir atau konsumen (Budiono, 2016). Menurut Suryaningrat (2016), rantai pasok (*supply chain*) merupakan jaringan organisasi yang memiliki tujuan bersama dalam menciptakan dan mengantarkan produk hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Kegiatan dalam rantai pasok memiliki proses dari mengubah sumber daya alam atau bahan baku menjadi produk hingga sampai ke konsumen akhir. Informasi tentang harga, kualitas dan ketersediaan berguna dalam mendukung kegiatan rantai pasok.

Praktik manajemen rantai pasok semakin berkembang pada berbagai bidang industri. Praktik manajemen rantai pasok ini terbagi menjadi tiga yaitu kolaborasi perencanaan permintaan dan pengadaan, kolaborasi produksi dan kolaborasi perencanaan logistik. Kolaborasi

perencanaan permintaan dan pengadaan merupakan pengembangan dari sistem persediaan (Hadiguna 2015).

Kolaborasi produksi bertujuan untuk memperoleh biaya yang rendah dan proses yang responsif pada kondisi permintaan yang memiliki fleksibilitas tinggi. Kolaborasi ini meliputi standarisasi produk, alokasi ulang produksi dan fasilitas pergudangan, *outsourcing* volume produksi, pembagian kapasitas pada sebuah pabrik dan kontrak atau kemitraan pemasok (Hadiguna 2015). Kolaborasi pada rantai pasok seharusnya dapat membangun kerjasama yang baik antar pelaku dalam rantai pasok.

Prinsip pengelolaan manajemen rantai pasok yang efektif terbagi menjadi 6 berdasarkan kemitraan usaha rantai pasok agribisnis yang berhasil (Saptana et al. 2018). Prinsip pertama, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis berfokus pada konsumen. Standar kualitas produk sesuai dengan permintaan pasar dan kebutuhan konsumen akhir. Prinsip kedua, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas. Prinsip ketiga, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis harus memastikan pendistribusian atau logistik berjalan efektif. Prinsip keempat, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis harus memiliki informasi dan strategi komunikasi yang efektif. Prinsip kelima, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis harus dapat membangun Kerjasama yang efektif. Prinsip keenam, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis harus mampu menciptakan dan mendistribusikan nilai tambah secara adil. Keterbatasan dalam memenuhi prinsip-prinsip manajemen rantai pasok tersebut dapat menyebabkan kegagalan dalam pencapaian tujuan kemitraan usaha pada rantai pasok dan mengancam keberlanjutannya.

Penelitian mengenai struktur rantai pasok kopi telah terlaksana oleh beberapa peneliti. Penelitian Yulia et al. (2019) mengenai identifikasi dan analisis struktur rantai pasok kopi rakyat robusta Kecamatan Bengalsari Jember penelitian terlaksana melalui wawancara langsung kepada petani dan kelompok tani tingkat desa. Penelitian Yunita et al. (2019) mengenai studi kasus kelembagaan perdagangan dan margin keuntungan komoditas kopi pionir di Indonesia. Penelitian menggunakan metode wawancara langsung kepada petani.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur rantai pasok dengan melihat margin keuntungan yang terdapat antar pelaku dalam memasarkan produknya.

### METODE

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari data kualitatif dan data kuantitatif yang menggunakan metode wawancara mendalam (*in depth interview*) observasi lapangan. Data sekunder merupakan data yang berasal dari studi pustaka, penelusuran internet, jurnal-jurnal serta sumber dokumen pendukung yang relevan. Batasan dalam menganalisis data yaitu hanya melakukan analisis profit margin dari rantai pasok kopi di daerah penelitian. Profitabilitas pemasar antar masing-masing pelaku rantai pasok dengan mengamati variabel margin pemasaran dan biaya pemasaran untuk menghitung margin pemasaran, digunakan formula sebagai berikut (Ramizan *et al.*, 2014):

$$Mi = Pri - Pfi$$

Keterangan:

Mi =Margin pemasaran pada setiap kelembagaan pemasaran.

Pri =Harga yang diterima oleh lembaga pemasaran yang lebih akhir.

Pfi =Harga yang diterima oleh lembagamasebelumnya.

Berikut Tabel profil responden pada penelitian:

Tabel 1 Profil responden (petani)

Uraian	Petani	Persentase (%)
<35 tahun	1	3,3
35-50	13	43,4
>50	16	
Total	30	100

Tabel 2 Profil responden (pedagang besar-eksportir)

Uraian	Pedagang Besar	Eksportir
<35 tahun		
35-50	1	
>50	2	1
Total	3	1

## HASIL DAN PEMBAHASAN

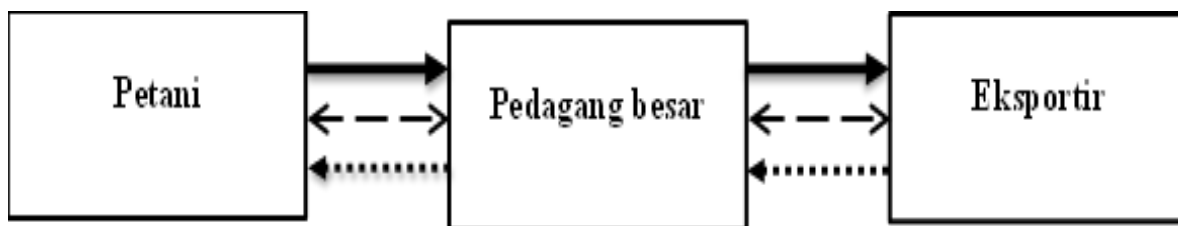
### Rantai Pasok Komoditas Pertanian

Rantai pasok merupakan keseluruhan kegiatan yang ikut melibatkan seluruh pihak baik yang memproduksi atau menghasilkan suatu barang atau jasa, mulai dari produsen atau *supplier* bahan baku hingga sampai pada konsumen akhir. Manajemen rantai pasok merupakan suatu kegiatan mengelola penawaran dan permintaan, termasuk pengadaan bahan baku, input produksi, kegiatan atau proses produksi dan perakitan, kegiatan penyimpanan hasil produksi dan pengelolaan, proses pengiriman serta distribusi sampai kepada konsumen (Lokollo 2012). Manajemen rantai pasok merupakan perencanaan yang terintegrasi, koordinasi, serta pengendalian seluruh proses bisnis logistik dan kegiatan dalam rantai pasok untuk memberikan nilai unggul pada biaya minimum pada rantai pasok tersebut dengan tetap memuaskan keinginan pemangku kepentingan lain dalam rantai pasok tersebut (Hart *et al.* 2007).

Rantai pasok pemasaran biji kopi dapat berbeda pada setiap daerah. Petani sebagai produsen penghasil biji kopi dapat menjual hasil panennya kepada siapa saja. Pada pola pemasaran rantai pasok yang paling penting adalah kemitraan. Adanya kerjasama yang saling terintegrasi mulai dari produsen hingga sampai ke konsumen. Hal ini dapat membantu pemasaran produk lebih efisien. Struktur rantai pasok biji kopi yang terdapat pada daerah penelitian terlihat pada Gambar 1.

### Analisis Pelaku Rantai Pasok

Produsen biasanya tidak menjual barang langsung ke konsumen akhir. Antara produsen dan konsumen terdapat sebuah saluran distribusi yaitu sekumpulan orang yang menjadi perantara pemasaran dan melakukan berbagai fungsi. Perantara tersebut antara lain yaitu pedagang perantara, pedagang besar, pedagang pengecer dan lainnya (Suwarno 2006). Menurut Marimin and Maghfiroh (2011), pendekatan dalam implementasi rantai pasok yaitu untuk mengintegrasikan antara pemasok, pengusaha, gudang dan tempat penyimpanan secara efisien sehingga produk yang tersalurkan memiliki kuantitas, tempat dan waktu yang tepat. Pelaku distribusi biji kopi berperan aktif dalam menyampaikan produk kepada konsumen.



Gambar 1 Struktur rantai pasok komoditas kopi

- > : Aliran Barang
- ← - - - -> : Aliran Informasi
- ←..... : Aliran Uang

Pelaku yang terlibat dalam rantai pasok biji kopi pada daerah penelitian melibatkan beberapa pihak yaitu petani, pedagang besar dan eksportir (industri). Masing-masing perannya sebagai berikut:

Petani pada rantai pasok kopi berperan sebagai penyedia bahan baku biji kopi dan menjualnya kepada pedagang pengepul (Sembiring et al. 2022).

Pedagang besar berperan dalam mengkoordinir petani yang terlibat serta memperhatikan kualitas biji kopi yang sesuai guna memenuhi permintaan eksportir (industri). Kopi yang tersedia pada pedagang besar selanjutnya dijual kepada eksportir atau perusahaan. Pedagang besar memiliki beberapa peralatan untuk membantu pengukuran kualitas biji kopi yaitu alat bantu pengeringan biji kopi, ayakan, alat pengukuran kadar air. Alat-alat tersebut berguna bagi pedagang besar untuk mempersiapkan biji kopi dengan kualitas baik sesuai dengan permintaan industri.

Eksportir (industri) berperan dalam menampung dan memproses produk yaitu biji kopi untuk kebutuhan ekspor. Eksportir merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran ekspor hasil tanaman perkebunan.

**Analisis Margin Rantai Pasok**

Pelaku yang ikut serta dalam rantai pasok yaitu petani penyedia biji kopi dan pedagang besar sebagai pengumpul biji kopi dari petani selanjutnya pedagang besar mendistribusikan kepada eksportir (industri) sesuai dengan permintaan. Pada penentuan rantai pasok sangat penting untuk memperhatikan cakupan kompleksitas, mulai dari industri, pengorganisasian para petani dan adanya

informasi terbuka dalam setiap kegiatan. Kestinambungan bisnis dari suatu produk dapat ditentukan dari panjang suatu rantai pasok dan *supply chain size*. Banyak pelaku yang terlibat dalam unit rantai pasok harus menyesuaikan dengan kebutuhan kapasitas dan prakiraan permintaan. Oleh karena itu, rantai pasok dapat sebagai cara bersaing yang efektif bagi agroindustri dengan cara pengorganisasian yang tepat (Hadiguna 2015).

Antar pelaku rantai pasok dilakukan analisis margin yang terdapat pada setiap pelaku rantai pasok. Pelaku yang terlibat pada rantai pasok yaitu petani sebagai *supplier* biji kopi kemudian melakukan penjualan biji kopi kepada pedagang besar selaku pengumpul biji kopi dari petani untuk selanjutnya pedagang besar menjualnya kepada eksportir (industri). Pada setiap penjualan biji kopi hingga sampai kepada konsumen, setiap pelaku rantai pasok mengeluarkan biaya-biaya. Masing-masing perhitungan margin rantai pasok sebagai berikut:

Tabel 3 Profit margin petani

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)
1	Biaya Produksi	1.075,96
2	Harga Jual	25.000,00
3	Keuntungan	23.924,04

Pada Tabel 3 dapat terlihat bahwa keuntungan petani dari hasil produksinya setelah pengurangan dengan biaya produksi yaitu sebesar Rp23.924,04 Berdasarkan perhitungan data tersebut diketahui bahwa dengan adanya pola kemitraan yang baik antar pelaku rantai pasok dapat memberikan keuntungan yang merata karena antar pelaku dalam rantai pasok saling bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan

konsumennya secara maksimal. Petani sebagai penyedia biji kopi tentunya harus memastikan kualitas biji kopi sesuai dengan permintaan konsumen pada rantai pasok sehingga terjalannya kemitraan yang baik antar pelaku dalam rantai pasok.

Tabel 4 Profit margin pedagang besar

No	Uraian	Harga (Rp/kg)
1	Harga beli	25.000,00
2	Biaya produksi	550,00
3	Harga jual	31.000,00
4	Keuntungan	5.450,00

Produk yang ada pada pedagang besar selanjutnya dijual kepada eksportir (industri). Produknya berupa biji kopi, kemudian pedagang besar mendistribusikannya ke berbagai perusahaan. Pedagang besar memiliki beberapa peralatan untuk membantu pengukuran kualitas biji kopi yaitu alat bantu pengeringan biji kopi, ayakan, alat pengukuran kadar air. Alat-alat tersebut membantu pedagang besar untuk mempersiapkan biji dengan kualitas baik sesuai dengan permintaan industri. Melalui pola kemitraan yang baik antara petani dan pedagang tentunya dapat memangkas biaya produksi biji kopi karena petani sudah lebih dahulu memastikan kualitas produknya sesuai dengan permintaan konsumen. Hasil analisis data pada Tabel 4 terlihat bahwa keuntungan pedagang besar yaitu sebesar Rp5.450

Keuntungan bersih petani yaitu Rp23.924,04/kg keuntungan bersih ini dari perhitungan harga jual yaitu Rp25.000/kg yang telah dilakukan pengurangan dengan biaya-biaya produksi yaitu Rp1.075,96/kg. Supaya memperoleh keuntungan yang maksimal petani harus siap bekerja lebih dalam memproduksi biji kopinya sesuai dengan standar permintaan eksportir. Pedagang besar menetapkan kadar air yang harus terpenuhi oleh petani sebelum melakukan pembelian biji kopi. Pedagang besar memperoleh margin yaitu sebesar Rp6000/kg dengan keuntungan sebesar Rp5.450/kg keuntungan ini hasil dari perhitungan margin dan pengurangan dengan biaya sebesar Rp550/kg.

Biaya pemasaran akan lebih tinggi apabila melewati rantai pasok yang lebih panjang sehingga konsumen membayar lebih mahal dan petani produsen menerima harga lebih rendah

(Hidayati et al. 2019). Sedangkan saluran pemasaran yang lebih pendek dan lebih efisien dapat lebih menguntungkan petani dan kinerjanya lebih efisien. Setiap pelaku rantai pasok akan memperoleh keuntungan dan kesejahteraan yang meningkat satu sama lain.

Rincian biaya-biaya yang dikeluarkan antar pelaku rantai pasok terdapat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5 Profit margin rantai pasok

<b>Rp/Kg</b>	
<b>PETANI</b>	
HARGA JUAL	25.000,00
Biaya Rantai Pasok	
Pupuk	7,74
Karung	36,00
Pemeliharaan	17,34
Panen	52,03
Biaya antar ke pedagang besar	83,25
Transportasi	299,69
Pengolahan sebelum penjemuran	79,91
Pengolahan sesudah penjemuran	500,00
Total biaya	1.075,96
Total penjualan bersih petani	23.924,04
<b>PEDAGANG BESAR</b>	
HARGA JUAL	31.000,00
Biaya Rantai Pasok	
Angkut & Transportasi	550,00
Total Biaya	550,00
Magin	6.000,00
Beli dari petani	25.000,00
Keuntunganpedagang besar	5.450,00

Pada penelitian Yunita et al. (2019) bahwa rantai pasok yang lebih pendek lebih efektif karena perolehan margin keuntungan yang lebih besar. Semakin banyak pelaku yang terlibat dalam suatu pemasaran produk menyebabkan semakin sedikit keuntungan karena masing-masing pelaku mengeluarkan biaya dalam proses bisnisnya. Menurut Lokollo (2012), penerapan aplikasi rantai pasok pada produk pertanian akan meningkatkan efisiensi pada setiap pelaku rantai pasok, sehingga para pelaku rantai pasok dapat memperoleh manfaat mulai dari hulu (input produksi) sampai ke hilir atau konsumen.

Untuk menjadikan distribusi pendapatan ini terlaksana perlu komitmen yang tinggi dalam

penerapan konsep manajemen rantai pasok serta keterbukaan dan pihak-pihak yang bermitra harus memiliki keterpaduan yang baik. Komoditas kopi mengalami fluktuasi harga yang cenderung meningkat di pasar dunia dengan volatilitas yang cukup tinggi. Tingginya harga dapat menjadi insentif dan memperoleh respon positif oleh petani penanam (Lokollo 2012). Oleh karena itu, program kemitraan yang seimbang dan dapat saling menguntungkan akan memberikan jaminan pasar serta harga yang baik bagi petani penanam (Lokollo 2012).

### KESIMPULAN

Berdasarkan data margin rantai pasok terlihat bahwa petani menerima keuntungan bersih yaitu Rp23.924,04/kg dan pedagang besar memperoleh keuntungan yaitu Rp5.450,00/kg. Antar setiap pelaku rantai pasok yang terlibat dapat memperoleh keuntungan yang merata apabila menerapkan sistem kemitraan yang baik. Kemitraan harus sesuai dengan prinsip pengelolaan manajemen rantai pasok yaitu pada prinsip kelima, kemitraan usaha rantai pasok harus mampu membangun kerjasama yang efektif. Memahami permasalahan budaya petani dalam menerima umpan balik dari mitra bisnis merupakan hal yang utama. Antar pelaku rantai pasok dapat saling bekerjasama dengan baik untuk memenuhi permintaan konsumen secara berkelanjutan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu pelaksanaan penelitian baik yang membantu secara langsung dalam pelaksanaan pengambilan data penelitian.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andjani, T.K. 2012. Tataniaga Produk Pertanian. Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya.
- Budiono, R., dan Syaichu, A. 2016. Manajemen rantai pasokan jagung asalan pada CV Amin di Lampung Tengah. *Jurnal Spektrum Industri*, 14 (2): 109-230.
- Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian RI. 2020. Statistik Perkebunan Unggulan Nasional 2019-2021. Sekretariat Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian.
- Hadiguna, R.A. 2016. Manajemen Rantai Pasok Agroindustri. Padang: Andalas University Press Cetakan I.
- Hart, V., Kavallari, A., Schimitz, P.M and Wronka, T.,C. 2007. Supply Chain Analysis of Fresh Fruit and Vegetables in Germany. Discussion Papers 36. Justus Liebig University Giessen. Center for International Development and Environmental Research (ZEU).
- Hidayati, A., Irianto, H dan Kusnandar. 2018. Strategi Pengembangan Rantai Pasok Kentang Berkelanjutan di Kabupaten Magetan. *Jurnal Agro Ekonomi*. Vol. 36 No.2 163-182. DOI: <http://dx.doi.org/10.21082/jae.v36n2.2018>.
- Lokollo, E.M. 2012. Supply Chain Manajemen (SCM) atau Manajemen Rantai Pasok. Dalam: E.M. Lokollo (ed). Bunga Rampai Rantai Rantai Pasok Komoditas Pertanian Indonesia. Bogor:IPB Press.
- Marimin, Maghfiroh N. 2013. Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok. Bogor: Erlangga.
- Ramizan, D. Yulinda, E., Bathara, L. 2014. Analisis Kelembagaan Pemasaran dan Margin Tataniaga Hasil Perikanan Tangka di Desa Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Universitas Riau.
- Sembiring, R., Astuti, M dan Argo, J.G. 2022. Rantai Pasok Pemasaran Produk Kelompok Tani di Era Pandemic Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol XIII No. 1. E-ISSN 2615-4978.
- Suryaningrat, I. B. 2016. Implementation of QFD in Food Supply Chain Management: a case of processed cassava product in Indonesia. *Advance Science Engineering Information Technology*. 6 (3): 2088-5334.
- Suwarno, H.L. 2010. Sembilan Fungsi Saluran Distribusi: Kunci Pelaksanaan Kegiatan Distribusi yang Efektif. *Jurnal Manajemen*. Vo. 6 No.1.