

Analisis Rantai Pasok Kopi Pada Kelompok Tani Kopi Rejo Di Desa Wisata Gombengsari Banyuwangi

Fenita Melinda¹, Adetiya Prananda Putra² and Jemi Cahya Adi Wijaya³

^{1,2,3}*Politenik Negeri Banyuwangi, Jawa Timur, Indonesia*

fenita.melinda@gmail.com

Abstract: The supply chain of the tourism industry and the creative economy is very closely related through efforts to develop industrial ecosystems including business partnerships from upstream to downstream. One of the culinary sub-sectors that is growing rapidly, and has even become a new lifestyle for the people, is Indonesian coffee. The increase in the amount of national coffee consumption is of course followed by the level of archipelago coffee production. Banyuwangi Regency has strategic coffee-producing locations, one of which is located in Gombengsari Village. This study aims to analyze the coffee supply chain in the Gombengsari Coffee and Tourism Village, so that the authors can determine the priority of development recommendations in order to improve the performance of coffee supply chain management in the Gombengsari Coffee and Tourism Village. The research method used is descriptive analysis using case study research techniques with data testing, namely using marketing analysis, marketing margins, farmer's share, and marketing efficiency. The results of this study indicate that there are three patterns of coffee flow. Farmers can apply partnerships and creative economy concepts to increase tourism development in the Gombengsari Coffee and Tourism Village, Banyuwangi Regency.

Keywords: Creative Economies, Coffee Village, Marketing Efficiency

Abstrak: Rantai pasok industri pariwisata dan ekonomi kreatif sangat berkaitan erat melalui upaya pengembangan ekosistem industri termasuk kemitraan usaha dari hulu hingga ke hilir. Salah satu subsektor kuliner yang sedang tumbuh dengan pesat, bahkan menjadi gaya hidup baru masyarakat adalah kopi nusantara. Meningkatnya jumlah konsumsi kopi nasional tentunya diikuti dengan tingkat produksi kopi nusantara. Kabupaten Banyuwangi memiliki lokasi-lokasi strategis penghasil kopi, salah satunya berada di Kelurahan Gombengsari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari, sehingga penulis dapat mengetahui prioritas rekomendasi pengembangan dalam rangka peningkatan kinerja manajemen rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan studi kasus dan uji data yaitu menggunakan analisis pemasaran, margin pemasaran, farmer's share, dan efisiensi pemasaran. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat tiga pola aliran kopi. Berdasarkan indikator efisiensi pemasaran diketahui bahwa ketiga pola efisien. Para petani dapat menerapkan kemitraan serta konsep ekonomi kreatif guna meningkatkan pengembangan pariwisata di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari Kabupaten Banyuwangi.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, Kampung Kopi, Efisiensi Pemasaran

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif berperan signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Keduanya memiliki keterkaitan rantai nilai kegiatan yang luas dengan berbagai jenis usaha, sehingga mampu menciptakan lapangan usaha yang luas bagi masyarakat. Keterkaitan dan sinergi antar mata rantai usaha pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan faktor kunci yang membuat industri pariwisata dan ekonomi kreatif berjalan dengan baik dan mampu memenuhi harapan wisatawan selaku konsumen. Upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat diharapkan dapat menjadi pendukung kegiatan operasional industri pariwisata sekaligus meningkatkan rantai pasok industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang sangat berkaitan erat dengan upaya pengembangan ekosistem industri termasuk kemitraan usaha dari hulu hingga ke hilir.

Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, yang dimaksud dengan ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan dan/ atau teknologi. Urgensi lain undang-undang tersebut ialah untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha serta memperoleh manfaat di dalam menghadapi perubahan kehidupan baik lokal, nasional, maupun global. Merujuk pada Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional tahun 2018 – 2025, menjelaskan bahwa pengembangan ekosistem usaha di bidang ekonomi kreatif dilaksanakan pada 16 subsektor.

Salah satu subsektor yang akan dibahas lebih detail dalam penelitian ini yaitu subsektor kuliner. Di kutip dari buku berjudul Statistik Tenaga Kerja Pariwisata

dan Ekonomi Kreatif 2018-2021 yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menjelaskan bahwa kuliner adalah kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan, dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Kuliner menjadi salah satu subsektor ekonomi kreatif yang terus tumbuh dengan pesat. Bahkan, kuliner dikategorikan sebagai industri yang abadi. Sebab, kuliner bukan lagi sekadar kebutuhan, namun sudah menjadi gaya hidup. Salah satu subsektor kuliner yang sedang tumbuh dengan pesat, bahkan menjadi gaya hidup baru masyarakat adalah kopi nusantara. Kopi nusantara menjadi salah satu produk Indonesia yang terus mengalami kemajuan dan perkembangan yang sangat pesat dan luar biasa. Hal ini tentu saja karena kepopuleran kopi nusantara yang terus meningkat setiap harinya, dan makin diminati masyarakat, baik secara nasional maupun mancanegara. Meningkatnya jumlah konsumsi kopi nasional tentunya diikuti dengan tingkat produksi kopi nusantara.

Sebagai desa yang mampu berkembang secara mandiri, desa wisata memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian masyarakat desa (Cucari, 2019). Hal ini diikuti dengan potensi alam dan daya tariknya sebagai daya tarik wisata (Priatmoko, 2023). Pengembangan desa wisata merupakan salah satu realisasi dalam Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 tentang otonomi daerah, sehingga setiap kabupaten perlu memiliki program pengembangan desa wisata untuk meningkatkan pendapatan daerah dan menggali potensi desa.

Salah satu daerah di kabupaten Banyuwangi yang menawarkan agrowisata

kopi adalah kelurahan Gombengsari, Kalipuro, Banyuwangi yang terletak pada ketinggian 650 mdpl, memiliki curah hujan 2088 mm/tahun, dan dengan suhu 23-30°C. Secara letak geografis kelurahan Gombengsari memiliki lahan perkebunan yang sangat luas dengan komoditi utama dibidang perkebunan kopi. Hampir di setiap rumah penduduk Gombengsari menanam kopi di pekarangan rumah dan kebunnya. Warga Gombengsari sebagian besar menggantungkan hidupnya dari kebun kopi tersebut. Jenis kopi yang terdapat di Gombengsari yakni 90% Robusta dan 10% jenis khusus yakni kopi Excelsa. Dari jenis-jenis kopi tersebut, Gombengsari bisa panen kopi minimal 600 ton per tahunnya. (Petikan Wawancara, 2023)

Manajemen rantai pasok kopi akan membangun keberlangsungan usaha yang terlibat dalam industri kopi. Pihak yang terlibat dalam suatu rantai pasokan meliputi pemasok, perusahaan penyedia transportasi, gudang, retailer, perusahaan komunikasi, dan konsumen. Pengelolaan informasi aliran barang dan jasa kopi robusta dalam rantai pasok diperlukan untuk memberikan gambaran mengenai seluruh mata rantai komoditas yang ada. 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 (Kustiari, 2010).

Dikutip dari hasil wawancara bersama petani kopi sekaligus tokoh aktif Kopi Lego (Lerek Gombengsari) yakni Pak Hariono dan Pak Taufik selaku ketua kelompok tani Kopi Rejo. Adapun keadaan rantai pasok kopi saat ini meliputi kurangnya keseragaman kualitas, pelatihan, dan serapan kopi yang diproduksi oleh kelompok

tani. Hal ini berkaitan dengan masih kurangnya serapan kopi yang diproduksi serta masih terbatasnya penguasaan pasar yang dihadapi oleh kelompok tani. Oleh karena itu, sebagai salah satu lumbung penghasil kopi di Kabupaten Banyuwangi perlu untuk meningkatkan kualitas produksi dari hulu ke hilir. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari, sehingga penulis dapat mengetahui prioritas rekomendasi pengembangan dalam rangka peningkatan kinerja manajemen rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Gombengsari, Kalipuro, Banyuwangi yang terletak pada ketinggian 650 mdpl, memiliki curah hujan 2088 mm/tahun, dan dengan suhu 23- 30°C. Secara letak geografis kelurahan Gombengsari memiliki lahan perkebunan yang sangat luas dengan komoditi utama dibidang perkebunan kopi. Hampir di setiap rumah penduduk Gombengsari menanam kopi di pekarangan rumah dan kebunnya. Warga Gombengsari sebagian besar menggantungkan hidupnya dari kebun kopi tersebut.

Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan secara deskriptif (descriptive research) dengan pendekatan studi kasus (case study) yaitu suatu metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan cara melakukan wawancara secara langsung terstruktur menggunakan kuesioner/daftar pertanyaan sebagai alat

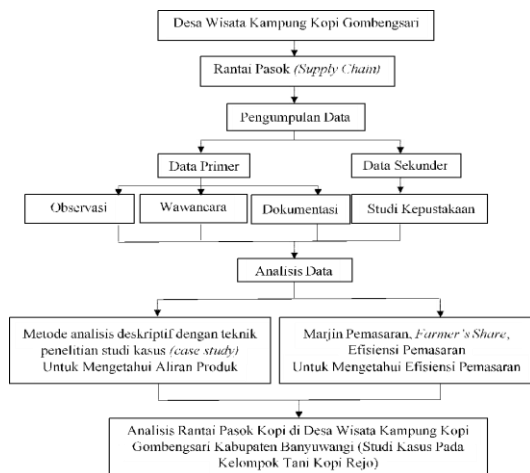
pengumpulan data. Studi kasus sebagai sebuah strategi penelitian kualitatif kemudian didefinisikan oleh Creswell (2016) sebagai sebuah strategi kualitatif dimana peneliti mengkaji sebuah program, kejadian, aktivitas, proses atau satu atau lebih individu dengan lebih mendalam. Kasus-kasus tersebut dibatasi oleh waktu dan aktivitas, sehingga peneliti harus mengumpulkan informasi yang detail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode waktu tertentu.

Analisis data menurut Bogdan dan Biklen dalam Moleong (2012) adalah upaya yang dilakukan dengan mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Dalam penelitian ini, metode pengolahan dan analisis data terdiri dari analisis deskriptif dengan pendekatan studi kasus (case study). Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk tetap holistik dan signifikan. Analisis deskriptif yang dilakukan dengan melakukan wawancara responden agar kemudian dapat digambarkan aliran produk pada rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari Kabupaten Banyuwangi.

Untuk mengetahui masalah yang kedua yaitu untuk mengetahui efisiensi pemasaran kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari Kabupaten Banyuwangi. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode analisis efisiensi pemasaran, efisiensi pemasaran tersebut dapat diketahui dengan cara menghitung margin pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran (Fadhlullah, 2018).

Menurut Suriasumantri (dalam Sugiyono 2013:60) kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi obyek permasalahan. Pendapat ini juga diperkuat oleh Sugiyono (2013) kerangka berpikir adalah sintesa yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntunan untuk memecahkan masalah penelitian serta merumuskan hipotesis penelitian yang berbentuk bagan alur dan dilengkapi penjelasan kualitatif. Jadi, kerangka pemikiran merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel dengan hasil yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan dengan tujuan untuk memperoleh kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diteliti.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari Kabupaten Banyuwangi. Pendekatan yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan teknik penelitian studi kasus (case study), dengan sumber data primer dan teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari studi pustaka yang memiliki pokok pembahasan yang relevan dengan penelitian ini. Selanjutnya peneliti menggunakan metode pengolahan dan analisis data margin pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran untuk mengetahui efisiensi pemasaran kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari Kabupaten Banyuwangi. Adapun secara skematis, langkah-langkah tersebut disajikan dalam gambar di bawah ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Penulis, 2023

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan bahwa luas areal kopi cukup mendominasi dibandingkan dengan tanaman perkebunan lainnya. Kabupaten Banyuwangi memiliki lokasi- lokasi strategis penghasil kopi atau lumbung kopi lokal, di mana salah satunya berada di Kecamatan Kalipuro. Kecamatan Kalipuro secara geografis berada diantara lereng gunung Ijen dan laut pantai selatan, di mana kondisi iklim dan geografisnya sangat sesuai untuk budidaya kopi, utamanya kopi robusta. Kopi robusta yang berasal dari Banyuwangi ini juga cukup dikenal di pasar kopi dunia karena memiliki ciri khas cita rasa yang unik.

Tabel 1. Luas Areal Tanaman Perkebunan Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman di Kabupaten Banyuwangi (ha)

Kecamatan	Kelapa		Kopi		Kakao	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Glenmore	576	475	248	276	50	50
Kalibaru	301	299	3.847	3.287	45	45
Songgon	2.116	2.109	331	320	-	-
Glagah	922	858	138	138	-	-
Licin	1.267	1.287	387	387	-	-
Kalipuro	3.107	3.122	4.397	4.397	-	-
Banyuwangi	24.726	23.603	9.721	9.690	482	443

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Banyuwangi, 2023

Kelurahan Gombengsari terletak di Kabupaten Banyuwangi merupakan pemekaran dari Kecamatan Kalipuro. Secara administratif Kelurahan Gombengsari dibagi menjadi lima lingkungan yaitu lingkungan Gombeng, Suko, Kacangan, Lerek dan Kali Klatak. Sedangkan secara letak geografis Kelurahan Gombengsari memiliki lahan perkebunan yang sangat luas dengan komoditi utama dibidang perkebunan kopi yang dominan dikelola oleh masyarakat. Selain kopi, di kelurahan Gombengsari ini juga penghasil kelapa, cengkeh, dan hortikultura lainnya. Tanaman-tanaman tersebut dijadikan sebagai tanaman sisipan di lahan perkebunan kopi rakyat sebagai nilai tambah ekonomi masyarakat.

Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari mulai resmi membuka kunjungan dari tahun 2017 yang dikelola oleh kelompok sadar wisata atau yang biasa dikenal sebagai pokdarwis. Pokdarwis menawarkan paket wisata edukasi untuk wisatawan, belajar mengenai proses pengolahan kopi. Dalam proses produksi kopi Gombengsari, terdapat sejumlah lima kelompok tani kopi diantaranya Kelompok Tani Kopi di Lingkungan Kacangan, dua Kelompok Tani Kopi di Lingkungan Suko, dan dua Kelompok Tani di Lingkungan Lerek yakni Kelompok Tani Kopi Rejo dan Kelompok Tani Kopi Lestari. Adapun salah satu kelompok tani kopi yaitu Kelompok Tani Kopi Rejo yang menerapkan standarisasi organik serta telah mendapatkan sertifikat Standar Nasional Indonesia (SNI) dari lembaga sertifikasi ICERT Bogor.

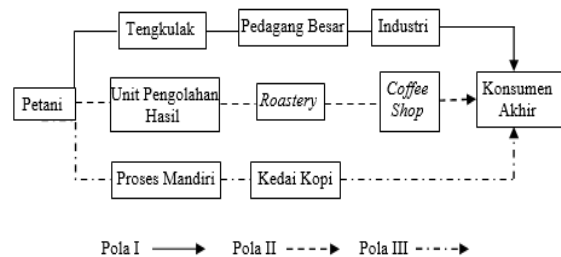
Kelompok Tani (Poktan) Kopi Rejo merupakan salah satu kelompok tani kopi yang ada di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari tepatnya di Lingkungan Lerek, Kelurahan Gombengsari, Kecamatan

Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi. Poktan Kopi Rejo terbentuk sejak tahun 2016 dari inisiatif berlangsungnya Festival Kembang Kopi Gombengsari pada bulan Agustus 2016 yang bersamaan dengan peringatan hari jadi Kelurahan Gombengsari ke 16. Dengan anggota sejumlah 25 petani Poktan Kopi Rejo mengembangkan lahan kopi rakyat seluas 32,5 hektar. Poktan Kopi Rejo menerapkan 5 sistem pertanian yaitu tanam, petik, olah, kemas, dan jual dalam proses produksi kopi.

Rantai pasok adalah suatu konsep penerapan sistem logistik yang terintegrasi dalam aktivitas bisnis, yang merupakan mata rantai penyediaan barang dari bahan baku sampai barang jadi. Aliran produk dari hulu (upstream) ke hilir (downstream). Rantai pasok kopi dimulai dari petani yang menjual kopi dalam bentuk gelondong cherry kemudian dikumpulkan oleh perantara (middleman) Unit Pengolahan Hasil (UPH) Kelompok Tani Kopi Rejo. Selanjutnya, UPH Poktan Kopi Rejo memproses kopi hingga menjadi bentuk green bean, menghantarkan kopi kepada roastery. Sesampainya di roastery, kopi disangrai menjadi roasted bean yang siap untuk mensupply beberapa coffee shop serta roastery juga menjual dalam kemasan bubuk kopi. Sedangkan kopi yang disalurkan melalui tengkulak dijual kepada pedagang besar dan akan diproses untuk didistribusikan ke konsumen.

Mengenai aliran produk, terdapat beberapa pelaku yang terlibat dalam rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari. Para pelaku yang terlibat diantaranya mulai dari petani sebagai produsen hingga kopi dapat dinikmati oleh konsumen. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh tiga macam pola aliran produk pada rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari pada

Kelompok Tani Kopi Rejo yang disajikan pada diagram alur dibawah ini.



Gambar 2. Pola Aliran

Sumber: Penulis, 2023

Pada pola I aliran produk dimulai dari petani hingga ke konsumen merupakan konsep bertani pada umumnya yang terjadi pada komoditas lainnya. Petani menjual hasil panen kopi kepada tengkulak menggunakan sistem transaksi pembayaran di muka (advance payment). Kelebihan yang didapatkan yakni petani dapat menerima pembayaran sebelum hasil panen tersedia. Adapun kekurangan dari pola aliran I petani tidak dapat mengontrol harga sesuai dengan kualitas hasil panen yang dijual, melainkan hanya memenuhi kuantitas.

Dalam pola aliran II petani menjual beberapa hasil panen kopi dalam bentuk gelondong cherry kepada Unit Pengolahan Hasil Kelompok Tani Kopi Rejo. Selanjutnya, UPH Poktan Kopi Rejo memproses kopi hingga menjadi bentuk green bean. Konsep yang terjadi pada pola aliran II melibatkan para petani untuk bekerjasama dengan UPH Poktan Kopi Rejo menghasilkan kopi yang berorientasi pada kualitas kopi sesuai dengan permintaan pasar serta berkontribusi bagi pengembangan desa wisata yakni dengan mendorong perkembangan sarana produksi menyebabkan harga produk kopi diharapkan dapat dihargai cukup layak sehingga gairah petani untuk bekerja semakin meningkat.

Pola aliran III petani menggunakan lima sistem pertanian yang terdiri dari tanam,

petik, olah, kemas, dan jual. Dari hasil tanam di kebun kopi rakyat, petani memetik dan mengolah kopi dengan peralatan yang dimiliki. Selanjutnya dikemas dan dijual di kedai yang berada di kawasan Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari. Dalam pola aliran III konsep ekonomi kreatif dengan menciptakan nilai tambah dan memunculkan peluang bagi petani lokal untuk meningkatkan pendapatan melalui kelangsungan usaha sebagai penggerak pengembangan pariwisata dapat terlaksana guna meningkatkan nilai ekonomi masyarakat setempat.

Ketiga pola aliran memiliki kekurangan dan kelebihan serta konsep dan tujuan masing-masing. Sinergi antara pertanian dan pariwisata merupakan landasan dalam pengembangan agrowisata. Dampak positif bagi pengembangan agrowisata antara lain dapat meningkatkan nilai jual komoditi kopi yang dihasilkan serta berkembangnya sumber-sumber pendapatan lainnya.

Menurut Kim dan Sounghun (2015) margin distribusi (pemasaran) dapat didefinisikan sebagai harga yang dibayarkan oleh konsumen ke sektor distribusi atau harga untuk layanan yang diberikan selama proses distribusi, yang merupakan jumlah dari biaya yang dikeluarkan selama proses distribusi dan keuntungan yang diperoleh oleh peserta distribusi. Sependapat dengan Hidayat (2017), margin pemasaran mencerminkan biaya-biaya yang dikeluarkan setiap anggota rantai pasok dan keuntungan yang diperoleh setiap anggota rantai pasok sebagai balas jasa terhadap kontribusi yang diberikan. Singkatnya, margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang diterima petani produsen.

Tabel 2. Margin Pemasaran

Pola Aliran	Pelaku Rantai	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp)
Pola I	Petani	5.000				
	Tengkulak	7.000	5.000	2.000	100	1.900
	Tengkulak luar daerah	30.000	7.000	23.000	1.000	22.000
	Pedagang Besar	100.000	30.000	70.000	500	69.500
	Total			95.000	1.600	93.400
Pola II	Petani	6.000				
	UPH	45.000	6.000	39.000	2.200	36.800
	Roastery	120.000	45.000	75.000	100	74.900
	Total			114.000	2.300	111.700
Pola III	Petani	6.000				
	Kedai Kopi	110.000	6.000	104.000	200	103.800
	Total			104.000	200	103.800

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel di atas terdapat tiga pola aliran pemasaran kopi yang ada di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari. Masing-masing pola memiliki lembaga terlibat yang berbeda. Dalam pola aliran I pemasaran kopi terdiri dari petani, tengkulak, tengkulak luar daerah, pedagang besar dan konsumen. Pada pola aliran II dimulai dari petani, UPH, roastery dan konsumen. Sedangkan pada pola III berawal dari petani yang menanam, memetik, mengolah, mengemas, hingga menjual kepada konsumen melalui kedai kopi yang dimiliki oleh petani dan berlokasi di kawasan Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari.

Pada pola aliran I harga jual dari petani kepada tengkulak berupa gelondong cherry 80% petik merah adalah Rp. 5.000 per kilogram. Cara pembayaran yang dilakukan dari tengkulak ke petani sebagian besar dengan cara pembayaran di muka (advance payment) kepada petani. Harga beli tengkulak yang diproduksi oleh petani per kilogram yaitu sebesar Rp. 5.000. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh tengkulak yakni biaya transportasi untuk pengiriman kepada tengkulak yang ada di luar daerah. Sehingga dari proses pemasaran yang terjadi diperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.900 per kilogram. Di tingkat tengkulak luar daerah kopi masih berupa gelondong cherry memiliki harga beli per kilogramnya Rp. 7.000. Selanjutnya, total biaya pemasaran

tersebut diperoleh dari biaya pengupasan, kemasan, tenaga kerja dan pengiriman. Untuk di tingkat pedagang besar dapat dilihat dari tabel biaya pembelian pedagang besar dari tengkulak luar daerah sebesar Rp. 30.000 per kilogram dalam bentuk kopi green bean asalan.

Dalam pola aliran II harga jual dari petani kepada Unit Pengolahan Hasil berupa gelondong cherry 90% petik merah adalah Rp. 6000 per kilogram. Dalam UPH terdapat beberapa biaya pemasaran Rp. 2.200 yang dikeluarkan untuk pengupasan, sortasi dan kemasan dalam proses mengolah kopi menjadi green bean per kilogramnya. Sehingga keuntungan yang diperoleh oleh UPH dalam proses mengolah kopi menjadi green bean sejumlah Rp. 36.800 per kilogram nya. Kemudian UPH memasarkan kopi kepada roastery yang memiliki permintaan. Harga beli di tingkat roastery adalah Rp. 45.000 per kilogramnya untuk kopi green bean yang diolah oleh UPH melalui proses sortasi.

Pada pola aliran III petani menerapkan lima sistem pertanian yang terdiri dari menanam, memetik, mengolah, mengemas, hingga menjual hasil kopi kepada konsumen akhir. Berawal dari petani menanam kopi di lahan pribadi (kopi rakyat), kemudian memetik dan mengolah kopi dengan peralatan yang dimiliki. Selanjutnya, mengemas dan menjual kopi dalam bentuk baik roasted bean maupun dalam bentuk kopi bubuk di kedai kopi yang dimiliki petani dan berlokasi di kawasan Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari dengan rerata harga jual Rp. 110.000 per kilogram.

Farmer's share merupakan bagian yang diperoleh petani terhadap harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (Suminartika, 2017). Pendapat lain disampaikan oleh Riyadh (2018) yang menyatakan bahwa farmer's share merupakan analisis pemasaran yang

membandingkan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Menurut Iswahyudi dan Sustiyana (2019) farmer's share menjadi salah satu indikator yang menunjukkan efisiensi operasional pada bagian yang diterima oleh petani dari suatu aktivitas pemasaran. Dapat disimpulkan bahwa, farmer's share merupakan indikator dalam melihat efisiensi kegiatan tataniaga dengan membandingkan persentase atau bagian harga yang diterima petani terhadap harga yang dibayar konsumen akhir. Farmer's share bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani dari harga tingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen.

Tabel 3. Farmer's Share

Pola Aliran	Harga di Tingkat Petani (Rp/Kg)	Harga di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
Pola I	5.000	100.000	5,00
Pola II	6.000	120.000	5,00
Pola III	6.000	110.000	5,45

Sumber: Data diolah, 2023

Farmer's share senilai 5,00 persen yang berarti 5,00 persen bagian diterima petani dalam pola aliran yang terdapat pada pola I dan II. Sedangkan pada pola III, didapatkan farmer's share 5,45 persen yang artinya 5,45 persen bagian yang diterima oleh petani. Pada pola I petani mendapatkan 5 persen dari harga yang dibayarkan konsumen. Berdasarkan tabel margin pemasaran, pola I memiliki keuntungan yang paling rendah yaitu Rp. 93.400. Namun, ketika transaksi berlangsung pada pola I petani berkonsentrasi untuk memenuhi kuantitas permintaan dan dapat menerima pembayaran lebih awal sebelum hasil panen diberikan kepada pedagang pengumpul. Dalam pola aliran II memiliki keuntungan tertinggi yakni sebesar Rp. 111.700. Kualitas produk kopi yang dihasilkan dalam pola aliran II juga dapat memenuhi permintaan. Sedangkan dalam pola aliran III

petani mendapatkan bagian tertinggi dari ketiga pola yang ada yakni sebesar 5,45 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.

Efisiensi pemasaran adalah seberapa besar pengorbanan yang harus dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran menunjang hasil yang bisa didapatkan dari kegiatan pemasaran dengan menghitung rasio “keluaran-masukan” dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan, semakin tinggi nilai rasio keluaran-masukan, maka pemasaran yang dilakukan semakin efisien (Widyasindy, 2010). Hal ini diperkuat dengan pendapat Indriani (2019) yang menyatakan bahwa efisiensi merupakan indikator kinerja rantai pasok yang mengukur hasil (keluaran) yang dicapai dengan masukan (input) yang digunakan. Indikator efisiensi pada rantai pasok antara lain adalah: biaya/cost (produksi, pertanian dan distribusi), keuntungan. Apabila saluran pemasaran <50% maka saluran pemasaran efisien, jika saluran pemasaran > 50% maka saluran pemasaran tidak efisien, dan jika saluran pemasaran = 50% maka saluran pemasaran tersebut efisien.

Dalam menentukan efisien rantai pasok dilakukan dengan menggunakan analisis efisien pemasaran yaitu menghitung margin pemasaran dan biaya yang dikeluarkan oleh pelaku rantai pasok pada tiap pola aliran disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. Efisiensi Pemasaran

Pola Aliran	Biaya Pemasaran (Rp)	Nilai Akhir Produk (Rp)	Efisiensi Pemasaran (%)
Pola I	1.600	100.000	1,60
Pola II	2.300	120.000	1,92
Pola III	200	110.000	0,18

Sumber: Data diolah, 2023

Dari perhitungan tabel diatas, efisien pemasaran pada ketiga pola aliran yang didapat dari perbandingan total biaya dengan nilai produk pada pola I yaitu 1,60% sedangkan pada pola II sebesar 1,92% dan

pola III sebesar 0,18% artinya ketiga pola ini termasuk dalam kategori efisien karena sesuai dengan hasil persentase angka berada di <50%. Namun, dalam penelitian ini juga mempertimbangkan hasil yang diperoleh dari perhitungan farmer's share. Adapun perbandingan hasil farmer's share dari ketiga pola yakni pola III yang bernilai lebih tinggi yang berarti biaya pemasaran lebih rendah serta produk yang dihasilkan berorientasi pada kualitas sesuai permintaan.

Para petani perlu memilih pola aliran yang paling efisien untuk memaksimalkan pemasaran kopi saat musim panen tiba. Sesuai dengan perhitungan menggunakan margin pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran dari ketiga pola yang didapatkan, terdapat beberapa gabungan pola aliran yang dapat diterapkan oleh para petani. Yang berarti, saat musim panen tiba para petani tidak hanya memasarkan hasil panen kopi menggunakan satu pola aliran saja, namun dapat menggabungkan lebih dari satu pola aliran. Dalam hal ini, sinergi antara pertanian dan pariwisata dapat berjalan secara simultan sesuai dengan landasan dalam pengembangan agrowisata.

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas terdapat gabungan pola aliran yang dapat diterapkan para petani guna memaksimalkan efisiensi pemasaran yaitu gabungan pola II dan III. Gabungan pola II dan III merupakan gabungan pola yang memiliki nilai farmer's share tertinggi. Para petani membagi hasil panen kopinya untuk dijual kepada Unit Pengolahan Hasil Kelompok Tani Kopi Rejo yang hasil dari saluran pemasaran sudah berorientasi pada kualitas kopi sesuai dengan permintaan pasar yang ada dan sisanya diproses mandiri menggunakan lima sistem pertanian yang terdiri dari tanam, petik, olah, kemas, dan jual.

Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif menjelaskan bahwa dalam rangka mendorong percepatan pengembangan ekonomi kreatif di berbagai wilayah, khususnya kabupaten/kota sebagai penghasil utama produk unggulan, maka perlu dilakukan percepatan ke arah pemanfaatan sumber daya ekonomi lokal dan penggunaan produk yang telah memperoleh sentuhan nilai tambahan secara optimal dan berkelanjutan. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep era ekonomi baru yang mengutamakan pengetahuan dan kreativitas yang bertumpu pada ide dan pengetahuan sumber daya manusia sebagai faktor produksi. Dalam penelitian ekonomi diketahui ada empat faktor produksi yaitu sumber daya alam, sumber daya manusia, dan orientasi atau manajemen (Arjana, 2016).

Sehubungan dengan prinsip pengembangan Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari dalam kategori berkembang, hal yang penting untuk diperhatikan adalah aspek produk. Pada produk yang ditawarkan harus memiliki keaslian, berasal dari tradisi masyarakat lokal, keterlibatan masyarakat dalam memproduksi produk lokal, produk yang ditawarkan berasal dari sikap dan nilai – nilai lokal, dan tidak merusak lingkungan sekitar. Dapat disimpulkan bahwa aspek produk pariwisata di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari adalah produk kopi.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari maka keberadaan kopi disarankan untuk dapat didistribusikan sesuai dengan pola aliran produk yang memberikan keuntungan serta menambah nilai kualitas kopi disetiap perpindahan pada para pelaku rantai pasok. Pada pola aliran II dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam bermitra

dengan UPH Poktan Kopi Rejo yang dapat dikembangkan dengan membangun koperasi. Sedangkan dalam pola aliran III menerapkan konsep ekonomi kreatif sebagai penggerak pengembangan pariwisata guna meningkatkan nilai ekonomi kampung kopi Gombongsari sebagai desa wisata.

Oleh karena itu, para petani disarankan dapat menggabungkan lebih dari satu pola aliran. Terdapat gabungan pola aliran yang dapat diterapkan para petani guna memaksimalkan efisiensi pemasaran serta bermanfaat bagi pengembangan desa wisata yaitu gabungan pola II dan III. Dengan demikian, pengembangan pertanian dan pariwisata secara simultan sebagai salah satu bentuk pengembangan ekonomi kreatif di sektor pertanian dapat memberikan nilai tambah bagi usaha agribisnis dalam rangka peningkatan kesejahteraan petani. Pengembangan agrowisata merupakan salah satu upaya dalam rangka mengembangkan usaha para kelompok tani kopi dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para petani di wilayah Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan dari hasil pembahasan adalah sebagai berikut:

Yang pertama, mengenai aliran produk diperoleh tiga pola aliran dalam rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari, yaitu:

- a. Pola I : Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Industri → Konsumen Akhir
- b. Pola II : Petani → UPH → Roastery → Coffee Shop → Konsumen Akhir
- c. Pola III : Petani → Proses Mandiri → Kedai Kopi → Konsumen Akhir

Selanjutnya, mengenai efisiensi pemasaran pada struktur rantai pasok kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari.

- a. Marjin pemasaran pada pola aliran I sebesar Rp. 95.000 per kilogram, pola aliran II sebesar Rp. 114.000 per kilogram, dan pola aliran III sebesar Rp. 104.000 per kilogram.
- b. Farmer's share atau bagian harga yang diterima petani pada pola aliran I dan II adalah 5,00 persen sedangkan pada pola aliran III sebesar 5,45 persen dari harga yang dibayarkan konsumen.
- c. Dari perhitungan efisien pemasaran pada ketiga pola aliran yang didapat dari perbandingan total biaya dengan nilai produk pada pola I yaitu 1,60% sedangkan pada pola II sebesar 1,92% dan pola III sebesar 0,18% artinya ketiga pola ini termasuk dalam kategori efisien karena sesuai dengan hasil persentase angka berada di <50%. Namun, dalam penelitian ini juga mempertimbangkan hasil yang diperoleh dari perhitungan farmer's share. Adapun perbandingan hasil farmer's share dari ketiga pola yakni pola III yang bernilai lebih tinggi yang berarti biaya pemasaran lebih rendah serta produk yang dihasilkan berorientasi pada kualitas sesuai permintaan.

Saran bagi peneliti selanjutnya yakni melakukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan branding Kopi Gombengsari menggunakan strategi-strategi yang kreatif dan tepat sasaran untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi para petani di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari Kabupaten Banyuwangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjana, I. G. (2016). Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Cucari, N., Wankowicz, E., & Esposito De Falco, S. (2019). Rural tourism and Albergo Diffuso: A case study for sustainable land-use planning. *Land Use Policy*, 82(November 2018), 105–119. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2018.11.050>
- Fadhlullah, A.D., Ekowati, T. and Mukson, (2018). Analisis Rantai Pasok (SupplyChain) Kedelai di UD Adem Ayem Kecamatan Pulokulon KabupatenGrobogan. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, [online] 4(2), pp.1–10.
- Hidayat, D. (2017). Analisis Usahatani dan Keragaan Marjin Pemasaran Jeruk di Kabupaten Karo. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Kebijakan Pertanian Badan Litbang pertanian, Bogor, 1-22.
- Iswahyudi, & Sustiyana. (2019). Pola Saluran Pemasaran dan Farmer's Share Jambu Air CV Camplong. *Jurnal Hexagro Vol. 3 No. 2*, 33-38.
- Indriani, R, R.Darma, Y.Musa, N,Tenriawaru. (2019). Economic Phenomenon of Bird's-Eye Chili Pepper (*Capsicum annum*) as Strategic Commodity. *Research Journal of Applied Sciences*. Vol.13. Issue 3. Page 189-194.Year 2019.DOI: 10.3923/rjasci.2019.189.194.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). Statistik Tenaga Kerja Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2018 - 2021. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

- Kim, Y., & Kim, S. (2015). An Analysis on The Production Cost and Marketing Margin of Food: Tofu and Kimchi. Korean Journal of Agricultural Science Vol. 42 No. 3, 285- 291.
- Kustiari, R. (2010). Manajemen Rantai Pasok (SCM) KOPI . Coffee Supply Chain Management Journal, 100-123.
- Presiden Republik Indonesia. (2009). Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif . Jakarta: Presiden Republik Indonesia.
- Presiden Republik Indonesia. (2018). Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025. Jakarta: Presiden Republik Indonesia.
- Priatmoko, S., Kabil, M., Akaak, A., Lakner, Z., Gyuricza, C., & Dávid , L. D. (2023). Understanding the Complexity of Rural Tourism Business: Scholarly Perspective. Journals Sustainability, 15(2), 1193. doi:<https://doi.org/10.3390/su15021193>
- Rainanto, B., Jason, A., Bon, A., Melle, J., Srihadi, Cecilia., & Rudiyanto, Bambang. (2023). Strategy for Sustainable Tourism Village Development case study of Kampung Lahang, Indonesia. Journal of Tourism and Economic Vol.6, No.2 2023, 122-142. <https://doi.org/10.36594/jtec/mwzc5k71>
- Riyadh, M. (2018). Analisis Saluran Pemasaran Lima Pangan Pokok dan Penting di Lima Kabupaten Sumatera Utara. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik Vol.9 No.2, 161-171.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suminartika, E., & Iin, D. (2017). Efisiensi Pemasaran Beras di Kabupaten Ciamis dan Jawa Barat. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Vol. 3 No. 1, 13- 28.
- Widyasindy. (2010). Strategi Pemasaran Ayam Pedaging Dengan Menggunakan Analisis Scorpio di KUD “Sari Bumi” Bululawang Kabupaten Malang. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya Malang.