

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan merupakan salah satu sektor yang diunggulkan di Indonesia dengan menyumbang 13,28% dimana salah satu sub sektor dari sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan yaitu sub sektor perkebunan menyumbang 3,94% terhadap produk domestik bruto Indonesia tahun 2021 (Statistik, 2022). Keunggulan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia merupakan faktor pada sektor perkebunan menjadi sub sektor penyumbang PDB tertinggi dalam sektor pertanian. Selain faktor sumber daya alam yang ada, sektor perkebunan merupakan sektor yang kuat dalam menghadapi goncangan ekonomi akibat adanya pandemi global (Statistik, 2022).

Dalam sektor perkebunan, terdapat banyak komoditas yang ditanam, salah satunya ialah kopi. Indonesia memproduksi 762 ribu ton pada tahun 2020. Produksi ini meningkat sebesar 1,31 persen dari tahun 2019 yang memproduksi kopi sebesar 752 ribu ton. Berikut merupakan grafik perkembangan produksi kopi Indonesia dari tahun 2018 sampai 2020:



Grafik 1. Produksi Kopi Indonesia dari Tahun 2018-2020 dalam ribuan Ton

Tanaman kopi mulai dibudidayakan di Indonesia pada abad ke-17 (Budiharjono & Fahmi, 2020). Tanaman kopi sering dijumpai di berbagai dataran tinggi di Indonesia. Indonesia memproduksi 762 ribu ton pada tahun 2020. Adapun 5 provinsi dengan produksi kopi tertinggi di Indonesia tahun 2020 yaitu : Sumatera Selatan, Lampung, Aceh, Sumatera Utara, dan Bengkulu (Badan Pusat Statistik, 2021). Berikut tabel produksi kopi di Indonesia per provinsi tahun 2020:

Tabel 1. Tabel Produksi Kopi Indonesia Per Provinsi Tahun 2020

No	Provinsi	Luas Area (Ha)	Produksi (Ton)
1	Aceh	126.289	73.419
2	Sumatera Utara	95.477	76.597
3	Sumatera Barat	25.358	12.528
4	Riau	4.213	2.423
5	Jambi	30.603	18.613
6	Sumatera Selatan	250.305	198.945
7	Bengkulu	85.703	62.279
8	Lampung	156.460	117.311
9	Bangka Belitung	111	21
10	Kepulauan Riau	19	0
11	DKI Jakarta	-	-
12	Jawa Barat	49.825	22.980
13	Jawa Tengah	47.757	26.179
14	D I Yogyakarta	1.728	514
15	Jawa Timur	90.735	45.278
16	Banten	6.233	1.978
17	Bali	34.746	15.740
18	Nusa Tenggara Barat	13.365	5.625
19	Nusa Tenggara Timur	72.919	23.930
20	Kalimantan Barat	11.904	3.700
21	Kalimantan Tengah	2.490	405
22	Kalimantan Selatan	2.928	1.204
23	Kalimantan Timur	2.088	210
24	Kalimantan Utara	1.293	64
25	Sulawesi Utara	7.834	3.705
26	Sulawesi Tengah	10.191	2.741
27	Sulawesi Selatan	79.394	35.573
28	Sulawesi Tenggara	8.521	2.676
29	Gorontalo	1.437	133
30	Sulawesi Barat	16.272	4.396
31	Maluku	1.262	441

32	Maluku Utara	414	14
33	Papua Barat	206	73
34	Papua	12.375	2.673
Total		1.250.425	762.380

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memproduksi kopi. Meskipun tidak masuk ke dalam lima besar produksi kopi di Indonesia, Jawa Tengah termasuk dalam provinsi kedua tertinggi dalam produksi kopi di Pulau Jawa. Kopi di Jawa Tengah merupakan komoditas yang sedang berkembang. Kopi Jawa Tengah khususnya Temanggung sering mendapatkan penghargaan dan memenangkan perlombaan nasional maupun internasional (Jateng, 2017). Selain Temanggung, adapun kopi robusta yang berasal dari daerah Semarang yang diproses oleh prosessor Martina Rinasih berhasil menjuarai Kontes Kopi Spesialti Indonesia 2021 dengan nilai 88,63 poin (Agmasari, 2021).

Jawa Tengah memproduksi banyak jenis kopi, terutama kopi arabika dan robusta. Kopi Arabika memiliki karakteristik yang lebih beragam dibanding kopi robusta. Kopi arabika memiliki kadar kafein yang lebih rendah dan cita rasa yang lebih beragam. Namun, perawatan kopi arabika lebih susah dibanding robusta sehingga harga kopi arabika lebih mahal dan produksinya lebih sedikit dibanding kopi robusta (Rahardjo, 2012). Maka dari itu, produksi kopi arabika Jawa Tengah lebih sedikit dibanding kopi robusta dengan jumlah produksi kopi arabika sebesar 3.019 ton dan robusta 23.160 (Badan Pusat Statistik, 2021).

Kopi arabika di daerah Karanganyar pernah menjadi juara harapan II pada Festival Gunung Lawu 2018. Kopi ini memiliki cita rasa yang khas yang hanya dimiliki oleh kopi tersebut, namun masih memiliki kelemahan berupa pengolahan yang kurang maksimal dan masih terasa getah pada kopinya (Ramadhan et al., 2021). Hal tersebut yang mengurangi dapat mengurangi nilai pada kopi arabika. Diantara beberapa daerah yang bisa ditanami kopi arabika pada Kabupaten Karanganyar, Desa Wonorejo adalah salah satu daerah yang mengalami perkembangan dalam kopi arabika.

Menurut Apriliyanti, rantai nilai merupakan salah satu cara melihat suatu bisnis sebagai aktivitas yang mengubah *input* menjadi *output* yang bernilai bagi pelanggan. Analisis rantai nilai dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana perusahaan atau organisasi membuat nilai dalam produknya bagi pelanggan (Herlin Fuji Raha, 2018). Hal ini berguna untuk mengetahui dengan melihat kontribusi dari aktivitas yang dilakukan. Rantai nilai dapat digunakan untuk menganalisis serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh berbagai pelaku ekonomi dalam mengolah bahan mentah menjadi produk olahan yang siap dipasarkan (Thu et al., 2020).

Analisis rantai nilai dapat digunakan untuk melihat potensi dan meningkatkan nilai tambah dalam setiap pelaku pemasaran (Pranata & Marianti, 2017). Lembaga pemasaran yang mengolah hasil pertanian menjadi produk olahan, akan mendapatkan nilai tambah bagi produk yang dihasilkan oleh lembaga tersebut (Baihaqi et al., 2020). Apabila nilai tambah semakin besar maka dapat berperan bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi (Zaini et al., 2019). Terdapat penelitian yang dilakukan Effendi et al., (2021), terkait rantai nilai kopi arabika di Taji, ada empat lembaga yang terdapat dalam alur pemasaran yaitu: petani, pengumpul, prosessor pertama, dan prosessor kedua, dimana keempat lembaga tersebut juga memiliki keuntungan dan margin yang positif sehingga rantai nilai yang ada sudah optimal.

Buah kopi yang baru dipanen akan diolah agar kopi memiliki daya tahan yang lebih lama dan dapat menambahkan nilai didalamnya. Buah kopi akan diolah menjadi produk setengah jadi yaitu *green bean* oleh prosessor pertama. Setelah diolah menjadi *green bean*, kopi diolah lagi oleh prosessor kedua. *Green bean* akan diolah oleh prosessor kedua menjadi *roast bean* dan siap dipasarkan kepada konsumen. Konsumen akan membeli *roast bean* atau biji kopi sangrai dalam bentuk biji utuh ataupun bubuk sesuai permintaan. Pengolahan yang terjadi pada lembaga pemasaran memiliki potensi pasar yang baik jika terjadi peningkatan rantai nilai yang menambah nilai bisnis (Baihaqi et al., 2020).

Sebagai basis penghasil kopi arabika, Desa Wonorejo memiliki lembaga pemasaran yang lengkap dan terdapat pengolah kopi di dalamnya baik petani, prosessor pertama maupun prosessor kedua. Petani di Desa akan memanen buah kopi atau ceri yang akan dijual ke prosessor pertama. Prosessor pertama akan mengolah ceri dijual oleh petani menjadi *green bean*. Sedangkan prosessor kedua mengolah *green bean* yang diproduksi oleh prosessor pertama menjadi *roast bean* yang siap dipasarkan ke konsumen. Permintaan terhadap kopi arabika Desa Wonorejo yang semakin tinggi menyebabkan lembaga pemasaran dituntut untuk menghasilkan produk yang unggul dan tetap memiliki nilai yang baik. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti rantai nilai kopi arabika yang ada di Desa Wonorejo.

B. Tujuan

1. Menganalisis rantai nilai kopi arabika di Desa Wonorejo.
2. Menganalisis nilai tambah pada setiap lembaga yang melakukan pengolahan kopi kopi arabika di Desa Wonorejo.

C. Kegunaan

1. Sebagai salah satu dasar pengembangan keilmuan dalam rantai nilai khususnya komoditas kopi arabika.