

Vol. 12 No. 2, Bulan September Tahun 2024

Analisis Aliran Rantai Pasok Produk Koffie Hideung CV Toean Koffie di Kabupaten Karawang

Elsa Anggaresti, Abubakar, dan I Ketut Manu Mahatmayana

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia
elsaanggaresti1101@gmail.com

(Received: Jun-27-2024; Accepted: Jul-15-2024; Published: Sept-30-2024)

ABSTRACT

Increasing coffee consumption in Indonesia provides opportunities for the coffee processing industry. CV Toean Koffie is one of the companies in Karawang Regency engaged in coffee processing, which is involved in providing added value and brand branding, the product is known as Koffie Hideung. The supply of coffee beans for Koffie Hideung production is supplied by the farmer communities on the Sanggabuana Mountains in Karawang. The supply chain flow of Koffie Hideung products starts from the farmer level as a supplier to product marketing to consumers. The supply chain concept basically has interconnected aspects including the flow of goods, financial flow, and information flow which will determine the continuity of the supply chain performance mechanism properly. Good supply chain performance is determined by the role of the supply chain members involved. This study aims to analyze the supply chain conditions of Koffie Hideung products using the Food Supply Chain Network (FSCN) model. Based on the results of the analysis, the Food Supply Chain Network (FSCN) model includes 6 aspects consisting of, supply chain structure, supply chain objectives, resources involved, business processes in the supply chain, supply chain management, and supply chain performance. The supply chain structure of Koffie Hideung products involves a certain process from the production of coffee beans in farmers, the manufacturing process by CV Toean Koffie, distribution, to the final consumption by customers.

Keywords: Coffee, Food Supply Chain Network (FSCN), Sanggabuana

ABSTRAK

Meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia memberikan peluang bagi industry pengolahan kopi. CV Toean Koffie adalah salah satu perusahaan di Kabupaten Karawang yang bergerak di bidang pengolahan kopi, yang berperan dalam memberikan nilai tambah dan branding produk, produknya dikenal dengan merek Koffie Hideung. Pasokan biji kopi untuk produksi Koffie Hideung berasal dari kelompok tani yang ada di lereng pegunungan Sanggabuana Karawang. Aliran rantai pasok produk Koffie Hideung dimulai dari tingkat petani sebagai supplier hingga pemasaran produk ke konsumen. Konsep rantai pasok pada dasarnya terdapat aspek yang saling terhubung diantaranya adalah aliran barang, aliran keuangan, dan aliran informasi yang akan menentukan kelangsungan mekanisme kinerja rantai pasok dengan baik. Kinerja rantai pasok yang baik ditentukan dari peran anggota rantai pasok yang terlibat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi rantai pasok produk Koffie Hideung dengan menggunakan model Food Supply Chain Network (FSCN). Berdasarkan hasil analisis Model Food Supply Chain Network (FSCN) mencakup 6 aspek yang terdiri dari, struktur rantai pasok, sasaran rantai pasok, sumber daya yang terlibat, proses bisnis didalam rantai pasok, manajemen rantai pasok, dan kinerja rantai pasok. Aliran rantai pasok produk Koffie Hideung melibatkan serangkaian tahapan dari produksi biji kopi di petani, proses pengolahan oleh CV Toean Koffie, pendistribusian, hingga konsumsi akhir oleh pelanggan.

Kata kunci: Food Supply Chain Network (FSCN), Kopi, Sanggabuana



PENDAHULUAN

Kopi merupakan komoditas yang memiliki peranan penting dalam ekonomi Indonesia. Kopi memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional, yaitu sebagai penghasil devisa, sumber pendapatan petani, penghasil bahan baku industri, dan penciptaan lapangan kerja. Berdasarkan data dari Departemen Pertanian Amerika Serikat atau *United States Departement of Agriculture* (USDA), Indonesia tercatat sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-3 di dunia pada tahun 2022/2023.

Merujuk data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, produksi kopi terus mengalami peningkatan dalam lima tahun terakhir, pada tahun 2022 produksi kopi di Indonesia mencapai 794,8 ribu ton per tahun, dimana sebanyak 75% kopi yang dihasilkan Indonesia berasal dari daerah di Pulau Sumatra dan Jawa. Sumatra Selatan menjadi provinsi penghasil kopi terbesar, dengan jumlah produksi yakni 212,4 ribu ton per tahun atau 26,72% dari total produksi kopi nasional. Selanjutnya ada Lampung dengan produksi kopi 124,5 ribu ton per tahun, Sumatra Utara 87 ribu ton per tahun. Aceh 75,3 ribu ton per tahun dan Bengkulu 60,1 ribu ton per tahun.

Selain lima provinsi tersebut, terdapat pula beberapa provinsi yang masuk dalam kawasan pengembangan kopi di Indonesia, salah satunya adalah Provinsi Jawa Barat. Kementerian Pertanian Indonesia menyatakan bahwa Jawa Barat masuk dalam kawasan pengembangan kopi karena produksi kopi di wilayah tersebut meningkat pesat, sehingga pada tahun 2022 Jawa Barat termasuk sebagai wilayah penghasil benih kopi nasional dengan produksi mencapai 3 juta batang. Kabupaten Karawang adalah salah satu dari 10 daerah pengembangan kopi di Jawa Barat. Daerah penghasil kopi di Kabupaten Karawang berada di wilayah Karawang bagian selatan yaitu di Kecamatan Pangkalan, Tegalwaru, dan Ciampel dengan jumlah produksi kopi sebesar 354 ton per tahun. Menurut Kepala Bidang Perkebunan Dinas Pertanian Kabupaten Karawang, pada tahun

2023 Kabupaten Karawang sedang mengembangkan tanaman kopi robusta dan liberika pada lahan seluas 750 hektar, hal ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi kopi lokal Karawang yang kurang dikenal masyarakat di era popularitas kopi yang terus meningkat.

CV Toe'an Koffie adalah salah satu pelaku industri pengolahan kopi di Kabupaten Karawang. CV Toe'an Koffie memproduksi kopi lokal asli Karawang dan berperan dalam meningkatkan nilai tambah serta branding produk, produknya dikenal dengan merek Koffie Hideung. Pasokan biji kopi untuk produksi Koffie Hideung berasal dari kelompok tani yang ada di lereng pegunungan Sanggabuana Karawang. Aliran rantai pasok produk Koffie Hideung dimulai dari tingkat petani sebagai supplier hingga pemasaran produk ke konsumen.

Menurut Warella *et al.*, (2021) yang dimaksud dengan rantai pasok adalah jaringan-jaringan dimana terdapat agen-agen yang meliputi seluruh perusahaan atau organisasi yang berinteraksi baik secara langsung maupun tidak langsung dan yang melakukan kegiatan fungsi pengadaan bahan baku, transformasi atau perubahan bahan baku menjadi produk jadi, dan kegiatan distribusi produk jadi hingga sampai ke konsumen. Konsep rantai pasok pada dasarnya terdapat aspek yang saling terhubung diantaranya adalah aliran barang, aliran keuangan, dan aliran informasi yang akan menentukan kelangsungan mekanisme kinerja rantai pasok dengan baik (Heizer & Render, 2017).

Kinerja rantai pasok berkontribusi pada peningkatan daya saing, hal ini dapat dicapai dengan pemanfaatan sumber daya rantai pasok secara optimal serta pengelolaan yang baik dari hulu sampai hilir (Samal, 2019). Kinerja rantai pasok yang baik ditentukan dari peran anggota rantai pasok yang terlibat. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi dan model aliran rantai pasok produk Koffie Hideung.

METODE

Analisis aliran rantai pasok pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil observasi dan wawancara mengenai aliran rantai pasok produk Koffie Hideung untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai objek yang diteliti. Metode analisis yang digunakan yaitu model *Food Supply Chain Network* (FSCN) yang dikemukakan oleh Van Der Vorst (2006).

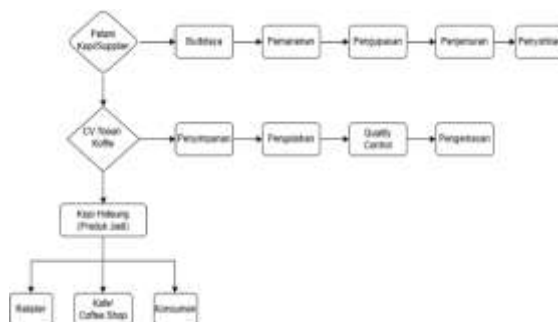
Model *Food Supply Chain Network* (FSCN) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis rantai pasok produk pangan dari hulu ke hilir. Dalam konteks kopi, model ini mencakup berbagai tahapan, mulai dari produksi biji kopi di petani, pengolahan, distribusi, hingga konsumsi akhir oleh pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Non-Probability Sampling*. Menurut Sugiyono, (2012) *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi atau setiap unsur untuk dipilih menjadi sampel. Sampel dipilih berdasarkan relevansinya dengan subjek penelitian. Responden dalam penelitian ini yaitu Direktur CV Toean Koffie, *Marketing Manager*, Kepala Produksi, dan Ketua Kelompok Tani Mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Food Supply Chain Network* (FSCN) menggambarkan kondisi aliran rantai pasok produk Koffie Hideung, bagaimana produk bergerak dari petani hingga ke konsumen. Analisis *Food Supply Chain Network* (FSCN) terdiri dari 6 aspek yakni struktur rantai pasok, sumber daya yang terlibat, manajemen rantai pasok, proses bisnis didalam rantai pasok, sasaran rantai pasok dan kinerja rantai pasok (Van Der Vorst, 2006). Berikut ini adalah pembahasan mengenai hasil analisis *Food Supply Chain Network* (FSCN) pada aliran rantai pasok produk Koffie Hideung CV Toean Koffie yang mencakup 6 aspek:

1. Struktur Rantai Pasok (*Supply Chain Structure*)

Struktur rantai pasok produk Koffie Hideung di CV Toean Koffie terdiri dari beberapa anggota rantai pasok yang memiliki peran yang berbeda. Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi aliran rantai pasok produk Koffie Hideung terdapat beberapa aktivitas dan pelaku yang terlibat langsung yang diilustrasikan seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Rantai Pasok Koffie Hideung Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Struktur rantai pasok kopi tersebut menunjukkan adanya aliran produk, informasi dan keuangan yang terjadi dari hulu sampai ke hilir. Umumnya aliran produk yang terjadi dari hulu ke hilir sementara aliran informasi terjadi secara dua arah dan aliran keuangan sebagian besar terjadi dari hilir ke hulu. Aliran informasi yang terjalin antara anggota rantai pasok akan berpengaruh kepada aliran produk dan aliran keuangan yang terjadi (Syahputra *et al.*, 2020). Anggota rantai pasok produk Koffie Hideung terdiri dari petani kopi/*supplier*, CV Toean Koffie, toko-toko retail, kafe, dan konsumen akhir. Petani sebagai *supplier* berperan mulai dari tahap budidaya, pemanenan, dan perlakuan pascapanen seperti, pengupasan, penjemuran, penyortiran hingga menjadi *green beans* yang akan didistribusikan ke CV Toean Koffie. Proses pengolahan hingga pemasaran produk Koffie Hideung dilakukan oleh CV Toean Koffie sebagai pelaku industri. Kemudian CV Toean Koffie memasarkan produk Koffie Hideung ke berbagai lembaga pemasaran seperti toko-toko retail, kafe, dan konsumen akhir.

Struktur rantai pasok Koffie Hideung ini melibatkan sumber daya fisik, teknologi dan sumber daya manusia. Sumber daya fisik meliputi sarana dan prasarana yang digunakan dalam rantai pasok seperti transportasi untuk distribusi produk maupun mesin untuk pengolahan. Sumber daya teknologi yaitu melakukan penjualan online untuk memperluas jangkauan pasar, dan sumber daya manusia yaitu orang-orang yang terlibat seperti petani, karyawan, kurir maupun konsumen.

2. Sasaran Rantai Pasok (*Supply Chain Objectives*)

Sasaran rantai pasok kopi pada CV Toean Koffie dalam menentukan *supplier* dilakukan melalui kemitraan dengan kelompok tani, hal ini bertujuan untuk membangun pendekatan dalam meningkatkan kesejahteraan petani kopi dan industri kopi secara berkelanjutan, serta agar dapat memperoleh harga yang lebih menguntungkan. Sementara itu untuk sasaran pemasarannya CV Toean Koffie dilakukan dengan membangun merek dan citra merek yang kuat pada produk Koffie Hideung melalui *branding* di media sosial dan mengikuti festival atau pameran, khususnya yang mengangkat kopi. Selain itu terdapat beberapa jaringan pemasaran produk Koffie Hideung seperti toko-toko retail, *restaurant*, kafe, dan penjualan online.

3. Sumber Daya yang Terlibat (*Resources Involved*)

CV Toean Koffie memiliki 7 orang karyawan yang terdiri dari 3 orang pada bagian *Business Development* serta 4 orang pada bagian produksi pengolahan. Terdapat 3 kelompok tani yang menjadi mitra CV Toean Koffie, yaitu Kelompok Tani Sirejeki di Kecamatan Pangkalan, Cisulah di Kecamatan Tegalwaru, dan Parangpang di Kecamatan Ciampel. Kelompok tani tersebut bertindak sebagai *supplier* bahan baku kopi yang terbentuk berdasarkan wilayah tanam jenis kopi, untuk jenis kopi robusta berada di wilayah Kecamatan Pangkalan dan Tegalwaru sedangkan untuk jenis kopi liberika ada di Kecamatan Ciampel.

Proses pemesanan bahan baku dilakukan melalui ketua kelompok tani kemudian akan dibagi sesuai kemampuan produksi para petani anggotanya. Rata-rata petani memiliki luas lahan 1 ha dengan produktivitas sekitar 1-2ton sekali musim panen. Sedangkan untuk kegiatan budidayanya dikerjakan pribadi atau dengan

bantuan tenaga kerja dari keluarga, kecuali pada saat kegiatan pemanenan dimana membutuhkan tenaga kerja tambahan dari masyarakat sekitar untuk membantu pemetikan, pengupasan, dan penjemuran biji kopi.

4. Proses Bisnis dalam Rantai Pasok (*Business Processes in the Supply Chain*)

Proses bisnis yang terjadi pada rantai pasok kopi terdiri dari aktivitas bisnis yang didalamnya meliputi beberapa kegiatan dari mulai perencanaan, pengadaan, pengolahan, pengiriman dan pengembalian. Aktivitas pada proses bisnis rantai pasok Koffie Hideung mulai dari tahap kegiatan budidaya kopi, pengolahan, distribusi, hingga pemasaran ke konsumen. Pada tingkat petani dilakukan proses perencanaan budidaya hingga pemanenan dan perlakuan pascapanen seperti pengupasan, penjemuran, dan penyortiran biji kopi.

Kemudian CV Toean Koffie mulai melakukan pengadaan bahan baku dengan spesifikasi yang telah ditentukan seperti, biji kopi petik merah dan kandungan kadar airnya. CV Toean Koffie berperan dalam memberikan nilai tambah melalui proses pengolahan kopi dan *branding* produk. Pada proses pengolahan produk Koffie Hideung langkah awal yang dilakukan yaitu proses fermentasi biji kopi yang bertujuan untuk memengaruhi cita rasa dan aroma akhir. Terdapat 2 jenis teknik fermentasi yang digunakan yaitu:

1) Fermentasi Basah (*Wet Fermentation*)

Biji kopi direndam dalam air selama 12-48 jam agar lapisan lendir yang membungkus biji kopi terurai karena mikroorganisme. Proses ini menghasilkan kopi dengan rasa yang lebih kompleks dan keasaman yang lebih tinggi.

2) Fermentasi Kering (*Dry Fermentation*)

Biji kopi diletakkan dalam wadah tertutup tanpa air selama 12-48 jam. Fermentasi terjadi karena aktivitas mikroorganisme alami tanpa adanya oksigen. Proses ini menghasilkan rasa kopi lebih manis dengan aroma buah.

Setelah proses fermentasi, biji kopi dibersihkan dan dilakukan pengeringan tambahan agar menghasilkan *green beans* yang siap untuk dilakukan proses *roasting*. Proses *roasting* juga akan mempengaruhi rasa, aroma, dan warna biji kopi. Setelah proses *roasting* kopi akan disimpan dalam bentuk biji atau

dihaluskan. CV Toean Koffie memproduksi beberapa produk kopi diantaranya Koffie Hideung *sachet*, *Creamy Coffie Latte*, Koffie Hideung premium dan juga menyediakan produk *green beans* Koffie Hideung. Produk Koffie Hideung ini kemudian akan didistribusikan sesuai permintaan konsumen. CV Toean menjalin kerjasama dengan *retailer*, kafe-kafe, dan komunitas pecinta kopi untuk memasarkan produk Koffie Hideung. Sistem transaksi yang terjadi umumnya dilakukan dengan sistem pembayaran tunai, namun untuk pesanan kepada retail sistem transaksi terjadi secara berangsur sesuai dengan kesepakatan kedua pihak.

5. Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*)

Manajemen rantai pasok kopi adalah proses mengkoordinasikan semua aktivitas yang terlibat dalam produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran atau mulai dari petani kopi hingga konsumen akhir. Tujuan manajemen rantai pasok adalah untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengoptimalkan kinerja aktivitas rantai pasok (Indrasari *et al.*, 2019).

Manajemen rantai psok produk Koffie Hideung ini melibatkan kemitraan dan kerjasama dengan para *stakeholder* seperti petani kopi sebagai *supplier*, kemudian dalam memasarkan produknya melalui *reseller*, *retailer*, *restaurant/kafe*. Pemilihan mitra kelompok tani dalam rantai pasok produk Koffie Hideung terjadi secara informal tanpa adanya kontrak kerjasama yang resmi dan secara tidak langsung dipilih dengan pertimbangan memiliki jarak terdekat dengan pabrik tempat produksi.

Pemesanan bahan baku dilakukan setahun sekali atau setiap musim panen kopi melalui ketua kelompok tani. Bahan baku yang diterima akan masuk ke gudang penyimpanan dengan sistem FIFO (*First In First Out*), dimana bahan baku yang akan dilakukan proses pengolahan diambil berdasarkan stok yang masuk terlebih dahulu. Sistem FIFO ini juga berlaku dalam perencanaan produksi, manajemen pesanan, dan koordinasi pendistribusian produk.

6. Kinerja Rantai Pasok (*Supply Chain Performance*)

Kinerja rantai pasok produk Koffie Hideung di CV Toean Koffie ini menerapkan sistem pembayaran pra panen pada *supplier* atau yang

sering disebut sistem ijon, dimana pembayaran dilakukan terlebih dahulu kepada petani pemasok sebelum mereka melakukan pemanenan kopi. Hal ini disepakati karena petani tidak memiliki modal yang cukup untuk biaya pemanenan. Selain itu berdasarkan hasil wawancara dengan direktur CV Toean Koffie, sistem pembayaran pra panen ini dilakukan dengan tujuan untuk mengunci harga beli kopi di petani ditengah harga pasar kopi yang terus meningkat, dan akan dibayar penuh berdasarkan harga pasar yang telah disepakati sesuai dengan jumlah kopi yang diterima berdasarkan spesifikasi CV Toean Koffie dan untuk harga jual *green beans* dari petani juga ditentukan dan disepakati dibawah naungan Apeki (Asosiasi Petani Kopi Kabupaten Karawang).

KESIMPULAN

Analisis Food Supply Chain Network (FSCN) menggambarkan kondisi aliran rantai pasok produk Koffie Hideung, bagaimana produk bergerak dari petani hingga ke konsumen. Berdasarkan hasil analisis aliran rantai pasok produk Koffie Hideung dengan Model Food Supply Chain Network (FSCN) mencakup 6 aspek yang terdiri dari, struktur rantai pasok, sasaran rantai pasok, sumber daya yang terlibat, proses bisnis didalam rantai pasok, menejemen rantai pasok, dan kinerja rantai pasok. Rantai pasok produk Koffie Hideung terdapat stakeholder yang saling terhubung yang terdiri dari petani kopi/supplier, CV Toean Koffie, toko-toko retail, kafe, dan konsumen akhir. Petani sebagai supplier berperan mulai dari tahap budidaya, pemanenan, dan perlakuan pascapanen hingga menjadi *green beans* yang akan didistribusikan ke CV Toean Koffie. Proses pengolahan hingga pemasaran produk Koffie Hideung dilakukan oleh CV Toean Koffie sebagai pelaku industri. Kemudian CV Toean Koffie memasarkan produk Koffie Hideung ke berbagai lembaga pemasaran seperti toko-toko retail, kafe, dan konsumen akhir.

SARAN

Bagi petani kopi sebaiknya menerapkan melalukan proses pemanenan kopi petik merah dengan perlakuan pascapanen yang tepat sesuai dengan standarisasi yang telah ditetapkan oleh CV Toean Koffie agar seluruh hasil panen dapat diterima dan harga jual yang diperoleh juga sesuai kualitasnya. Sedangkan bagi Dinas Pertanian Kabupaten Karawang dapat melakukan sosialisai terkait Apeki secara lebih luas agar seluruh petani kopi dapat bergabung dan terorganisir. Kemudian dapat bekerjasama dengan CV Toean Koffie untuk lebih rutin melakukan penyuluhan serta pelatihan kepada seluruh kelompok tani kopi di Kabupaten Karawang, tidak hanya kepada kelompok tani mitra saja. Selain itu juga dapat berkolaborasi dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang untuk mengadakan pameran atau festival yang dapat mengangkat kopi sanggabuana.

REFERENCES

- Badan Pusat Statistik Indonesia [BPS]. (2022). Statistik Kopi Indonesia. Statistik Kopi Indonesia 2022 - Badan Pusat Statistik Indonesia (bps.go.id)
- Heizer, J., & Render, B. (2017). Manajemen operasi manajemen keberlangsungan dan rantai pasokan. Jakarta: Salemba Empat.
- Indrajit, R., & Djokopranoto, R. (2016). Supply Chain Management Edisi Kesebelas. In Supply Chain Management". Edisi Ke (Vol. 3).
- Indrasari, S., Ani, S. W., & Khomah, I. (2019). Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Kopi Di Kecamatan Gemawang Kabupaten Temanggung. *AGRISTA*, 7(3).
- Salsabila, Wanda Alifah. Abubakar. Nur'azkiya, L. Analisis Nilai Tambah Pada Produk Koffie Hideung (Studi Kasus Di CV Toean Koffie). *Jurnal Agrimanex Vol.3 No.2. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Singaperbangsa Karawang*
- Samal, S. K. (2019). Logistics and supply chain management. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 23(6). <https://doi.org/10.37200/IJPR/V23I6/PR190779>
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta
- Syahputra, A. N., Pujiyanto, T., & Ardiansah, I. (2020). Analisis dan Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Kopi di PT Sinar Mayang Lestari. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(1), 58–67. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.04.01>.
- United States Department of Agriculture [USAD]. (2022). Coffee: World Markets and Trade. <https://www.usda.gov/>
- Van Der Vorst, J. G. (2006). Chapter 2: Performance Measurement in Agri-Food Supply Chain Networks, An Overview. *Quantifying the Agri-Food Supply Chain*, 13–24. https://doi.org/10.1007/1-4020-4693-6_2
- Warella, S. Y., Hasibuan, A., Yudha, H. S., Sisca, Mardiah, Kuswandi, S., Tumpu, M., Yanti, Tjahjana, D., & Prasetio, A. (2021). Manajemen Rantai Pasok. In Yayasan Kita Menulis.