

Analisis Rantai Nilai Kopi pada Yayasan Mukmin Mandiri Sidoarjo

Coffee Value Chain Analysis at the Mukmin Mandiri Foundation in Sidoarjo

Atiqah Syilvia Khairunisak, dan Sri Tjondro Winarno*

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*email korespondensi: Tjondrowinarno@upnjatim.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 24 Jul 2022
Diterima: 20 Agust 2022
Diterbitkan: 22 Jan 2023

Abstract

The purpose of this study is 1) Mapping the value chain of coffee products at the Mukmin Mandiri Sidoarjo. 2) Identify the relations between the value chains and the role of each actor involved in Mukmin Mandiri Sidoarjo. 3) Knowing the added value of coffee products at the Mukmin Mandiri Sidoarjo. The method of analysis used in this research is the descriptive qualitative method. According to Kaplinsky and Morris (2001), data analysis consists of value chain analysis and cost and value-added analysis, according to Hayami Method. Mukmin Mandiri Sidoarjo has four chain actors in the chain, and they are farmers, Mukmin Mandiri Sidoarjo itself, distributors, and agents. The added value obtained from the production of ground coffee at the Mukmin Mandiri Sidoarjo is Rp12,588.4 per kilogram of raw material or about 37.82% of the product value per unit of raw material, and the profit obtained from the production of ground coffee at Mukmin Mandiri Rp21,500 per kilograms

Keyword:

Coffee; Value Chain; Value Added

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah 1) Memetakan rantai nilai produk kopi di Mukmin Mandiri Sidoarjo. 2) Mengidentifikasi hubungan antara rantai nilai dan peran masing-masing aktor yang terlibat di Mukmin Mandiri Sidoarjo. 3) Mengetahui nilai tambah produk kopi di Mukmin Mandiri Sidoarjo. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Menurut Kaplinsky dan Morris (2001), analisis data terdiri dari analisis rantai nilai dan analisis biaya dan nilai tambah, menurut Metode Hayami. Mukmin Mandiri Sidoarjo memiliki empat pelaku rantai dalam mata rantai tersebut, yaitu petani, Mukmin Mandiri Sidoarjo sendiri, distributor, dan agen. Nilai tambah yang diperoleh dari produksi kopi bubuk di Mukmin Mandiri Sidoarjo adalah Rp12.588,4 per kilogram bahan baku atau sekitar 37,82% dari nilai produk per unit bahan baku, dan keuntungan yang diperoleh dari produksi kopi bubuk di Mukmin Mandiri Rp21.500 per kilogram

Kata Kunci:

Kopi; Rantai Nilai; Nilai Tambah

PENDAHULUAN

Kopi (*Coffea spp*) merupakan salah satu komoditas perdagangan subsektor perkebunan yang mempunyai peluang untuk dikembangkan dalam rangka usaha memperbesar pendapatan negara dan meningkatkan penghasilan pengusaha dan petani. Pengembangan kopi di Indonesia dimulai sejak periode tahun 1960-an, dalam bentuk perkebunan rakyat. Kopi juga merupakan salah satu dari delapan komoditas utama perkebunan yang memiliki luas

areal yang cukup besar serta menjadi komoditas ekspor yang sangat menjanjikan, dimana hanya dua jenis kopi yang banyak diusahakan yaitu kopi Robusta yang menguasai mayoritas luas tanam kopi di Indonesia serta kopi Arabika. Sebagai salah satu komoditas ekspor yang penting, kopi diharapkan mampu memberikan nilai tambah penerimaan devisa baik bagi negara pada umumnya maupun untuk daerah sentra produksi khususnya (Zainura et al, 2016).

Negara kita, Republik Indonesia juga merupakan negara penghasil kopi terbesar di Dunia berdasarkan data ICO tersebut. Indonesia menduduki urutan keempat sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan jumlah produksinya sebanyak 600 ribu ton kopi. Produksi kopi berdasarkan status perusahaan didominasi oleh produksi kopi yang diusahakan dilahan perkebunan rakyat (PR) yang mencapai share 94,61% atau mencapai rata-rata produksi 495,06 ribu ton. Produksi kopi yang berasal dari kebun milik negara (PBN) dan kebun milik swasta relatif kecil yaitu berkontribusi kurang dari 5% atau mencapai share hanya 3,11% dan 2,27% atau produksi kopi berasan rata-rata 16,30 ribu ton dan 11,90 ribu ton. Produksi kopi periode 2001-2018 menurut jenis kopi yang diusahakan didominasi oleh kopi jenis robusta yang mencapai produksi rata-rata 537,57 ribu ton atau share 81,18% dari total rata-rata produksi kopi Indonesia yang mencapai 662,31 ribu ton kopi. Peningkatan hasil produksi kopi juga harus diimbangi dengan kegiatan distribusi produk melalui saluran rantai nilai yang tepat agar dapat memberikan nilai maksimal bagi produk kopi tersebut. Hal tersebut perlu dilakukan karena lahan perkebunan kopi yang dimiliki petani relatif kecil dengan hasil produksi yang relatif rendah, sehingga diperlukan saluran rantai nilai dan pembentukan harga yang efisien pada setiap pelaku rantai nilai.

Kopi adalah salah satu komoditas unggulan di Jawa Timur, untuk meningkatkan produksi kopi dalam persaingan bisnis maka diperlukan rantai nilai kopi untuk mengetahui bagaimana proses pengolahan kopi yang maksimal sehingga menjadi produk yang bernilai dan layak untuk dipasarkan. Saat ini pengembangan dunia industri semakin cepat dan dinamis, terbukti dengan banyak munculnya industri-industri baru yang menghasilkan produk yang inovatif dan berdaya saing. Sebagian besar industri di Indonesia sudah banyak dikuasai negara luar atau asing. Produk luar lebih mudah masuk daripada produk lokal. Konsumen yang semakin pintar memacu para pihak industri untuk selalu melakukan perbaikan-perbaikan dalam segi mutu, harga, bahan baku dan sistem produksi serta kesadaran konsumen terhadap keamanan pangan juga menjadi persoalan bagi perusahaan untuk memastikan produknya tersebut memiliki nilai dimata konsumen. Hal inilah yang membuat pihak industri kita gencar meningkatkan efisiensi produksi. Dalam persaingan yang ketat, setiap perusahaan harus memiliki strategi-strategi untuk merebut pangsa pasar.

Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian ini dengan tujuan 1) Memetakan rantai nilai produk kopi di Mukmin Mandiri Sidoarjo. 2) Mengidentifikasi hubungan antara rantai nilai dan peran masing-masing aktor yang terlibat di Mukmin Mandiri Sidoarjo. 3) Mengetahui nilai tambah produk kopi di Mukmin Mandiri Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di Yayasan Mukmin Mandiri Sidoarjo. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara purposive atau bertujuan dengan pertimbangan yaitu, yayasan ini yang juga merupakan sebuah pondok pesantren yang berwirausaha dan mengolah produk kopi sendiri. Yayasan ini memproduksi kopi dari perkebunan rakyat yang ada di Malang, Tulungagung, dan Jember serta Yayasan ini berpotensi untuk dikembangkan agar tidak kalah dengan produk impor di pasar dan memenuhi permintaan pasar. Objek penelitian ini adalah aktivitas-aktivitas bisnis yang dilakukan oleh Yayasan Mukmin Mandiri Sidoarjo seperti aktivitas pembentukan nilai suatu produk mulai dari pengadaan biji kopi hingga produk jadi serta resources dan

capabilities yang dimiliki oleh Yayasan Mukmin Mandiri Sidoarjo. Aktivitas utama perusahaan adalah pengadaan bahan baku, pengolahan, pemasaran, penjualan, dan pelayanan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari wawancara dengan beberapa narasumber yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Pemimpin Yayasan Mukmi, Kepala Divisi Operasional, Kepala Produksi, Staff Produksi dan Kepala Bagian Pemasaran.

Tabel 1. Analisis Nilai Tambah Metode Hayami

Variabel	
I. Output, Input, dan Harga	
1. Output (Kg)	(1)
2. Input (Kg)	(2)
3. Tenaga Kerja (HOK)	(3)
4. Faktor Konversi	$(4) = (1)/(2)$
5. Koefisien Tenaga kerja (HOK/Kg)	$(5) = (3)/(2)$
6. Harga Output (Rp/Kg)	(6)
7. Upah Rata - rata Tenaga Kerja (HOK/ Kg)	
II Pendapatan dan Nilai Tambah	
8. Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	(8)
9. Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	(9)
10. Nilai Output (Rp/Kg)	$(10) = (4) \times (6)$
11. a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	$(11a) = (10) - (9) - (8)$
b. Rasio Nilai Tambah (%)	$(11b) = (11a)/(10) \times 100\%$
12. a. Imbalan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	$(12a) = (5) \times (7)$
b. Bagian Tenaga Kerja (%)	$(12b) = (12a)/(11a) \times 100\%$
13. a. Keuntungan (Rp/ Kg)	$(13a) = (11a) - (12a)$
b. Tingkat Keuntungan (%)	$(13b) = (13a) / (11a) \times 100\%$
III Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14. a. Margin Keuntungan	$(14) = (10) - (8)$
b. Pendapatan Tenaga Kerja	$(14b) = (12a)/(14) \times 100\%$

Sumber: Hayami, 1989

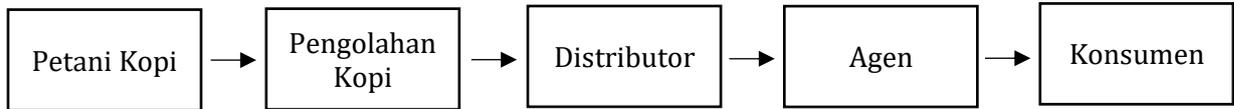
Penelitian ini memfokuskan analisisnya pada aspek kegiatan-kegiatan rantai nilai pada Yayasan Mukmin Mandiri Sidoarjo. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Analisis data menggunakan value chain dengan model yang disarankan oleh Kaplinsky dan Morris dalam buku Pegangan Analisis Rantai Nilai (2012). Kaplinsky dan Morris secara konseptual, mendefinisikan rantai nilai suatu organisasi (perusahaan) terdiri dari serangkaian aktivitas yang menciptakan dan membentuk nilai, dimana rangkaian keseluruhan aktivitas tersebut akan mencerminkan keseluruhan nilai yang dihasilkan oleh suatu organisasi. Dalam buku pegangan analisis rantai nilai disebutkan bahwa untuk menganalisis rantai nilai suatu organisasi adalah sebagai berikut:

1. Memetakan proses rantai nilai
2. Memetakan peran pelaku dan aktivitas
3. Memetakan alur produk dan informasi
4. Memetakan hubungan dan peran pelaku antar rantai

Metode analisis Nilai tambah yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu nilai tambah di tingkat pemasok, pengolahan, dan pemasaran. Nilai tambah tersebut dihitung menggunakan metode Hayami. Cara menghitung nilai tambahnya dapat dilihat pada tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rantai Nilai Produk Kopi



Gambar 1. Pola Aliran Rantai Yayasan Mukmin Mandiri

Rantai nilai kopi pada Yayasan Mukmin Mandiri cukup sederhana, dimana tidak banyak anggota yang terlibat dalam proses pendistribusian kopi dari petani kopi hingga sampai ke tangan konsumen. Anggota – anggota yang terlibat yaitu petani kopi yang berada di Dampit, Jember, dan Lumajang, Pengolah produk kopi, distributor, agen dan pasar. Anggota – anggota yang terlibat ini memiliki perannya masing – masing dalam rantai nilai. Adapun anggota rantai nilai kopi yaitu petani kopi, Yayasan Mukmin Mandiri Sidoarjo, Distributor, dan Agen. Pola Aliran rantai pada Yayasan Mukmin Mandiri secara sistematis dapat dilihat pada gambar 1.

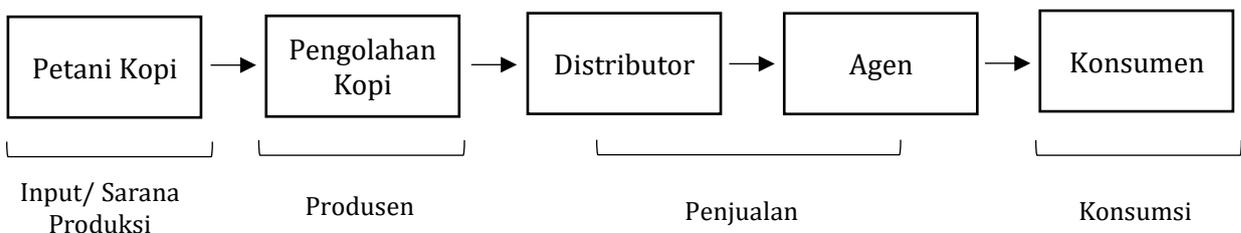
Berdasarkan peta rantai nilai diatas, terdapat lima pelaku yang terlibat dalam rantai nilai kopi pada Yayasan Mukmin Mandiri Sidoarjo yaitu petani kopi sebagai penyedia bahan baku, Yayasan Mukmin Mandiri sebagai pengolah atau produsen kopi, serta distributor dan agen sebagai pembeli langsung dan setelah itu menjualnya kepada konsumen.

Peran Pelaku dan Kegiatan Rantai Nilai

Rantai nilai pengolahan produk kopi di Yayasan Mukmin Mandiri dapat dilihat pada gambar 2. Pelaku yang terlibat dalam tahapan rantai nilai pengolahan produk kopi yaitu, petani kopi sebagai penyedia bahan baku, Industri pengolahan kopi dan cafe santri yang mengolah dan menjual kopi, serta distributor dan agen yang memasarkan produk kopi tersebut ke konsumen. Setiap pelaku memiliki fungsi dan perannya masing – masing.

Yayasan Pesantren Mukmin Mandiri memiliki 6 orang karyawan marketing yang bertugas mengkoordinasi pengiriman ke pelanggan di berbagai kota. Setiap kota ditangani oleh 1 orang marketing untuk melakukan pengiriman ke pelanggan. Setiap marketing rata-rata memiliki 20-30 pelanggan. Pengiriman produk kopi dilakukan setiap hari mulai hari Senin – Jumat mulai pukul 08.00 WIB. Semua karyawan di Yayasan Pesantren Mukmin Mandiri dituntut untuk dapat memberikan pelayanan dengan baik, ramah dalam mengantarkan produk ke pelanggan maupun melayani pelanggan yang langsung membeli ke pesantren, teliti dan akurat baik dalam mencatat keluarannya produk ke pelanggan, maupun mencatat kuantitas dan kualitas pesanan pelanggan.

Peran pelaku rantai nilai yang terlibat pada Yayasan Mukmin Mandiri dapat dihat pada gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Pelaku dalam Rantai Nilai

Rantai nilai kopi pada Yayasan Mukmin mandiri terdapat lima pelaku rantai nilai, yaitu Petani kopi, Yayasan Mukmin Mandiri yang mengolah produk, distributor, agen, dan konsumen. Setiap pelaku yang kegiatan penambahan nilai kopi, terutama pada proses pengolahan kopi menjadi produk jadi. Yayasan Mukmin Mandiri memiliki kegiatan yang paling dominan diantara pelaku rantai lainnya karena hampir setiap hari proses produksi berjalan mulai dari datangnya biji kopi sampai menjadi produk jadi.

Tabel 2. Kegiatan Pelaku dalam Rantai Nilai Produk Kopi

Pelaku Rantai Nilai	Kegiatan
Petani Kopi	<ul style="list-style-type: none"> • Pengolahan lahan • Penanaman biji kopi • Pemeliharaan • Panen • Penjualan biji kopi
Pengolah Produk (Yayasan Mukmin Mandiri)	<ul style="list-style-type: none"> • Pembelian bahan baku Mengolah produk • Melakukan penyimpanan • Pengemasan • Pemasaran • Pengembangan produk
Distributor	<ul style="list-style-type: none"> • Membeli produk dari produsen • Melakukan penyimpanan produk • Penjualan ke agen
Agen	<ul style="list-style-type: none"> • Membeli produk dari distributor • Melakukan penjualan ke konsumen yang tidak bisa dijangkau oleh distributor
Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan penyimpanan produk • Melakukan pemesanan dan pembelian produk

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 3. Pemetaan Alur Produk Rantai Nilai Kopi

Proses	Proses Penyediaan Bahan Baku	Proses Pengolahan	Pemasaran
Bentuk / sarana produksi	Sarana produksi pertanian, benih kopi	Biji kopi	Produk kopi dalam kemasan dengan label
Bentuk keluaran	Biji kopi dengan kualitas yang sudah ditentukan oleh Mukmin Mandiri	Produk kopi dalam kemasan dengan label	

Sumber: Data diolah, 2021

Yayasan Mukmin Mandiri masih bekerjasama dengan petani perkebunan yang ada di Dampit dan Jember untuk memenuhi permintaan biji kopi nya. Meskipun masih bekerjasama, Mukmin Mandiri tetap memantau proses penanaman hingga panen biji kopi agar kualitas kopi yang dihasilkan baik. Mukmin Mandiri saat ini sedang melakukan pembibitan biji kopi di

Tulungagung agar bisa mengolah hasil biji kopi nya sendiri untuk kedepannya. Sedangkan untuk industri pengolahan kopi, Mukmin mandiri menjalankan sendiri usahanya. Gambaran tentang pelaku rantai nilai pada Yayasan Mukmin Mandiri dilihat dari pemetaan kegiatan yang telah dilakukan oleh para pelaku rantai pada tabel 2.

Tabel 3 menunjukkan pemetaan alur produksi kopi dimulai dari proses penyediaan bahan baku sampai dengan pemasaran produk. Pemetaan alur produk digunakan untuk mengetahui tahapan apa saja yang dilakukan hingga menghasilkan produk akhir.

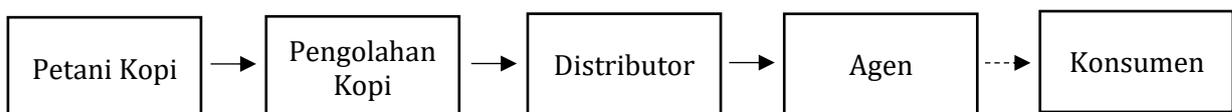
Tabel 4. Pemetaan Alur Informasi Rantai Nilai Kopi

Pelaku	Petani	Yayasan Mukmin Mandiri	Distributor & Agen	Konsumen
Jenis Alur Informasi	<ul style="list-style-type: none"> Jadwal Panen Jumlah Panen Jumlah Permintaan dari Mukmin Mandiri 	<ul style="list-style-type: none"> Pemesanan biji kopi yang dilakukan empat kali dalam sebulan Informasi harga biji kopi dari petani 	<ul style="list-style-type: none"> Permintaan dua minggu sekali sesuai kuantitas yang dipesan Pemesanan melalui telpon dengan system PO (Pre Order) Informasi mengenai harga produk 	<ul style="list-style-type: none"> Informasi produk kopi Informasi harga produk kopi Pemesanan dan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2021

Pemetaan alur informasi berhubungan dengan kapasitas produksi, status pengiriman dan jumlah pesanan yang harus dikirimkan. Pemetaan alur informasi mencakup ditunjukkannya alur informasi antara para pelaku di tiap proses rantai nilainya, sebagaimana ditunjukkan dalam tabel 4 dibawah ini. Aliran informasi produk terjadi pada semua anggota rantai nilai kopi. Aliran informasi meliputi informasi tentang harga, mutu, kuantitas dan isu – isu terbaru yang beredar di pasar.

Memetakan hubungan dan peran antar pelaku rantai nilai dapat dimulai dengan memetakan siapa saja pelaku dalam rantai dan jenis hubungan apa saja yang terjalin antar pelaku. Pemetaan hubungan dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini



Gambar 3. Pemetaan Hubungan dan Keterkaitan dalam Rantai Nilai

Keterangan:

- > = Hubungan yang terus terjalin
- > = Hubungan yang terbentuk langsung di pasar

Hubungan yang terus terjalin ini terjadi bila para pelaku memiliki hubungan dengan pihak yang sama secara berulang kali, seperti hubungan Mukmin Mandiri dengan petani kopi. Mukmin Mandiri melakukan pemesanan kepada petani yang telah bekerja sama secara terus menerus untuk mendapatkan biji kopi sebagai bahan baku utama produk. Hubungan antara Petani dan Mukmin Mandiri terjalin seiring dengan adanya rasa percaya yang lebih besar serta rasa saling ketergantungan.

Sedangkan hubungan yang terbentuk langsung di Pasar yaitu Para pelaku akan melakukan transaksi termasuk negosiasi harga, kuantitas produk dan informasi mengenai produk. Hal ini umum terjadi antara distributor, agen dan konsumen produk kopi. Mereka bertemu, membuat kesepakatan, dan kemudian menyetujui kesepakatan mereka. Hal ini bisa terjadi terus menerus dan juga bisa berakhir, karena konsumen tidak selalu membeli di distributor atau agen yang telah bekerja sama dengan Mukmin Mandiri. Hal tersebut terjadi karena banyaknya distributor atau agen kopi baru dan yang sudah terlebih dulu ada. Untuk mempertahankan hubungan baik yang terjalin antara konsumen dan distributor, maka distributor juga harus mempertahankan kepercayaan konsumennya.

Analisis Nilai Tambah

Tabel 4. Perhitungan Nilai Tambah Kopi

	Variabel	Nilai
I. Output, Input, dan Harga		
1.	Output (Kg) (1)	800
2.	Input (Kg) (2)	1000
3.	Tenaga Kerja (HOK) (3)	6
4.	Faktor Konversi (4) = (1)/(2)	0,8
5.	Koefisien Tenaga kerja (HOK/Kg) (5) = (3)/(2)	0,006
6.	Harga Output (Rp/Kg) (6)	41.500
7.	Upah Rata – rata Tenaga Kerja (HOK/ Kg)	
II Pendapatan dan Nilai Tambah		
8.	Harga Bahan Baku (Rp/Kg) (8)	20.000
9.	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg) (9)	641,6
10.	Nilai Output (Rp/Kg) (10) = (4) x (6)	33.200
11.	a.Nilai Tambah (Rp/Kg) (11a) = (10) – (9) – (8)	12.558,4
	b.Rasio Nilai Tambah (%) (11b) = (11a)/(10) x 100%	37,82%
12.	a. Imbalan Tenaga Kerja (Rp/Kg) (12a) = (5) x (7)	16,5
	b. Bagian Tenaga Kerja (%) (12b) = (12a)/(11a) x 100%	0,13
13.	a. Keuntungan (Rp/ Kg) (13a) = (11a) – (12a)	12.541,9
	b. Tingkat Keuntungan (%) (13b) = (13a) / (11a) x 100%	99%
III Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi		
14.	a. Margin Keuntungan (14) = (10) – (8)	21.500
	b. Pendapatan Tenaga Kerja (14b) = (12a)/(14) x 100%	0,076%

Sumber: Data diolah, 2021

Setelah melakukan pemetaan rantai nilai, langkah selanjutnya adalah menganalisis biaya yang dibutuhkan dalam memproduksi produk kopi. Biaya adalah uang yang dikeluarkan oleh pelaku dalam rantai nilai, sedangkan laba adalah keuntungan yang diperoleh dari seluruh pendapatan dikurangi total biaya produksi. Hal ini perlu dihitung untuk mengetahui pelaku manakah yang mengeluarkan biaya paling besar dan juga pelaku manakah yang mendapatkan laba terbesar dalam sepanjang rantai. Dalam rantai nilai ini, produk yang di hitung adalah produk dengan merk “Mahkota Raja” dan ada empat pelaku yang terlibat, diantaranya petani, Yayasan Mukmin Mandiri sebagai pengolah produk, distributor dan agen. Setiap pelaku menentukan harga jual yang berbeda – beda sesuai dengan aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan nilai jual produknya. Perhitungan biaya dan nilai tambah dapat dilihat dalam tabel 4.

Hasil perhitungan nilai tambah pada Tabel 4.8, diketahui bahwa hasil produksi/output untuk satu kali proses produksi adalah sebesar 800 kg dengan penggunaan bahan baku/input rata-rata sebesar 1000 kg. Bahan baku yang digunakan di sini adalah biji kopi yang diukur dalam satuan kg. Tenaga kerja yang dihitung pada penelitian ini adalah semua tenaga kerja yang berperan dalam proses produksi kopi bubuk yang berjumlah 5 orang.

Besaran nilai tambah merupakan hasil pengurangan nilai produk dikurangi dengan harga bahan baku dan biaya diluar bahan baku. Sedangkan imbalan tenaga kerja diperoleh dengan menganalisis nilai tambah lebih lanjut. Hasil analisis menunjukkan nilai tambah dari setiap kilogram bahan baku kopi bubuk adalah Rp12.558,4 per Kg atau 37,82% dalam satu kali proses produksi. Besarnya nilai tambah ini tergantung pada biaya pembelian bahan baku yaitu harga biji kopi sebesar Rp20.000 per Kg dan biaya diluar bahan baku sebesar Rp641,6. Biaya diluar bahan baku diperoleh dari pembagian antara jumlah faktor produksi yang digunakan secara bersama-sama dengan jumlah bahan baku yang digunakan untuk produk kopi bubuk. Biaya diluar bahan baku mencakup biaya penyusutan, pajak, listrik, dan pengemasan.

Besarnya rasio nilai tambah dari pengolahan produk kopi bubuk sebesar 37,82%. Rasio nilai tambah yaitu perbandingan antara nilai tambah dengan nilai output. Imbalan tenaga kerja/pendapatan tenaga kerja langsung merupakan salah satu indikator penentu keberhasilan suatu usaha. Imbalan tenaga kerja diperoleh dari kegiatan produksi di Yayasan Mukmin Mandiri yaitu sebesar Rp16,5 per kilogram bahan baku. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap nilai tambah yang dihasilkan dari satu kilogram bahan baku akan terdistribusi keimbalan tenaga kerja sebesar Rp16,5 atau 0,13 %.

Keuntungan yang diperoleh Yayasan Mukmin Mandiri yaitu sebesar Rp12.541,9 per Kg atau sebesar 99% dari nilai tambah produk, artinya setiap satu Kg yang diolah mampu memberikan keuntungan Rp12.541,9 per Kg dari nilai tambahnya.

Berdasarkan tabel hasil analisis nilai tambah diatas, dapat diketahui bahwa margin dari pengolahan produk kopi bubuk adalah sebesar Rp21.500 per Kg. Nilai ini diperoleh dari selisih harga atau nilai output per produk dengan nilai input bahan baku utama. Margin ini kemudian didistribusikan sebagai imbalan tenaga kerja, sumbangan input lain dan keuntungan pemilik. Margin sebagai imbalan tenaga kerja sebesar 0,076%, margin bagi sumbangan input lain sebesar 5,108% dan margin bagi keuntungan pemilik sebesar 58,33%. Adanya perhitungan nilai tambah tersebut, diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam penggunaan bahan baku pada Yayasan Mukmin Mandiri untuk meningkatkan penggunaan bahan baku yang dibutuhkan dalam satu kali proses produksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul Analisis Rantai Nilai Kopi pada Yayasan Mukmin Mandiri Sidoarjo dapat diambil kesimpulan bahwa:

Peta Rantai Nilai Kopi pada Yayasan Mukmin Mandiri terdapat empat pelaku rantai, yaitu petani sebagai pemasok bahan baku biji kopi, Yayasan Mukmin Mandiri sebagai pengolah produk, distributor dan agen sebagai yang menjual dan mendistribusikan produk agar sampai ke tangan konsumen.

Setiap pelaku rantai nilai memiliki peran dan hubungan masing – masing yang saling berkaitan dalam penambahan nilai pada produk kopi. Mukmin Mandiri bekerja sama secara terus menerus dengan petani kopi untuk mendapatkan biji kopi sebagai bahan baku utama produk. Lalu Yayasan Mukmin Mandiri juga bekerja sama dengan Distributor dan Agen untuk menjual produknya kepada konsumen. Hubungan yang terjalin ini terus menerus terjadi dan berkaitan agar rantai nilai yang terbentuk tidak putus.

Nilai tambah dan laba yang diperoleh dari setiap pelaku menggambarkan keterlibatannya terhadap proses rantai nilai tersebut, dimana nilai tambah yang diperoleh dari kegiatan produksi kopi bubuk di Yayasan Mukmin Mandiri sebesar Rp12.588,4 per satu kilogram bahan baku atau sekitar 37,82% dari nilai produk per unit bahan baku dan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan produksi kopi bubuk di Mukmin Mandiri sebesar Rp21.500 per kilogramnya atau sebesar 99%. Imbalan tenaga kerja yang diperoleh dari kegiatan produksi kopi bubuk di Yayasan Mukmin Mandiri sebesar Rp16,5 per satu kilogram bahan baku atau sekitar 0,076 % dari nilai tambah yang diterima

DAFTAR PUSTAKA

- Aqil, M., Natawidjaja, R.S. (2018). Analisis Rantai Nilai Industri Kecil Pengolahan Terong Menjadi Cheesestick Terong (Studi Kasus Industri Kecil Cheesestick Terong di Desa Genteng Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 5 (1): 999 - 1013.
- Australian Centre for International Agricultural Research (ACIAR). (2012). *Main Value Chain Work Better for The Poor, A Toolbook for Practitioners of Value Chain Analysis*. Canberra, Australia.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Jawa Timur dalam Angka 2016*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.
- Kaplinsky, Raphael. and Morris, Mike. (2001). *A handbook for value chain research*. Brighton, United Kingdom, Institute of Development Studies, University of Sussex
- Noviantari, K., Hasyim, A. I., Rosanti, N. (2015). Analisis Rantai Pasok dan Nilai Tambah Agroindustri Kopi Luwak di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 3 (1) : 10-17.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance: with a new introduction*. The Free Press. New York, USA
- Puspito, D.P, Kusnandar, Setyowati, N. (2016). Analisis Rantai Nilai Ubi Kayu (*Manihot esculenta crantz*) di Kabupaten Pati. *Journal of Sustainable Agriculture*, 31 (2) : 94- 101.
- Rueda, X., Lambin, E.F. (2013). Linking Globalization to Local Land Uses : How EcoConsumers and Gourmands are Changing the Colombian Coffee Landscapes. *World Development*, 41: 286-301.
- Winarno, S.T., Darsono. (2019). *Ekonomi Kopi Rakyat Robusta di Jawa Timur*. Penerbit Uwais Inspirasi Indonesia. Ponorogo.
- Witjaksono, J. (2017). Kajian Rantai Nilai dan Analisis Nilai Tambah Jagung (Studi Kasus di Kabupaten Konawe, Provinsi Sulawesi Tenggara). *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 22 (3) : 156-162.
- Yudoko, G. (2009). Pemodelan Perilaku Strategis Pengusaha Kecil dalam Membangun Keunggulan Kompetitif dengan Soft System Methodology (SSM) : Studi Kasus Pengusaha Rajut yang Berhasil di Binongdjati, Bandung. *Journal of Management and Bussiness Review*. 6 (2) : 121 – 132.
- Yulianda, A. (2014). Analisis Rantai Nilai dan Nilai Tambah Kakao Petani di Kecamatan Paya Bakong dan Geurudong Pase Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Agrisepe*, 15 (2) : 28-35.
- Zainura, U., Kusnadi, N. (2016). Perilaku Kewirausahaan Petani Kopi Arabika Gayo di Kabupaten Bener Meriah Provinsi Aceh. *Jurnal Penyuluhan*, 12 (2) : 126-143