
**STRATEGI PENINGKATAN *ADDED VALUE* KOPI ORIGIN TIMOR PADA RANTAI NILAI
KOMODITAS KOPI DI KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN**

Krisna Setiawan¹, John Tibo Kana Tiri²

¹Politeknik Pertanian Negeri Kupang
e-mail: krisnasetiawan077@gmail.com

ABSTRAK

Kopi Timor di Kabupaten TTS merupakan komoditas perdagangan subsektor perkebunan yang mempunyai peluang untuk dikembangkan dalam rangka usaha memperbesar pendapatan daerah dan meningkatkan penghasilan pengusaha dan petani. Tujuan penelitian ini adalah 1) Memetakan rantai nilai produk kopi origin Timor; 2) Menetapkan strategi dan kebijakan peningkatan pertambahan ekonomi di setiap rantai nilai produk kopi origin Timor NTT. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sehingga pemetaan rantai nilai dan strategi serta kebijakan peningkatan nilai tambah kopi origin Timor berdasarkan pada hasil survey. Strategi peningkatan added value pada rantai nilai produk olahan kopi origin Timor dapat ditempuh melalui alternatif pilihan tahapan proses olahan produk kopi Timor mulai dari produk red cherry, gabah, green bean, roasted bean, serta penjualan grind coffee. Selanjutnya, untuk meningkatkan daya saing bisnis pada produk olahan komoditas kopi dapat dilakukan dengan strategi kerjasama kolaboratif antara petani kopi origin timor dengan pelaku usaha khususnya gerai/kedai kopi yang ada di Kota Kupang untuk terus meningkatkan kualitas dan inovasi serta strategi pemasaran guna menjamin keberlangsungan serta keunggulan bisnis kopi Timor asal Kabupaten TTS. Penggunaan strategi kolaborasi kerjasama ini berguna untuk meningkatkan stabilitas usaha, nilai benefit, dan nilai ekonomi dari produk kopi origin Timor pada setiap rantai pasok. Strategi peningkatan nilai ekonomi kopi origin Timor ini perlu memenuhi persyaratan antara lain: luas lahan minimal yang harus dimiliki petani agar mencapai keuntungan optimal serta dukungan SDM, sarana dan prasarana dalam tahapan proses pascapanen kopi yang menjamin kualitas green bean yang dihasilkan sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Kata kunci: *Kopi Timor, Rantai nilai, Nilai tambah*

PENDAHULUAN

Kopi dunia yang terus tumbuh memberikan peluang bagi negara-negara berkembang penghasil kopi guna memperoleh benefit (Pranata dan Marianti, 2017). Indonesia sebagai produsen kopi terbesar keempat didunia berkontribusi 7% dari produksi dunia pada 2017/2018 menurut data *International Coffee Organization* (ICO) pada tahun 2019 (Rifin dan Naully, 2020). Kopi merupakan salah satu komoditi perdagangan subsektor perkebunan yang mempunyai peluang untuk dikembangkan dalam rangka usaha memperbesar pendapatan negara dan meningkatkan penghasilan pengusaha dan petani (Zainura dkk, 2016) . Selain itu 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. Nilai tambah produk yang tinggi tentunya akan berdampak pada daya saing komoditas tersebut. Daya saing pada suatu komoditas dapat digunakan untuk menentukan skala prioritas pengembangan komoditas bersangkutan, dimana komoditas yang memiliki daya saing sangat tinggi sangat diprioritaskan untuk dikembangkan (Setiawan, 2014).

Nusa Tenggara Timur (NTT) merupakan salah satu provinsi penghasil kopi di Indonesia. NTT memiliki dua jenis kopi yang sudah dikenal dan bahkan menjadi salah satu kopi terbaik di dunia yang berasal dari Pulau Flores, yaitu Kopi Manggarai dan Kopi Bajawa. Komoditas kopi NTT merupakan komoditas yang mempunyai potensi untuk bersaing di pasar Internasional. Hampir setiap daerah di Nusa Tenggara Timur ditemukan kualitas kopi yang luar biasa. Kopi yang dihasilkan sekitar 90% adalah jenis arabika sedangkan sisanya adalah jenis robusta.

Kopi tidak hanya dihasilkan di Manggarai dan Bajawa saja, namun kopi yang berasal dari daerah lainnya di Nusa Tenggara Timur juga memiliki rasa, aroma dan cita rasa yang unik. Salah satunya kopi Timor berjenis arabika ini ternyata memiliki citarasa manis yang alami dan lembut meskipun diminum tanpa gula. Namun kopi ini belum banyak diproduksi dan diusahakan oleh pelaku bisnis.

Oleh karena itu diperlukan rantai nilai kopi guna meningkatkan produksi kopi origin Timor sehingga dapat diketahui bagaimana proses pengolahan kopi yang maksimal sehingga menjadi produk yang bernilai dan layak untuk dipasarkan. Konsumen yang semakin pintar memacu para pelaku rantai kopi untuk selalu melakukan perbaikan-perbaikan dalam segi mutu, harga, bahan baku dan sistem produksi serta kesadaran konsumen terhadap keamanan pangan juga menjadi persoalan bagi pelaku rantai nilai untuk memastikan produknya tersebut memiliki nilai dimata konsumen. Hal inilah yang membuat pelaku rantai pasok kopi untuk kian gencar meningkatkan efisiensi produksi. Dalam persaingan yang ketat, setiap pelaku usaha harus memiliki strategi-strategi untuk merebut pangsa pasar. Untuk menjawab permasalahan tersebut diperlukan penelitian rantai nilai yang dapat menciptakan nilai jual lebih dari harga awal produk tersebut (Atiqah dkk, 2021).

Tujuan penelitian ini adalah 1) Memetakan rantai nilai produk kopi origin Timor; 2) Menetapkan strategi dan kebijakan peningkatan pertumbuhan ekonomi di setiap rantai nilai produk kopi origin Timor NTT.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di lingkup wilayah petani kopi origin daratan Timor, Kabupaten Timor Tengah Selatan. Penelitian ini berfokus pada rantai nilai kopi origin daratan Timor. Metode pengambilan sampel responden dilakukan secara *purposive sampling* kepada petani kopi, pengumpul, dan pengolah/pelaku usaha.

Pendekatan dengan metode deskriptif dipilih dalam penelitian ini untuk menjelaskan data-data yang terkumpul berdasarkan hasil penelusuran dan juga berasal dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya serta kesesuaian relevansinya dalam mendukung pencapaian tujuan penelitian yang diinginkan. Data primer dan sekunder yang diperoleh melalui kegiatan *focus group discussion* bersama petani, pengumpul, dan pengolah/pelaku usaha serta literatur dari instansi/lembaga di wilayah Kabupaten Timor Tengah Selatan dan Kota Kupang yang relevan digunakan sebagai penunjang pelaksanaan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

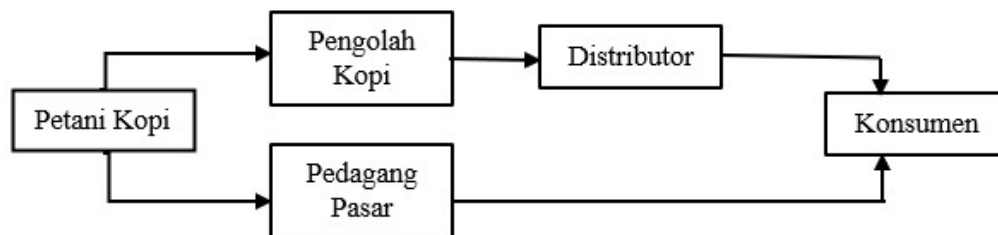
Rantai nilai yang dimaksud pada penelitian ini berupa rangkaian kegiatan dalam menghasilkan suatu produk/jasa mulai dari tahapan konseptual, kemudian tahapan produksi, sampai pada tahapan pengiriman produk ke konsumen akhir (ACIAR, 2012). Ketika seluruh pelaku yang terlibat dalam

rantai nilai saling bekerja secara optimal maka nilai yang terbentuk sepanjang rantai nilai akan maksimal.

Rantai nilai kopi Timor yang terbentuk di Kabupaten TTS cukup sederhana, dimana dalam proses pendistribusian kopi dari petani kopi hingga sampai ke tangan konsumen tidak banyak yang terlibat.

Pelaku yang terlibat yaitu petani kopi yang berada di desa Ajaobaki dan Desa Fatumnasi, pengolah produk kopi, distributor, dan pasar. Pelaku pelaku yang terlibat ini memiliki perannya masing – masing dalam rantai nilai. Adapun pelaku rantai nilai kopi yaitu petani kopi, pengolah kopi Suka Maju, Pedagang di pasar, dan Distributor.

Pola aliran Rantai Nilai Produk Kopi Timor diwilayah Desa Ajaobaki dan Desa Fatumnasi secara sistematis sebagai berikut:



Gambar 1. Pola Aliran Rantai Kopi Timor

Petani kopi bertindak sebagai penyedia bahan baku, pedagang pasar sebagai pelaku penjualan kopi dalam bentuk *green bean*/biji kopi, pengolah kopi Suka Maju yang mengolah dan menjual kopi, serta distributor yang memasarkan produk kopi hasil olahan Suka Maju kepada konsumen.

Hubungan yang terjalin antar pelaku rantai nilai kopi origin Timor adalah:

a. Hubungan yang terjalin secara kontinyu

Para pelaku rantai nilai menjalin hubungan usaha dengan pihak yang sama secara berulang kali, seperti hubungan antara Suka Maju dengan petani kopi. Pengolah kopi Suka Maju melakukan pemesanan kepada petani kopi yang telah bekerja sama secara kontinyu untuk memperoleh biji kopi sebagai bahan baku utama produk. Hubungan ini terjalin dengan baik karena kedua pihak memiliki kepercayaan yang sama dan saling membutuhkan, dimana hasil panen kopi petani dapat terjual habis sedangkan pengolah kopi memperoleh bahan baku sesuai yang diinginkan.

b. Hubungan yang terbentuk langsung di pasar.

Para pelaku melakukan negosiasi harga dan transaksi langsung di pasar (*on the spot*) sesuai kuantitas produk dan informasi terkait produk yang ditawarkan. Hubungan baik ini dapat terjadi seterusnya ataupun berakhir, tergantung pada kesepakatan dan juga kepuasan dari konsumen.

Berdasarkan gambaran kondisi aktivitas usaha pada setiap pelaku rantai nilai kopi, terdapat beberapa permasalahan yang ditemui dilapangan, antara lain:

1. Sumberdaya petani tergolong rendah, dimana tingkat pendidikan petani rata-rata Sekolah Dasar (SD). Hal ini menyebabkan kemampuan adopsi teknologi maupun pengetahuan baru juga rendah,

ditambah dengan usia petani rata-rata di atas 50 tahun. Selain itu, faktor kemiskinan berakibat petani tidak cukup memiliki keberanian untuk menerima risiko berupa pengaplikasian teknologi baru atau pengetahuan baru yang diperoleh. Sistem budidaya kopi di Desa Ajaobaki dan Desa Fatumnasi cenderung masih subsistem, sehingga inovasi dan semangat kewirausahaan petani kopi masih rendah.

2. Petani masih menggunakan cara tradisional untuk merawat dan mengolah kopi. Pengolahan pasca panen yang selama ini dilakukan juga masih tradisional. Petani belum melakukan petik merah sebagai standar dalam panen kopi. Cara panen yang biasa dilakukan adalah memetik semua buah kopi dengan cara racutan/panen serentak, biji kopi yang sudah merah maupun masih hijau akan dipetik semua dalam sekali proses pemetikan. Padahal, dalam satu tangkai tidak semua buah kopi telah matang penuh. Ada yang masih hijau kekuningan, kuning kemerahan, bahkan masih ada yang berwarna hijau seperti daunnya. Petani kopi juga tidak melakukan sortir kopi berdasar kualitas.

Strategi peningkatan added value pada rantai nilai produk kopi origim Timor dapat ditempuh melalui alternatif pilihan tahapan proses olahan produk kopi Timor mulai dari produk red cherry, gabah, green bean, roasted bean, serta penjualan grind coffee. Oleh karena itu strategi peningkatan nilai tambah komoditas kopi, dapat dicapai dengan cara menerapkan:

1. Strategi Kerjasama Kolaboratif antara Petani dengan Pelaku Usaha.

Strategi kolaboratif yang digunakan adalah untuk mencapai keunggulan kompetitif seluruh komponen yang terlibat pada rantai pasok komoditas kopi dengan tujuan, antara lain: 1) menciptakan pasar, 2) memperluas distribusi produk, 3) memperkenalkan teknologi baru dan pemusatan teknologi, 4) penguatan pengetahuan yang saling melengkapi pada semua elemen yang terlibat, 5) diversifikasi peluang usaha/ produk baru, 6) pembiayaan bersama/ sharing, 7) menghindari resiko usaha, 8) peningkatan keunggulan bersaing bisnis, 9) menghindari persaingan tidak dalam kegiatan bisnis, 10) memenuhi keinginan pasar sesuai dengan kebutuhan pada masing-masing rantai nilai (Todeva & David, 2005).

Melalui strategi ini, diharapkan pemanfaatan nilai pada setiap rantai nilai produksi komoditas kopi diharapkan mampu meningkatkan nilai jual semua jenis produk yang dihasilkan pada masing-masing rantai nilai, memastikan distribusi serta jaringan pasar produk olahan komoditas kopi, serta meningkatkan pendapatan semua nilai ekonomi pada setiap pelaku usaha sesuai dengan jenis produk yang dihasilkannya (Ikhwana, 2017).

2. Strategi peningkatan kompetensi dan pengetahuan petani dengan memberikan pelatihan bertani kopi secara berkelanjutan, yang dimulai dari persiapan lahan, merawat tanaman, pemanenan, hingga pengolahan pasca panen. Untuk pasca panen, petani dapat berlatih melakukan sortasi biji kopi, sampai teknik penjemuran. Kopi yang dipanen dijemur di solar dryer dome yang bisa mempercepat penjemuran. Kalau jemur secara tradisional perlu waktu selama enam hari, dengan metode penjemuran dome cukup tiga hari. Selain itu kegiatan mengolah biji kopi sampai siap

- dalam kemasan bubuk dan mendirikan kedai kopi untuk meningkatkan penghasilan kelompok tani.
3. Strategi peningkatan kompetensi petani berupa pelatihan pemanfaatan limbah yang terbuang dari kulit ceri dan hasil olahan kopi seperti ampas kopi.
 4. Strategi pembinaan kepada seluruh komponen pelaku usaha produk olahan komoditas kopi guna meningkatkan standar produk olahan komoditas kopi agar sesuai dengan kebutuhan pasar global serta tercipta usaha yang sehat dan bersinergi antara para pelaku usaha kopi.

KESIMPULAN

Daya saing bisnis pada komoditas kopi origin Timor dapat dilakukan dengan menerapkan strategi kerjasama kolaboratif antara petani kopi dengan pelaku usaha khususnya gerai/kedai kopi yang ada di Kota Kupang untuk terus meningkatkan kualitas dan inovasi serta strategi pemasaran guna menjamin keberlangsungan serta keunggulan bisnis kopi Timor asal Kabupaten TTS. Penggunaan strategi kolaborasi kerjasama ini berguna untuk meningkatkan stabilitas usaha, nilai benefit, dan nilai ekonomi dari produk kopi origin Timor pada setiap rantai pasok. Strategi peningkatan nilai ekonomi kopi origin Timor ini perlu memenuhi persyaratan antara lain: luas lahan minimal yang harus dimiliki petani agar mencapai keuntungan optimal serta dukungan SDM, sarana dan prasarana dalam tahapan proses pascapanen kopi yang menjamin kualitas *green bean* yang dihasilkan sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Atiqah, Winarno ST, Mubarakah. 2021. Analisis Rantai Nilai Kopi Pada Yayasan Mukmin Mandiri Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Agribisnis*; 9(1):13–24.
- ACIAR. 2012. Membuat Rantai Nilai Lebih Berpihak pada Kaum Miskin. Buku Pegangan bagi Praktisi Analisis Rantai Nilai.
- Ikhwana A. 2017. Analisis dan Strategi Penambahan Nilai Jual Komoditas Kopi melalui Penataan Rantai Nilai Komoditas Kopi. *Jurnal Kalibrasi. Sekolah Tinggi Teknologi Garut*. 15(1):1–8.
- Pranata R dan Marianti MM. 2017. Analisis Rantai Nilai Kopi Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Pada Petani Di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*.;13(1):341843.
- Rifin A, dan Naully D. 2020. *The Impact of Involvement in the Global Value Chain on Coffee Farmers in Indonesia: Case study of Margamulya Coffee Producer Cooperative and Mitra Malabar Cooperative*, Bandung, Indonesia; (1143):1–21.
- Setiawan K, Hartono S, Suryantini A. 2014. Analisis Daya Saing Komoditas Kelapa Di Kabupaten Kupang. *Agritech*; 34(1):88–93.
- Todeva, E., & David, K. 2005. *Strategic Alliances & Models Of Collaboration Management Decision*, Vol. 43:1, pp. 1-22.
- Zainura U, Kusnadi N, Burhanuddin B. 2016. Perilaku Kewirausahaan Petani Kopi Arabika Gayo di Kabupaten Bener Meriah Provinsi Aceh. *Jurnal Penyuluhan*;12(2):126.