

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan yang berperan penting dalam perekonomian di Indonesia, menurut laporan dan data statistik dari *International Coffee Organization* (ICO) pada tahun 2024 Indonesia menduduki peringkat kelima penghasil kopi terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam, Kolombia, dan India dengan jumlah produksi sekitar 600.000 ton. Kopi Indonesia banyak diminati oleh pasar lokal maupun global karena memiliki keunikan cita rasanya yang menggambarkan karakteristik geografis dan tradisi lokal.

Jumlah konsumsi terhadap kopi cukup tinggi. Dilansir dari *Indonesia's Coffee Consumption* di tahun 2023, 79% masyarakat Indonesia adalah peminum kopi dan sebagian besar dari mereka meminum kopi setiap hari. Diartikan bahwa potensi pasar untuk produk kopi Indonesia saat ini sangat besar. Hal ini disebabkan oleh perubahan tren konsumen, salah satu tren yang paling signifikan adalah peningkatan minat pada kopi spesialiti (*speciality coffee*) karena memiliki kualitas yang lebih tinggi dan cita rasanya yang lebih kompleks. Fokus konsumen kini tidak hanya pada rasa, tetapi kualitas, cara penyeduhan, maupun asal biji kopi tersebut juga turut menjadi perhatian mereka.

Tren perubahan konsumen menjadi peluang perkembangan pertanian kopi di Indonesia. Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2023) menyebutkan bahwa lebih dari 1 juta petani menjadikan tanaman kopi sebagai sumber

pendapatan utama mereka dan mengandalkan hasil penjualan kopi sebagai sumber utama pendapatan keluarga. Kopi tidak hanya berperan sebagai penopang kehidupan sehari-hari, tetapi juga mendukung perekonomian di daerah penghasil kopi. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya industri kopi dalam mendorong perkembangan ekonomi di daerah. Koperasi produsen kopi menjadi salah satu badan usaha yang cocok untuk didirikan di daerah penghasil kopi untuk mendorong keberlanjutan.

Koperasi sebagai badan usaha yang menjadi wadah untuk berjalannya sistem perekonomian Indonesia dan menjalankan usahanya diberbagai bidang agar dapat menunjang dalam berjalannya sistem perekonomian. Koperasi di Indonesia memiliki peranan yang sangat penting. Sesuai dengan pernyataan dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang berbunyi:

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan”

Berdasarkan kutipan di atas, koperasi bukan hanya sekedar badan usaha biasa tetapi gerakan ekonomi rakyat. Peran koperasi adalah memberdayakan masyarakat terutama kelompok ekonomi kecil yang kesejahteraannya perlu untuk ditingkatkan. Koperasi juga menjalankan usahanya berdasarkan atas asas kekeluargaan tidak hanya mengejar keuntungan pribadi tetapi bertujuan untuk kesejahteraan bersama. Maka dari itu akan terciptanya keadilan ekonomi dan menghindari kesenjangan sosial.

Sebagai pilar utama yang menjadi wadah untuk berjalannya roda perekonomian masyarakat, koperasi harus terus dibina dan dikembangkan agar tumbuh menjadi lembaga ekonomi yang kuat. Karena banyak dari mereka pelaku ekonomi seperti petani, peternak, nelayan, dan pelaku UMKM yang mengandalkan koperasi sebagai akses utama terhadap modal, pemasaran dan teknologi.

Koperasi berperan besar sebagai wadah bagi petani kopi untuk mengelola hasil produksi, meningkatkan nilai tambah, dan memasarkan produk secara kolektif. Koperasi juga membantu petani dalam mengatasi berbagai macam tantangan antara lain fluktuasi harga, akses terhadap modal, dan tantangan atau kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Menurut pernyataan yang dipublikasikan dalam Warta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (Hartatri, 2018):

"Permasalahan dalam pemasaran kopi di Indonesia adalah belum efisiennya rantai pemasaran di sentra-sentra produksi kopi. Salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah pembentukan kelembagaan pemasaran, misalnya koperasi."

Melalui koperasi, petani kopi sangat terbantu dengan adanya pendampingan mulai dari budidaya hingga pasca panen sehingga petani dapat menghasilkan biji kopi berkualitas yang laku di pasaran dan memiliki daya saing. Koperasi juga membantu petani dengan memberikan akses terhadap pelatihan, sertifikasi dan inovasi produk untuk memberikan nilai tambah. Hal ini dapat memperkuat daya tawar mereka dan menaikkan harga jual kopi baik di pasar domestik maupun internasional.

Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, dikenal sebagai salah satu pusat produksi kopi Java Preanger yang memiliki potensi besar. Hal ini disebabkan oleh keberadaan perkebunan kopi serta berkembangnya industri pengolahan kopi di daerah tersebut, dengan demikian banyak masyarakat yang berprofesi sebagai petani kopi. Petani kopi di Pangalengan memiliki beberapa alternatif untuk mendistribusikan hasil produksinya, sebagian besar petani menjual hasil produksinya ke koperasi dan juga tengkulak yang tentunya dari kedua penyalur tersebut terdapat kelebihan dan kekurangan baik dari segi harga, kemudahan penyaluran, dan lain sebagainya.

Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan (KPKMP) terletak di Jalan Raya Bandung-Pangalengan km 36,5 Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Koperasi ini sudah berdiri selama 11 tahun dan sudah berbadan hukum dengan Nomor: 11/BH/518-KOP/IV/2014. Koperasi yang menjadi salah satu wadah agribisnis kopi di Pangalengan ini pada tahun 2024 memiliki 230 orang anggota yang merupakan para produsen kopi. Koperasi produsen berfungsi sebagai lembaga yang melayani kebutuhan anggotanya dalam menghasilkan produk dari hulu sampai hilir. KPKMP melayani anggotanya mulai dari pendampingan proses tanam, penyediaan peralatan dan mesin untuk proses pengolahan dan pemasaran produk.

Anggota KPKMP telah menerima manfaat dari koperasi, namun terkadang ada beberapa anggota yang merasa manfaat ekonomi yang mereka terima belum maksimal. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan ketua KPKMP menyebutkan bahwa dari total keseluruhan anggota yaitu 230 orang,

hanya 90 orang yang aktif menyalurkan hasil produksinya ke koperasi, sebagian lagi menjual hasil produksinya kepada perantara atau tengkulak. Hal ini akan berdampak pada besaran keuntungan yang akan mereka terima, juga akan berpengaruh pada menurunnya volume produk yang dikelola oleh koperasi yang bisa menghambat dalam pemenuhan permintaan pasar dan akan berpengaruh pada keberlanjutan koperasi. Mengingat KPKMP telah memberikan banyak manfaat kepada anggotanya mulai dari pendampingan selama proses penanaman hingga penjualan hasil produksi menuju pasar yang lebih luas. Di bawah ini ada perkembangan jumlah pembelian hasil produksi kopi dari anggota kepada koperasi, yaitu:

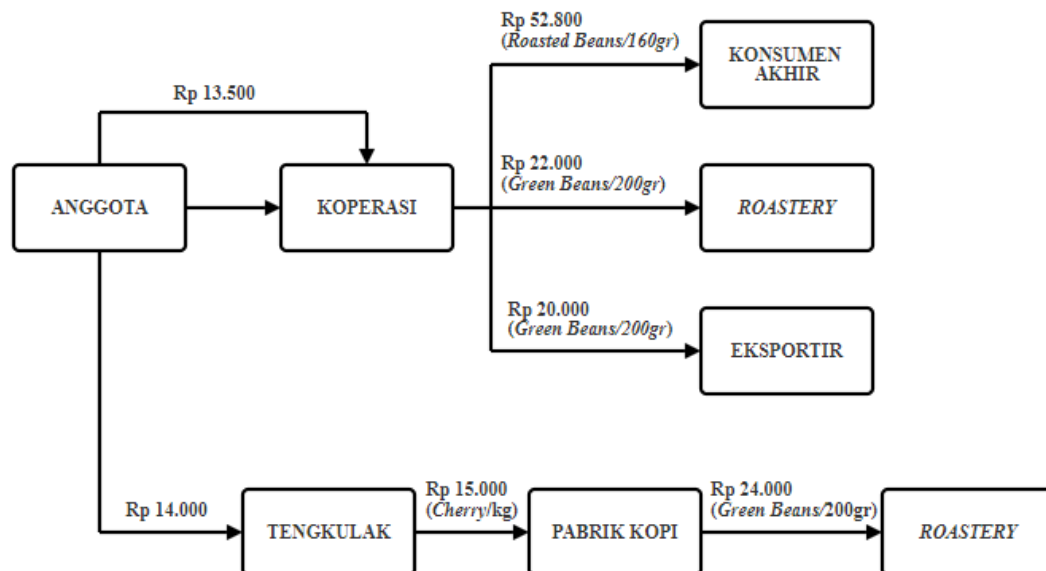
Tabel 1. 1 Jumlah Pembelian Kopi Dari Anggota 2021-2024

Tahun	Pembelian Dari Anggota (Ton)	Jumlah Anggota Aktif (Orang)	Jumlah Anggota Keseluruhan (Orang)
2021	310	130	185
2022	314	130	185
2023	320	110	223
2024	270	90	230

Sumber: Laporan RAT Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan Tahun Buku 2021-2024

Berdasarkan hasil pra-survey yang telah dilakukan, alasan anggota menjual hasil produksinya ke perantara atau tengkulak karena tengkulak tersebut membeli hasil produksi anggota dengan cara mendatangi lokasi panen, menjemputnya dan membayarkan uang tunai secara langsung. Sedangkan harga yang ditawarkan oleh tengkulak lebih rendah dari harga yang ditawarkan oleh

koperasi. Berikut ini gambar mengenai saluran distribusi yang digunakan oleh anggota KPKMP, yaitu sebagai berikut:



KETERANGAN RENDEMEN
 1kg Cherry = 20% Green Beans
 1kg Green Beans = 80% Roasted Beans

Gambar 1. 1 Saluran Distribusi Anggota Koperasi

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Pengurus

Berdasarkan gambar di atas koperasi menetapkan harga per satu kilogram kopi dalam bentuk ceri sebesar Rp 13.500. Harga tersebut merupakan harga yang diterima oleh anggota dikurangi biaya pengiriman sebesar Rp 125 per kilogram. Lalu koperasi menjual kopi ke konsumen akhir dalam bentuk kopi olahan yaitu *roasted beans* dengan harga Rp 52.800 per 160 gram atau setara dengan satu kilogram ceri, serta menjual ke *roastery* dalam bentuk *green beans* dengan harga Rp 22.000 per 200 gram, dan menjual ke eksportir juga dalam bentuk *green beans* dengan harga Rp 20.000 per 200 gram. Selain itu ada manfaat yang anggota terima antara lain pemberian bibit kopi secara gratis, pendampingan, penyediaan

alat pertanian dan bantuan penyaluran produk dalam jumlah besar menuju ke pasar yang lebih luas. Adapun tengkulak menetapkan harga ceri kopi yang lebih tinggi dari koperasi yaitu sebesar Rp 14.000 per kilogram sedangkan anggota tidak mendapatkan manfaat seperti halnya yang diberikan oleh koperasi namun tengkulak dapat menjemput hasil panen secara langsung ke lokasi sesuai dengan akad jual beli yang disepakati dan pembayaran tunai dimuka.

Untuk mengetahui saluran distribusi mana yang paling maksimal dalam meningkatkan manfaat ekonomi anggota serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi, maka perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam agar dapat menghasilkan informasi yang jelas mengenai saluran distribusi mana yang sebaiknya digunakan oleh anggota untuk meningkatkan manfaat ekonomi langsung dan tidak langsung yang mereka terima.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang di atas maka dapat ditentukan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk saluran distribusi yang digunakan oleh anggota Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan dalam menyalurkan hasil produksinya.
2. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi anggota Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan dalam memilih saluran distribusi kopi.

3. Apa saja manfaat ekonomi yang diberikan Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan kepada anggotanya dalam mendukung kebutuhan mereka sebagai produsen.
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan oleh Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan agar dapat meningkatkan manfaat ekonomi anggota.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki maksud dan tujuan yang akan diuraikan pada subbab-subbab berikut ini:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk dapat mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi anggota dalam memilih saluran distribusi serta saluran mana yang paling banyak memberikan manfaat berupa keuntungan bagi anggota Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan adalah untuk mengetahui yang dinyatakan dalam identifikasi masalah, yaitu untuk mengetahui:

1. Bentuk saluran distribusi yang digunakan oleh anggota Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan dalam menyalurkan hasil produksinya.

2. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan oleh anggota Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan dalam memilih saluran distribusi produk.
3. Manfaat ekonomi yang diberikan Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan kepada anggotanya dalam mendukung kebutuhan mereka sebagai produsen.
4. Upaya yang harus dilakukan oleh Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan agar dapat meningkatkan manfaat ekonomi bagi anggota.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen bisnis, khususnya dalam kajian mengenai saluran distribusi. Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi anggota dalam memilih saluran distribusi sehingga dapat memberikan manfaat ekonomi yang maksimal bagi anggota koperasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Koperasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan dalam merancang strategi saluran distribusi yang lebih efektif dan optimal untuk meningkatkan manfaat ekonomi anggota dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi anggota dalam memilih saluran distribusi.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan awal untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Peneliti lain dapat memperluas ruang lingkup kajian, baik dari segi metode, variabel, maupun objek penelitian, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku anggota dalam memilih saluran distribusi.