

**ABSTRAK DAN RINGKASAN EKSEKUTIF  
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**



**MODEL PENINGKATAN KINERJA USAHA KOPI OLAHAN BERBASIS KELOMPOK  
DAN KEMITRAAN  
DI KABUPATEN JEMBER**

Ketua Peneliti : Prof. Dr.Isti Fadah,Msi      NIDN : 0020106611  
Anggota Peneliti : Dr. Handriyono,Msi      NIDN : 0002086214  
Alfi Arif, SE,Ak,M.ak      NIDN : 0004107208

UNIVERSITAS JEMBER  
DESEMBER 2014

**MODEL PENINGKATAN KINERJA USAHA KOPI OLAHAN BERBASIS KELOMPOK  
DAN KEMITRAAN  
DI KABUPATEN JEMBER**

Peneliti : Isti Fadah<sup>1</sup>, Handriyono<sup>2</sup> dan Alfi Arif<sup>3</sup>  
Mahasiswa yang Terlibat : -  
Sumber Dana : BOPTN

<sup>1-2</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

<sup>3</sup>Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember

**Abstrak**

Komoditi kopi merupakan salah satu komoditi dunia yang menunjukkan banyak geliat. Kenaikan permintaan, produksi, dan konsumsi menunjukkan bahwa komoditi ini tak lagi sebagai bahan sekunder, namun telah menjadi sebuah bahan kebutuhan wajib bagi sebagian masyarakat. Tujuan Penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis alternatif strategi pemasaran kopi olahan skala kecil di kabupaten Jember berbasis analisis SWOT . menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha kopi olahan skala besar di kabupaten Jember berbasis analisis SWOT serta men disain strategi pemasaran kopi olahan berbasis kelompok dan kemitraan di kabupaten Jember. Jenis Penelitian merupakan penelitian deskriptif. Data primer dikumpulkan dengan wawancara mendalam, Hasil penelitian menunjukkan Kerjasama dalam bentuk *co-branding* secara tidak langsung akan mengenalkan kopi rakyat Desa Sidomulyo kepada masyarakat yang lebih luas. Sehingga masyarakat akan mengetahui jika terdapat kopi dengan cita rasa tersendiri di Desa Sidomulyo Jember. Model berbasis kelompok dengan membentuk koperasi dan model kemitraan kopi rakyat dengan Puslit Koka, PTPN XII, BI, Eksportir yang simultan dan terpadu terbukti mampu meningkatkan kinerja usaha kopi rakyat di Desa Sidomulyo.

Kata Kunci : Model, Kinerja Usaha, Kopi Rakyat Sidomulyo, Berbasis Kelompok Dan Kemitraan

**MODEL PENINGKATAN KINERJA USAHA KOPI OLAHAN BERBASIS KELOMPOK  
DAN KEMITRAAN  
DI KABUPATEN JEMBER**

Peneliti : Isti Fadah<sup>1</sup>, Handriyono<sup>2</sup> dan Alfi Arif<sup>3</sup>  
Mahasiswa yang Terlibat : -  
Sumber Dana : BOPTN  
Kontak Email : [istitatuk@yahoo.co.id](mailto:istitatuk@yahoo.co.id)  
Diseminasi : International Conference in Organizational Innovation  
Manila Phliphine at The La Sale University 12-14  
Agustus 2014

<sup>1-2</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

<sup>3</sup>Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember

### **Ringkasan Eksekutif**

Komoditi kopi merupakan salah satu komoditi dunia yang menunjukkan banyak geliat. Kenaikan permintaan, produksi, dan konsumsi menunjukkan bahwa komoditi ini tak lagi sebagai bahan sekunder, namun telah menjadi sebuah bahan kebutuhan wajib bagi sebagian masyarakat. Petani kopi dari Desa Sidomulyo yang menamai diri mereka kopi rakyat ini masih jauh tertinggal dibelakang untuk nilai pencapaian hasil dari kopi-kopi mereka. Banyak alasan untuk itu, seperti kekurangan kemampuan sumber daya manusia, mesin yang belum memadai, dan juga jalur distribusi pemasaran yang masih belum ada. Meskipun keadaan berangsur-angsur membaik dan hasil kopi yang dihasilkan pun berjalan searah, sistem pengenalan kopi olahan dari daerah ini masih memerlukan tindakan lebih. Begitu juga dengan hasil produksi kopi olahan berupa *instant coffee* dan *roasted coffe* yang saat ini juga sedang dirintis oleh PTPN XII.

Tujuan Penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis altaernatif strategi pemasaran kopi olahan skala kecil di kabupaten Jember berbasis analisis SWOT . menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha kopi olahan skala besar di kabupaten Jember berbasis analisis SWOT serta men disain strategi pemasaran kopi olahan berbasis kemompok dan kemitraan di kabupaten Jember. Jenis Penelitian merupakan penelitian deskriptif. Data primer dikumpulkan dengan wawancara mendalam.

Desain strategi pengelolaan kopi berbasis kelompok dan kemitraan ini secara garis besar terdiri dari 5 posisi hubungan penting didalamnya, diantaranya adalah :

#### **1. Individu ke Kelompok**

Perkebunan kopi di Desa Sidomulyo tidak dimiliki oleh kelompok usaha, namun oleh individu-individu yang mengolah sendiri lahan mereka. Pengelolaan kopi oleh individu memiliki banyak kelemahan dan tidak efektif untuk menjadi basis kerjasama, karena selain skala terlalu kecil, sistem manajemen pun akan terlalu sulit untuk diterapkan. Hal tersebut

yang mendasari pihak individu harus membuat kelompok usaha, seperti koperasi ataupun paguyuban lainnya, sehingga akan memudahkan jalan kemitraan dengan perusahaan besar.

## 2. Kelompok ke Perusahaan

Salah satu permasalahan utama dalam kinerja usaha kopi di Desa Sidomulyo adalah tidak berlangsungnya kegiatan pemasaran secara maksimal pada produk mereka. Daerah yang tidak cukup dikenal menjadi keterbatasan dari pemasaran yang ada. Meskipun kopi dari Sidomulyo cukup terkenal untuk kalangan pemerhati kopi, namun dikalangan masyarakat sendiri kopi ini masih kalah bersaing dengan milik perusahaan perkebunan seperti PTPN XII maupun perusahaan swasta lainnya. Maka dari itu, perlu kerjasama dengan menggandeng kelompok usaha yang lebih besar dan memiliki nama untuk menjadi pembuka jalur pemasaran.

Kerjasama yang terjalin antara kelompok di Desa Sidomulyo selama ini hanya sebatas menjual *green bean* kepada perusahaan yang sedang kekurangan produksi sehingga tidak terdapat kerjasama yang memiliki rencana jangka panjang maupun jangka pendek. *Co-branding* merupakan salah satu bentuk kerjasama yang bisa dilakukan oleh kedua belah pihak sehingga akan lahir produk baru atas nama perusahaan perkebunan dan Desa Sidomulyo.

Terdapat tiga jenis kopi yang saat ini dapat diproduksi oleh kedua belah pihak, yaitu *green bean*, kopi instan dan *roasted*. *Green bean* merupakan produk yang memiliki kapasitas penjualan paling tinggi. Berbeda dengan kopi olahan berupa *roasted* dan kopi instan yang tidak dapat bersaing ketat dengan kopi instan lainnya, *green bean* telah mendapatkan konsumen tetap di beberapa Negara luar negeri.

Sebagai tahap awal kerjasama, pengenalan produk kopi dari Desa Sidomulyo merupakan hal utama yang perlu dilakukan. Produk utama berupa *green bean* merupakan produk pembuka keluar sebelum pengenalan kopi olahan berupa kopi instan dan *roasted*. Mengutamakan produk *green bean* didasari karena pengembangan pengolahan dengan bahan tersebut akan lebih mudah daripada kopi yang telah diolah dan siap saji. Pengolahan ini yang nantinya akan menimbulkan ciri khas tersendiri dengan kopi asli hasil olahan Desa Sidomulyo dan juga kopi asli dari olahan PTPN XII.

Setelah berhasil membawa nama Desa Sidomulyo, pengembangan usaha *co-branding* ini berlanjut ke kopi olahan jenis lain. Sarana awal ini adalah memanfaatkan fasilitas yang telah dimiliki oleh usaha kelompok dan perusahaan, seperti outlet café dan koperasi.

## 3. Kelompok ke Pembeli

Desa Sidomulyo yang terkenal dengan kenikmatan kopinya harus memiliki konsen dan ciri khas tersendiri terhadap kopi olahannya. Meskipun pada tahap awal kopi yang menjadi sasaran konsumen masih jauh dari harapan, namun perlahan dengan promosi yang secara tidak langsung melekat pada kerjasama *co-branding* akan mulai membuka pintu pemasaran sendiri pada kopi olahan sendiri.

Masih belum terkenalnya Desa Sidomulyo sebagai tempat wisata kopi memang harus didobrak lagi. Kerjasama dengan pihak pariwisata Jember dan ikut aktif mempromosikan kopi melewati media yang tersedia seperti *jejaring social*, *website* desa, ataupun kompetisi kopi seperti yang telah dilakukan sebelumnya.

## 4. Perusahaan ke Pembeli

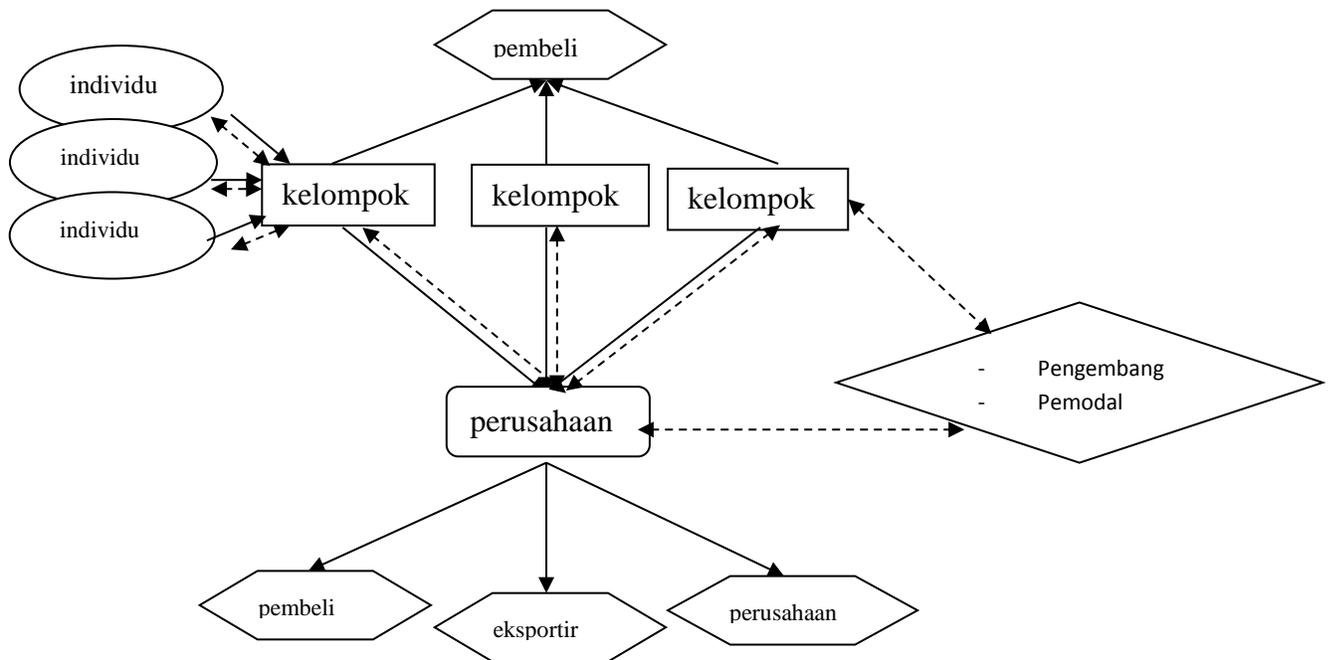
Konsumen yang akan dihadapi perusahaan lebih terfokus pada skala besar. Ekspor kopi serta menjadi pemasok kopi untuk perusahaan besar yang telah memiliki *brand* menjadi salah satu hal yang akan mendatangkan peluang besar. Meskipun tidak menutup kemungkinan perusahaan perkebunan membuka outlet sendiri untuk memasarkan kopi siap saji mereka yang telah memiliki nilai tambah.

Dengan adanya kerjasama antara perusahaan dengan kelompok usaha Desa Sidomulyo, perusahaan lebih banyak memiliki varietas kopi dengan tingkatan kualitas maupun ciri berbeda. Sehingga nantinya akan memperluas pangsa pasar yang berbeda-beda.

5. *Stakeholder dan Researcher* dengan Kelompok dan Perusahaan

Hubungan ini menjadi semacam kegiatan koordinasi antara pihak pengembang dan pemodal. Pihak pengembang yang bisa dari pusat penelitian, instansi pendidikan, maupun pihak lainnya yang membantu perkembangan kegiatan usaha menjadi sebuah jembatan untuk menuju perbaikan yang lebih baik. Ancaman kecurangan atas kerjasama antara perusahaan dan kelompok usaha Desa Sidomulyo akan dapat diminimalisir selama kelompok usaha sebagai pihak yang lebih lemah mendapatkan dukungan dari pihak pengembang.

Pihak pemodal tak lebih dari para investor yang ingin berinvestasi terhadap usaha kopi di Desa Sidomulyo. Dengan lebih berkembangnya usaha perkebunan kopi, tidak menutup kemungkinan para investor akan ikut masuk dengan membawa suntikan dana yang akan menjadikan kualitas usaha kopi di Desa Sidomulyo lebih baik lagi.



- ← - → Koordinasi  
→ Jalur Pengelolaan Kopi

Gambar .1

## DESAIN STRATEGI PENGELOLAAN KOPI OLAHAN BERBASIS KELOMPOK DAN KEMITRAAN

Hasil analisis internal menunjukkan bahwa kerjasama dalam bentuk *co-branding* antara kopi rakyat dan perusahaan (PTPN XII) secara tidak langsung akan mengenalkan kopi rakyat Desa Sidomulyo kepada masyarakat yang lebih luas. Sehingga masyarakat akan mengetahui jika terdapat kopi dengan cita rasa tersendiri di Desa Sidomulyo Jember. Pemasaran untuk kopi olahan *roasted dan bubuk* masih menjadi kelemahan kedua belah pihak, perusahaan dan Desa Sidomulyo, sehingga kopi olahan dengan jenis tersebut akan menjadi produk kerjasama dengan jumlah kecil. Dengan kerjasama tersebut, perusahaan memiliki beban yang lebih besar untuk memasarkan produk hasil *co-branding* karena perusahaan yang lebih memiliki nama dibanding dengan kelompok. Jika tidak terdapat rencana pengembangan pemasaran maka produk yang ada akan mengalami kegagalan. Sedangkan hasil analisis eksternal mengindikasikan bahwa konsumsi kopi dunia dan nasional yang meningkat memberikan peluang pasti bagi perusahaan untuk memperluas pangsa pasarnya. Tak hanya pada *green bean*, namun kopi olahan (*roasted*) juga memiliki kesempatan untuk berkembang. Kebudayaan urban yang mulai menikmati sebagai sebuah kebutuhan memberikan peluang tinggi untuk memasarkan kopi yang ada, terutama kopi olahan hasil *co-branding*. Kopi instan yang banyak beredar dan telah memiliki nama masih menjadi ancaman kuat bagi produk baru kopi olahan hasil *co-branding*. Pengembangan model berbasis kelompok dengan membentuk koperasi kopi rakyat Ketakasi dan model kemitraan kopi rakyat dengan Puslit Koka, PTPN XII, BI, Eksportir yang simultan dan terpadu merupakan energi baru dan harapan baru serta terbukti mampu meningkatkan kinerja usaha kopi rakyat di Desa Sidomulyo.

Bagi pengusaha kopi rakyat sebaiknya terus menerus melakukan inovasi produk, berupaya meningkatkan kerja sama dengan instansi akademis dalam bentuk bantuan sarana mesin pengolah kopi serta perlu pula menjalin kerja sama dengan pihak akademisi dalam rangka peningkatan kualitas SDM. Bagi Pengusaha kopi skala besar yakni PTPN XII hendaknya terus menerus memperluas target pasar untuk *greenbean* (biji kopi), untuk meningkatkan penjualan kopi bubuk sebaiknya mendesain ulang cafe dengan desain yang lebih menarik dan posisi yang lebih strategis serta bekerja sama dengan cafe yang ada di Jember.

Kata Kunci : Model, Kinerja Usaha, Kopi Rakyat Sidomulyo, Berbasis Kelompok Dan Kemitraan

