

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sub sektor perkebunan banyak berpartisipasi pada nilai Produk Domestik Bruto (PDB) negara Indonesia yang mensuplai bahan pokok bagi sektor industri, lapangan pekerjaan, dan penghasil devisa. Kopi sebagai salah satu komoditi sub sektor perkebunan yang berpartisipasi dalam menyumbangkan devisa terbesar pada Indonesia disamping minyak kelapa sawit, karet, dan kakao. Komoditas pertanian yang muncul sejak abad ke-17 ini mampu membawa Indonesia pada perdagangan internasional sebagai negara eksportir kopi di dunia. Menurut *International Coffee Organization* (ICO) per tahun 2022, Indonesia menjadi negara pemasok kopi robusta terbesar ketiga di dunia setelah Vietnam dan Brazil (Triani, Ramadhan, Hayla, Zelika & Sudrajat, 2022). Adapun menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dalam jangka waktu 5 (lima) tahun dari 2018 hingga 2022, Indonesia telah mengekspor kopi kepada 17 negara yakni India, Jepang, Singapura, Malaysia, Mesir, Maroko, Aljazair, Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Italia, Romania, Georgia, Belgia, Belanda, Denmark, dan Perancis. Amerika Serikat menjadi negara importir terbesar kopi dengan total 55.810,1 ton setara dengan 268.554,2 US\$ (Badan Pusat Statistik, 2023).

Kopi bisa ditanam di area dataran rendah dan dataran tinggi. Minimal ketinggian untuk budidaya kopi adalah 500 mdpl, sedangkan maksimal ketinggian untuk membudidayakan kopi adalah 2000 mdpl. Kebanyakan kopi yang ditanam di Indonesia terdiri dari dua macam, yaitu robusta dan arabika. Robusta adalah jenis kopi yang toleran pada cuaca panas dan dapat ditanam di dataran rendah, sedangkan arabika harus ditanam di dataran tinggi dengan suhu yang berkisar antara 14-24⁰C (Triani et al., 2022). Penghasil kopi Indonesia berasal dari 6 (enam) provinsi yakni Sumatera Selatan, Lampung, Sumatera Utara, Aceh, Bengkulu, dan Jawa Timur dengan kontribusi kumulatif hingga 75,45% dari jumlah seluruh produksi kopi Indonesia (Sulistiyo, Kusaman & Wijayanti, 2023).

Permintaan kopi terus meningkat setiap tahun, tidak hanya dari luar negeri namun juga konsumsi masyarakat Indonesia. Kemudahan akses untuk menemukan bahan minuman bercita rasa khas ini membuat kopi akrab dengan kehidupan masyarakat lokal. Tradisi minum kopi dapat ditemui di semua daerah di Indonesia. Masyarakat sudah terbiasa meminum kopi sebagai minuman sehari-hari, menciptakan kebiasaan bahwa kopi adalah minuman untuk semua kalangan. Dahulu, kopi identik sebagai minuman untuk golongan orangtua, namun sekarang kopi menjadi tren baru untuk anak-anak muda. Kecepatan laju pertumbuhan kedai kopi di kota-kota besar menjadikan kopi semakin terkenal di semua orang tanpa memandang usia (Prakosa, 2019). Tradisi minum kopi saat ini tidak hanya pagi hari namun juga dilakukan ketika jam istirahat disiang hari maupun saat bersantai sore sebagai teman mengisi waktu luang. Kopi menjadi teman beraktivitas masyarakat seperti rapat, pertemuan bisnis, reuni, kencan, dan sebagainya. Secara tidak langsung tren peminum kopi terus meningkat tajam dan tradisi minum kopi ini telah tumbuh menjadi bagian dari gaya hidup setelah sebelumnya hanya sebagai kebutuhan dari pecinta kopi (Susia & Febrilia, 2014).

Seiring dengan perkembangan zaman dan pertumbuhan penduduk, budaya mengkonsumsi kopi ikut berkembang baik. Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) oleh Badan Pusat Statistika (BPS) pada Maret 2023 menunjukkan bahwa pertumbuhan rata-rata konsumsi kopi di Indonesia tahun 2019 hingga 2023 mengalami kenaikan sebesar 0,16% dengan pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2023 yaitu 7,5% dengan jumlah rata-rata konsumsi 0,178 ons dari jumlah 0,166 ons pada tahun 2022 (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jendral Kementerian Pertanian, 2023). Berdasarkan segi jumlah, banyaknya permintaan atas biji kopi mengharuskan petani melakukan inovasi untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Begitu pula dari segi kualitas, akibat perkembangan teknologi, alat yang digunakan petani saat ini sangat bervariasi, bertujuan untuk menaikkan efektifitas produksi dan meningkatkan kualitas biji kopi yang dijual. Bersamaan dengan peningkatan kualitas biji kopi dan meluasnya pasar, sekarang penikmat kopi

dari hulu hingga hilir berlomba-lomba dalam melakukan inovasi cara menyeduh dan menikmati kopi (Mendanu, Trihanondo & Rachmawati, 2023).

Provinsi Jawa Timur termasuk sebagai salah satu provinsi yang memiliki pertumbuhan ekonomi regional progresif dengan dukungan faktor dan sub sektor wilayah yang mampu mempengaruhi kinerja perekonomian daerahnya. Wilayah Jawa Timur berpotensi sebagai penghasil kopi sebagaimana perkebunan rakyat telah tersebar di beberapa kabupaten seperti Trenggalek, Blitar, Kediri, Malang, Pasuruan, Jember, Bondowoso, dan Situbondo yang berupa kopi robusta dan kopi arabika. Jawa Timur menjadi sentra produksi kopi dengan produk yang memiliki ciri khas masing-masing dan dapat menembus pasar internasional (Syihab, 2020).

Kabupaten Jember sebagai salah satu wilayah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki produk unggulan dibidang pertanian berupa kopi dan kakao. Dari jumlah 31 kecamatan di Kabupaten Jember terdapat 15 kecamatan yang memproduksi kopi dengan variasi hasil produksi mulai dari 0,018 ton hingga 78,858 ton. Secara geografis wilayah Kabupaten Jember mempunyai kesuburan tanah yang stabil dan sesuai untuk budidaya kopi dikarenakan didalam unsur hara tanahnya tercampur dari lereng gunung berapi yang bisa meningkatkan kesuburan tanaman (Purwandhini, Wahyu & Suhaeriyah, 2023). Jember sebagai daerah penghasil kopi mampu berproduktivitas hingga 11.859 kg/ha pada tahun 2020. Jember berkomitmen menjadi kota kopi robusta terbaik di Indonesia dan menyatakan secara resmi sebagai kota kopi dalam acara Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Jember tahun 2021-2026. Pernyataan tersebut merupakan amanah yang harus dipikul oleh salah satu produsen kopi robusta terbesar di Jember yaitu Perumda Perkebunan Kahyangan (Brilliantina, Wibisono, Sari, Adhamatika, Triardianto, Prayitno & Arifiana, 2023).

Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Perkebunan Kahyangan merupakan salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kabupaten Jember yang aktif mengolah kopi robusta dari hulu hingga hilir. Perumda mempunyai dua fungsi yaitu sebagai lembaga penghasil (*Bisnis Corporate*) yang berpartisipasi dalam pertumbuhan perekonomian daerah, serta fungsi sosial menyediakan fasilitas umum

(*Public Service*) berupa lapangan pekerjaan, kualitas daerah melalui baiknya tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*), dan membimbing usaha ekonomi masyarakat setempat. Pada kegiatan operasionalnya, perusahaan ini memiliki Unit Usaha Lain (UUL) yang khusus menangani produksi dan penjualan produk kopi olahan (Perumda Perkebunan Kahyangan Jember, 2023).

Produksi merupakan semua aktivitas yang dimaksudkan untuk menambah manfaat dari suatu barang tertentu atau segala kegiatan yang diperuntukkan untuk memuaskan orang lain melalui pertukaran yang mencakup setiap usaha dan kemampuan untuk menambah fungsi dalam memenuhi kebutuhan manusia (Duwila, 2015). Sedangkan penjualan menurut Moekijat dan Sugiharto dalam Ramadhan & Dewi (2021) merupakan aktivitas mencari konsumen, mempengaruhi dan mengarahkan konsumen untuk menyesuaikan kebutuhannya pada produk yang ditawarkan, sehingga memperoleh kesesuaian harga yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

Produksi kopi Perumda Perkebunan Kahyangan Jember merupakan penjumlahan dari dua jenis produk yaitu kopi sangrai dan kopi bubuk. Bahan baku kedua jenis produk adalah kopi berasan (*green bean*) yang berasal dari tiga kebun induk yaitu Kebun Gunungpasang, Kebun Sumberpandan, dan Kebun Sumberwadung. Adapun penjualan kopi merupakan penjumlahan dari dua sistem penjualan yaitu penjualan secara langsung (*offline*) maupun secara tidak langsung (*online*). Sistem penjualan online dijalankan sejak Maret 2023 hingga saat ini untuk memperluas jangkauan pasar konsumen (Perumda Perkebunan Kahyangan Jember, 2023).

Realisasi produksi dan penjualan kopi robusta di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember dijalankan berbeda dengan target yang sudah ditentukan dalam Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP). Hal ini menimbulkan beberapa masalah bagi perusahaan yang diakibatkan oleh kesenjangan antara jumlah target dan realisasi produksi serta penjualan seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Target Realisasi Produksi dan Penjualan Kopi Robusta Unit Usaha Lain Tahun 2022

Bulan	Produksi			Penjualan		
	Target	Realisasi		Target	Realisasi	
	(kg)	(kg)	(%)	(Rp)	(Rp)	(%)
Januari	3.075,00	1.890,970	61,49	145.140.000	76.807.500	52,92
Februari	3.075,00	3.208,980	104,36	145.140.000	109.453.250	75,41
Maret	3.075,00	1.789,500	58,20	145.140.000	107.115.500	73,80
April	3.075,00	2.382,060	77,47	145.140.000	106.994.000	73,72
Mei	3.075,00	2.188,000	71,15	145.140.000	103.150.750	71,07
Juni	3.075,00	1.988,005	64,65	145.140.000	123.654.000	85,20
Juli	3.075,00	3.038,175	98,80	145.140.000	124.509.000	85,79
Agustus	3.075,00	2.373,603	77,19	145.140.000	109.166.500	75,21
September	3.075,00	3.709,080	120,62	145.140.000	123.213.500	84,89
Oktober	3.075,00	2.873,520	93,45	145.140.000	115.985.750	79,91
November	3.075,00	8.033,250	261,24	145.140.000	350.135.330	241,24
Desember	3.075,00	2.136,690	69,49	145.140.000	132.290.225	91,15
Rata-rata			96,51			90,86

Sumber: Unit Usaha Lain (UUL) Perumda Perkebunan Kahyangan Jember (2023).

Tabel 1.1 menunjukkan rata-rata realisasi produksi pada tahun 2022 sebesar 96,51%. Hal ini menunjukkan bahwa produksi belum dapat memenuhi target perusahaan sehingga masih memiliki peluang untuk meningkatkan produksi. Seiring dengan belum tercapainya realisasi produksi, maka hal sama juga terjadi pada realisasi penjualan yang hanya sebesar 90,86%. Menurut Standar Operasional Prosedur (SOP) Perusahaan, perencanaan target dalam RKAP didasarkan pada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan yaitu ketersediaan bahan baku kopi berasan (*green bean*) pada kebun, modal perusahaan, komponen Harga Pokok Produksi (HPP), serta realisasi pencapaian produksi dan penjualan pada tahun sebelumnya. Sementara itu, realisasi produksi dan penjualan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal perusahaan.

Realisasi produksi pada tahun 2022 berfluktuasi setiap bulan. Realisasi tertinggi terjadi pada bulan November sedangkan terendah terjadi pada bulan Maret. Fluktuasi produksi ini berhubungan erat dengan musim panen kopi dan besarnya

permintaan konsumen terhadap produk kopi olahan. Musim panen kopi terjadi pada bulan Juni hingga September menyebabkan peningkatan persediaan bahan baku kopi berasan. Produksi kopi olahan siap jual dapat mengurangi jumlah persediaan dan meminimalisir potensi kerusakan bahan baku hasil panen periode tahun sebelumnya. Permintaan konsumen turut mempengaruhi intensitas operasi produksi, semakin tinggi permintaan maka semakin sering dilakukan produksi kopi olahan untuk memenuhi permintaan tersebut.

Realisasi penjualan berfluktuasi setiap bulan dengan nilai tertinggi pada bulan November dan nilai terendah pada bulan Januari. Realisasi penjualan diakibatkan oleh beberapa faktor yaitu bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik), budaya, sosial, pribadi, dan psikologis konsumen (Kusno, Fadli, Karyani & Djuwendah, 2020). Selain itu, faktor cuaca juga dapat mempengaruhi peningkatan minat konsumsi kopi sebagai minuman penghangat tubuh pada puncak musim hujan yang terjadi diantara bulan November dan Desember. Informasi target dan realisasi baik pada produksi maupun penjualan dapat menjadi indikator *gap* atau kesenjangan antara kenyataan dan harapan perusahaan.

Muchsam dalam (Mutmainah, Yulia, Mahfudi & Marnilin, 2022) mengungkapkan bahwa *gap analysis* atau analisis kesenjangan adalah salah satu metode yang dimanfaatkan untuk meninjau kinerja perusahaan. Kesenjangan antara realisasi dan target dalam perusahaan baik pada produksi maupun penjualan berhubungan erat dengan permintaan pasar yang berfluktuatif dapat menimbulkan *stockout* (kekurangan persediaan), *overstock* (kelebihan persediaan), dan mempengaruhi biaya penyimpanan perusahaan (Wibowo & Mukammila, 2022). Analisis kesenjangan ini lebih lanjut dapat dimanfaatkan sebagai bahan mengevaluasi langkah apa saja yang dibutuhkan untuk meminimalisir kesenjangan atau meningkatkan kinerja yang diharapkan kedepannya (Fatmala, Suprpto & Rachmadi, 2018). Perusahaan perlu menetapkan jumlah minimum persediaan bahan baku dan produk siap jual yang harus ada dalam gudang penyimpanan untuk menghadapi permintaan pasar yang tidak menentu sebagai penghubung diantara kesenjangan yang ada.

Ketersediaan barang yang terjamin dapat melancarkan aktivitas penjualan karena mampu menyediakan kebutuhan konsumen tepat waktu. Namun sebaliknya, ketidakmampuan penyediaan barang tepat waktu dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan konsumen dan berpotensi kemungkinan konsumen akan beralih pada toko lain (Haslindah, Iriani, Ardi & Zulkifli, 2020). Disamping itu, juga dapat menyebabkan fluktuasi harga jika jumlah produksi banyak maka harga akan turun dan stabil, namun jika jumlah produksi sedikit maka harga jual akan naik secara drastis sehingga harga menjadi tidak stabil (Sugiarti, 2023). Perkembangan realisasi target produksi, perkembangan realisasi target penjualan, dan perkembangan *gap* antara realisasi dan target dapat diketahui melalui analisis *trend*. Analisis *trend* merupakan salah satu teknik statistika untuk mempelajari data dalam periode waktu tertentu sehingga dapat mengungkapkan seberapa jauh perubahan yang terjadi serta faktor yang mempengaruhinya (Fauzi, Mahmud & Sulaeman, 2023).

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan suatu penelitian terkait perkembangan *trend gap* antara realisasi dan target produksi, perkembangan *trend gap* antara realisasi dan target penjualan, serta bagaimana fluktuasi harga jual kopi robusta pada Perumda Perkebunan Kahyangan Jember. Hasil penelitian dapat menjadi informasi bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan perkembangan perusahaan melalui tingkat produksi dan penjualan produk kopi robusta yang diusahakan pada tahun-tahun mendatang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka dapat dianalisis perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *trend gap* realisasi dan target produksi kopi robusta di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember pada tahun 2013-2023?
2. Bagaimana *trend gap* realisasi dan target penjualan kopi robusta di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember pada tahun 2013-2023?
3. Bagaimana fluktuasi harga jual produk kopi robusta pada tahun 2013-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka dapat dianalisis perumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi *trend gap* realisasi dan target produksi kopi robusta di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember pada tahun 2013-2023.
2. Untuk mengidentifikasi *trend gap* realisasi dan target penjualan kopi robusta di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember pada tahun 2013-2023.
3. Untuk mengidentifikasi fluktuasi harga jual produk kopi robusta pada tahun 2013-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka dapat dianalisis manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi pertanian khususnya pada komoditas kopi.
2. Bagi Universitas Muhammadiyah Jember, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, informasi, dan referensi perpustakaan bagi mahasiswa lainnya dalam penelitian lebih lanjut.
3. Bagi Perumda Perkebunan Kahyangan Jember, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh bagian manajemen perusahaan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk perkembangan perusahaan di masa mendatang.