

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi robusta Lampung menjadi penyumbang ekspor komoditas kopi terbanyak. Nilai ekspor kopi mencapai peringkat ketiga dibawah nilai ekspor karet dan kelapa. Menurut Pusdatin (pusat data dan sistem informasi pertanian kementerian pertanian 2018) pada tahun 2017 negara tujuan ekspor kopi di Indonesia terbesar ke Amerika Serikat (63.2 ribu ton), Jerman (44.7 ribu ton), Malaysia (43.1 ribu ton), Italia (38.1 ribu ton) Rusia (36.9 ribu ton) (Darwis, 2020). Salah satu daerah penghasil kopi dengan jenis kopi robusta yaitu di bagian Barat Lampung. Kabupaten Lampung Barat merupakan pemekaran dari Kabupaten Lampung Utara yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang No 6 Tahun 1991. Daerah tersebut didominasi oleh pantai dan bukit dengan ketinggian tanah 500 hingga 1000 diatas permukaan laut (mdpl). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik BPS tahun 2019 produksi kopi Lampung Barat yaitu 52.572.27 ton. Perkebunan kopi di Kabupaten Lampung Barat memiliki luas lahan sebesar 53.000 hektare (ha). Perkebunan kopi Lampung Barat tersebar di 15 kecamatan, lima kelurahan dan 131 desa.

Salah satu daerah perkebunan kopi adalah Desa Karang Agung Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat yang memiliki luas areal tanaman perkebunan 7.00 Ha, kapasitas produksi 1487.10 ton. Permasalahan yang paling umum pada petani yaitu terbatasnya informasi pasar sehingga petani kurang mengetahui kepada siapa produk akan dijual dengan keuntungan terbaik. Indikator keberhasilan usaha pertanian dinilai dari bekerjanya (1) meningkatnya margin dan pengetahuan pasar bagi produsen (2) penurunan hilangnya produk selama penyimpanan dan transportasi (3) kualitas produk meningkat (4) meningkatnya produk pangan yang terjamin aman (5) penjualan meningkat signifikan (6) peningkatan nilai tambah produk yang dapat menghasilkan (Darwis, 2020). Data luas lahan, produksi dan produktivitas kopi robusta tahun 2018 di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data luas lahan, produksi dan produktivitas kopi robusta tahun 2018 di Provinsi Lampung

Wilayah	Luas lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/ha)
Lampung Barat	52.572.00	52.572.00	1.02
Tanggamus	41.512	33.482.00	1.66
Lampung Selatan	715	430.00	1.54
Lampung Timur	515	240.00	2.14
Lampung Tengah	525	299.00	1.75
Lampung Utara	28.684	8.725.00	3.28
Way Kanan	21.957	8.722.00	2.51
Tulang Bawang	82	35.00	2.34
Pesawaran	3452	1.458.00	2.36
Pringsewu	1379	705.00	1.95
Mesuji	83	43.00	1.93
Tulang Bawang Barat	8	6.00	1.33
Pesisir Barat	6731	3.622	1.83
Bandar Lampung	183	230.00	0.79
Metro	1	1.00	1
Provinsi Lampung	156 878	110.570.00	1.41

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2018

Produksi kopi robusta tertinggi di Lampung adalah Kabupaten Lampung Barat yaitu mencapai 52.572.00 ton. Kemudian Kabupaten Tanggamus yaitu 33.482.00 ton dan Lampung Utara 8.725.00 ton. Kabupaten Lampung Barat merupakan wilayah yang memiliki potensi kopi terbesar di Provinsi Lampung dengan luas lahan mencapai 60.382 ha dan produktivitas mencapai 1.02 ton per hektar. Produktivitas kopi di Provinsi Lampung masih kategori rendah (sebesar 0.88 ton per hektar) jika dibandingkan dengan potensi idealnya 1.2 ton per hektar (Tania, 2019).

Nilai ekspor kopi tahun 2010-2020 tertinggi di tahun 2014 yaitu sebesar 520 ribu ton. Penurunan ekspor terjadi pada tahun 2020 yaitu 180 ribu ton. Nilai ekspor kopi Lampung sebesar US\$ 332.1 juta atau setara dengan 38.07% dari total ekspor kopi nasional pada tahun 2019. Volume ekspor kopi hingga Juli 2020 mencapai 186.8 ribu ton. Jumlah ekspor kopi naik 10.69% dibandingkan tahun sebelumnya pada periode yang sama.

Manajemen rantai pasok kopi akan membangun keberlangsungan usaha yang terlibat dalam industri kopi. Pihak yang terlibat dalam suatu rantai pasokan meliputi pemasok, perusahaan penyedia transportasi, gudang, retailer, perusahaan

komunikasi, dan konsumen. Pengelolaan informasi aliran barang dan jasa kopi robusta dalam rantai pasok diperlukan untuk memberikan gambaran mengenai seluruh mata rantai komoditas yang ada. Manajemen rantai pasok merupakan serangkaian pendekatan yang diterapkan untuk mengintegrasikan pemasok, pengusaha, gudang dan tempat penyimpanan lainnya secara efisien.

Produk dihasilkan untuk dapat didistribusikan dengan kuantitas, tempat dan waktu yang tepat dengan biaya, serta memuaskan pelanggan (Kustiari, 2010). Manajemen rantai pasok bertujuan untuk membuat seluruh sistem menjadi efisien dan efektif, minimalisasi biaya dari transportasi dan distribusi sampai inventori bahan baku, bahan dalam proses, serta barang jadi. Manajemen rantai pasok fokus terhadap aliran barang dan jasa dari pemasok hingga ke perusahaan. Rantai pasok ini dapat meningkatkan kualitas bahan baku dalam menciptakan produk yang berkualitas (Chotimah, 2017). Kemampuan memasarkan biji, bubuk kopi olahan siap konsumsi juga merupakan masalah yang perlu juga diidentifikasi lebih lanjut untuk dicarikan alternatif pemecahan masalahnya sekaligus dan strategi pengembangannya (Guritno, 2014).

Industri kopi dapat berkembang secara berkelanjutan didukung oleh pasokan bahan baku kopi berkualitas tinggi. Keragaman agroekosistem di beberapa wilayah memungkinkan dihasilkannya berbagai jenis kopi dengan keragaman kualitas dalam bentuk aroma spesifik. Masalah yang dihadapi pelaku rantai pasok kopi meliputi (1) penguasaan pasar yang terbatas, produk yang dihasilkan belum berorientasi pada kualitas, *packing*, *labeling*, *branding*, komposisi, masa kadaluarsa, dan manfaat produk belum diperhatikan, promosi belum dilakukan, dan distribusi produk masih skala lokal, (2) teknologi pengolahan masih mengandalkan bantuan mesin dan peralatan produksi dari Pemerintah Kabupaten maupun Provinsi, dan belum dimanfaatkan secara optimal, (3) terbatasnya akses permodalan atau pembiayaan menyebabkan usaha pengolahan hasil pertanian tidak berjalan lancar (Fitriani, 2019).

Fluktuasi dan ketidakpastian harga yang sangat rendah pada sisi penjualan merupakan fenomena musiman yang seringkali merugikan petani kopi. Akses petani terhadap informasi harga jual kopi di berbagai tingkat lembaga tataniaga sangat terbatas. Perbedaan harga jual tersebut seringkali tidak dapat diketahui

petani dengan cepat. Pengepul desa kopi robusta umumnya berlokasi jauh dari kebun kopi. Akibatnya biaya transportasi yang dikeluarkan oleh para pengepul desa dan pedagang besar semakin menekan harga jual yang diterima petani menjadi semakin rendah. Infrastruktur jalan yang rusak parah yang harus ditempuh dalam menyalurkan kopi dari daerah kebun kopi petani menyebabkan intensitas pengiriman menjadi berkurang (memerlukan waktu yang relatif lebih lama untuk setiap kali pengiriman) dan meningkatnya biaya transportasi. Hal ini juga turut menekan harga kopi di tingkat petani (Fitriani, 2011).

Masalah yang dihadapi para pelaku rantai pasokan (pemasok, produsen dan pengecer) terpusat pada ketersediaan bahan baku yang pada beberapa waktu tertentu mengalami kelangkaan. Kelangkaan bahan baku ini menyebabkan lonjakan harga dan tertundanya proses produksi dan distribusi (Leppe, 2019). Faktor penentuan harga jual di tingkat pedagang pengecer ditentukan oleh: (1) harga pembelian (perolehan), (2) biaya angkut, (3) kualitas, (4) kondisi cuaca/iklim (Fitriani, 2011). Permasalahan rantai pasok kopi di Desa Karang Agung adalah kurangnya pemasok kopi robusta dan kurangnya informasi harga kopi yang didapatkan petani. Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri aktivitas dan kinerja rantai pasok dan menganalisis efisiensi kinerja rantai pasok kopi robusta di Kabupaten Lampung Barat.

1.2 Tujuan

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pelaku rantai pasok kopi Robusta.
2. Menganalisis rantai pasok kopi Robusta di Lampung Barat.
3. Menganalisis efisiensi kinerja rantai pasok kopi Robusta di Kabupaten Lampung Barat.

1.3 Kerangka pemikiran

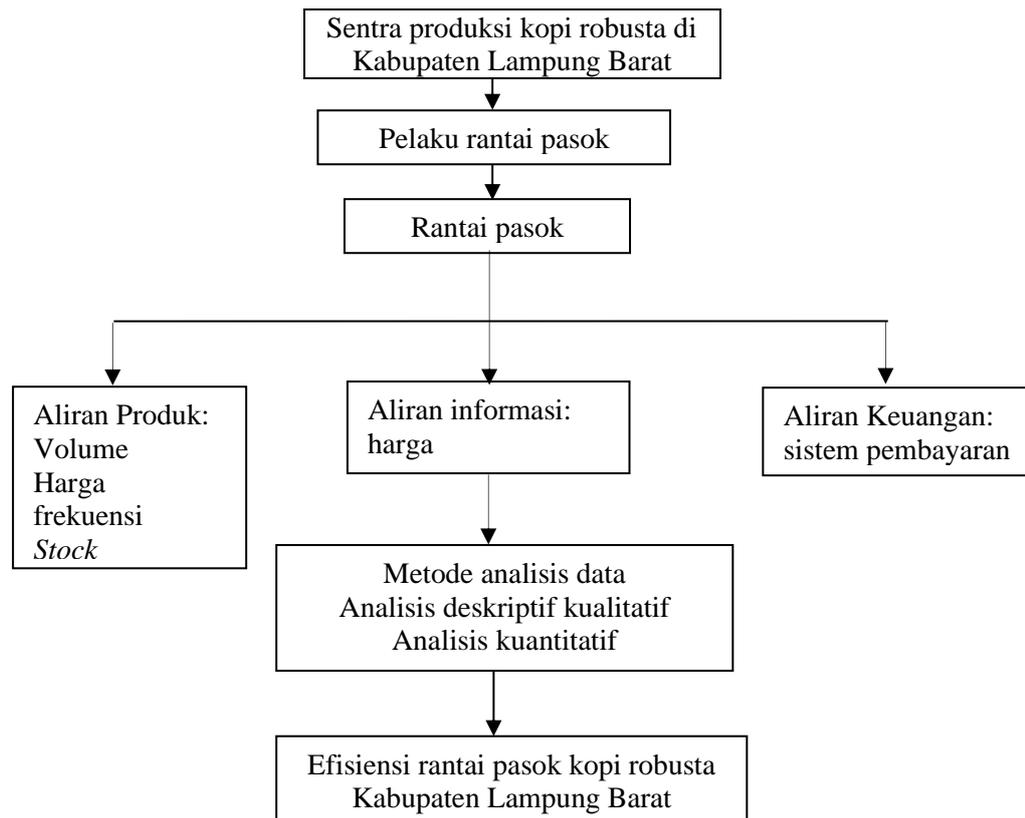
Hubungan antara pemasok bahan baku, agroindustri dan konsumen akan membentuk sebuah rantai pasok. Sistem rantai pasok akan berjalan lancar, apabila adanya kepastian jumlah pasokan bahan baku dan jumlah permintaan kopi Robusta. Permintaan kopi Robusta yang tidak menentu dan kelangkaan bahan baku pada saat tidak musim panen akan berdampak buruk sistem rantai pasok kopi Robusta. Ketidakpastian dalam sistem rantai pasok kemudian akan berpengaruh pada

industri kopi. Sistem rantai pasok yang baik diharapkan dapat membuat distribusi berjalan dengan baik pula (Noviantari, 2015). Rendahnya harga kopi disebabkan oleh banyaknya pelaku rantai pasok yang terlibat. Banyaknya pelaku rantai pasok yang terlibat dalam rantai pemasaran komoditas kopi menyebabkan petani kopi sebagai petani produsen kopi sangat bergantung pada para pedagang besar. Akibatnya para petani tidak dapat lagi sebagai penentu harga. Rendahnya harga yang diterima petani kopi selain kurangnya informasi mengenai pasar, juga karena kurangnya informasi mengenai persyaratan kualitas produk yang di syaratkan pedagang besar, eksportir, pengusaha kopi olahan.

Manajemen rantai pasok yang efisien dalam memastikan bisnis kopi secara berkelanjutan. Penting dilakukan untuk memperlancar proses produksi dan proses pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pengendalian *supply chain* bisa efektif maka diperlukan adanya arus informasi yang lancar dan rasa saling percaya antar bagian, baik itu pemasok, perusahaan maupun konsumen. Perkembangan yang cukup pesat ini perlu didukung oleh teknologi dan sarana pascapanen yang cocok dengan kondisi petani agar mereka mampu menghasilkan biji kopi dengan mutu sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI).

Adanya jaminan mutu yang pasti, ketersediaan dalam jumlah yang cukup dan pasokan yang tepat waktu, merupakan syarat yang dibutuhkan agar kopi rakyat dapat dipasarkan pada tingkat harga yang lebih menguntungkan. Pengembangan penanganan pascapanen hasil pertanian saat ini tidak akan lepas dari upaya meningkatkan daya saing produk unggulan pertanian yang potensinya cukup besar untuk menjadikan kekuatan ekonomi rakyat dipedesaan (Mayrowani, 2013). Rantai pasok kopi dari hulu hingga hilir melibatkan produsen (petani dan Perusahaan perkebunan), pedagang (pengumpul, besar, dan perantara), pengeksportir, perusahaan multinasional *converters/grinders*, perusahaan kopi domestik dan supermarket/pengecer kopi domestik (Kustiari, 2010). Usaha kopi diharapkan mendapatkan keuntungan yang optimal. Produk yang optimal dapat tercapai melalui rangkaian proses yang terintegrasi dimulai dari pengadaan bahan baku, proses produk sehingga produk sampai ke konsumen. Berdasarkan alur pemikiran rantai pasok kopi robusta maka hal pertama yang dianalisis adalah usaha perkebunan kopi rakyat di Desa Karang Agung Kecamatan Way Tenong Kabupaten

Kerangka kondisi rantai pasok mulai dari pengepul desa, pengepul kecamatan dan perusahaan. Sehingga kita bisa mengetahui aliran produk aliran informasi aliran keuangan. Kinerja dan hambatan yang terjadi pada rantai pasok kopi robusta yang ada di Kabupaten Lampung Barat. Kemudian menganalisis efisiensi rantai pasok kopi di Kabupaten Lampung Barat. Secara ringkas kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran” Analisis Rantai Pasok (*supply chain*) kopi Robusta di Kabupaten Lampung Barat”

1.4 Kontribusi

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi, antara lain:

1. Bagi petani dilokasi penelitian khususnya Desa Karang Agung, diharapkan bisa menambah informasi mengenai harga dan penjualan biji kopi robusta.
2. Bagi Politeknik Negeri Lampung sebagai salah satu sumber informasi dan referensi bacaan untuk kebutuhan di dalam bidang rantai pasok.
3. Bagi pembaca sebagai sumber untuk menambah pengetahuan, wawasan menambah informasi bagi pembaca.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rantai Pasok (*supply chain*)

Rantai pasok adalah sistem organisasi dalam kegiatan penyaluran barang (*flow of goods*) kepada pelanggan. Rantai pasok merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan dan mempunyai tujuan yang sama dalam menyelenggarakan penyaluran barang dengan baik. Rantai pasok merupakan konsep dalam melihat persoalan penyaluran barang dan pemecahannya bukan hanya sebagai persoalan internal masing-masing, tapi dilihat sebagai masalah yang lebih luas sejak dari bahan baku (*raw material*) sampai barang jadi (*finished product*) yang dipakai konsumen.

Rantai pasok merupakan proses bisnis dan informasi untuk menyediakan produk atau layanan dari pemasok melalui proses pembuatan dan pendistribusian barang kepada konsumen. Rantai ini merupakan jaringan dari berbagai perusahaan yang saling berhubungan dalam bentuk kemitraan dan mempunyai tujuan yang sama serta saling berbagi risiko. Rantai pasok menyangkut hubungan yang terus-menerus mengenai barang, uang dan informasi. Barang umumnya mengalir hulu ke hilir, sedangkan informasi mengalir baik dari hulu ke hilir maupun hilir ke hulu.

a. *Supply chain management* (manajemen rantai pasok)

Supply chain management merupakan pengintegrasian sumber-sumber bisnis yang kompeten baik di dalam maupun diluar perusahaan untuk mendapatkan sistem *supply* yang kompetitif dan berfokus kepada sinkronisasi aliran produk dan aliran informasi untuk menciptakan nilai pelanggan (*customer value*) yang tinggi. Sumber-sumber bisnis yang meliputi pemasok (*supplier*) pabrikan, gudang, pengangkut, distributor, retailer dan konsumen yang bekerja secara efisien sehingga produk yang dihasilkan dan didistribusikan memenuhi tepat jumlah, kualitas, waktu dan lokasi. *Supply chain management* adalah pengembangan dari manajemen logistik. Keduanya melaksanakan kegiatan aliran barang, termasuk pembelian, pengendalian persediaan, pengangkutan, penyimpanan dan distribusi. Kegiatan manajemen logistik terbatas dalam suatu perusahaan, sedangkan *supply chain management* meliputi antar perusahaan mulai dari bahan baku sampai barang jadi yang digunakan oleh konsumen. *Supply chain management* adalah suatu konsep

atau mekanisme untuk meningkatkan produktivitas seluruh perusahaan yang tergabung dalam rantai pasok melalui optimalisasi kualitas dan waktu. *Supply chain management* merupakan fungsi bisnis yang vital untuk mengkoordinasikan pengelolaan aliran barang dan merupakan kunci kompetisi *Supply chain* mencakup tiga bagian:

1. *Upstream Supply Chain*: bagian ini mencakup supplier *first-tier* dari organisasi dan supplier yang didalamnya telah terbina suatu hubungan.
2. *Internal Supply Chain*: bagian ini mencakup semua proses yang digunakan oleh organisasi dalam mengubah input yang dikirim oleh supplier menjadi output, mulai dari waktu material tersebut masuk pada perusahaan sampai pada produk tersebut di distribusikan diluar perusahaan tersebut.
3. *Downstream Supply Chain*: bagian ini mencakup semua proses terlibat dalam pengiriman produk pada *customer* akhir. Manajemen rantai pasok (*supply chain management*) adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan (Ghaffar, 2015).

Supply chain dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas (dalam bentuk entitas/fasilitas) yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal sampai produk jadi pada konsumen akhir. *Supply chain* merupakan jaringan perusahaan - perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan- perusahaan tersebut biasanya termasuk *supplier*, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik (dari definisi tersebut, maka *supply chain* terdiri dari perusahaan yang mengangkut bahan baku dari bumi/alam, perusahaan yang mentransformasikan bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau komponen, supplier bahan-bahan pendukung produk, dalam *supply chain* terdapat pemain utama yang mempunyai kepentingan, yaitu: *Supplier, Manufactures, Distribution, Retail Outlet, Customer*.

- a. *Chain 1: Supplier* Jaringan bermula dari sini, yang merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana rantai penyaluran baru akan mulai. Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, barang dagangan, suku cadang dan lain-lain.
- b. *Chain 1-2-3: Supplier – Manufactures Distribution* Barang yang sudah dihasilkan oleh *manufactures* sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan. Walaupun sudah tersedia banyak cara untuk menyalurkan II barang kepada pelanggan, yang umum adalah melalui distributor dan ini biasanya ditempuh oleh sebagian besar *supply chain*.
- c. *Chain 1-2-3-4: Supplier–Manufactures Distribution–Retail Outlet* Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang ini digunakan untuk menyimpan barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Kesempatan untuk memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah *inventaris* dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari gudang *manufacture* maupun ke toko pengecer.
- d. *Chain: 1-2-3-4-5 : Supplier –Manufactures Distribution – retail Outlet Customer*. Para pengecer atau *retailer* menawarkan barang langsung kepada para pelanggan atau pembeli atau pengguna barang langsung, yang termasuk retail atau outlet adalah toko kelontongan, supermarket, warung-warung, dan lain-lain. *Supply chain* mencakup tiga bagian:
 1. *Upstream Supply Chain*: bagian ini mencakup *supplier first-tier* dari organisasi dan supplier yang didalamnya telah terbina suatu hubungan.
 2. *Internal Supply Chain*: bagian ini mencakup semua proses yang digunakan oleh organisasi dalam mengubah input yang dikirim oleh *supplier* menjadi output, mulai dari waktu material tersebut masuk pada perusahaan sampai padaproduk tersebut didistribusikan diluar perusahaan tersebut.
 3. *Downstream Supply Chain*: bagian ini mencakup semua proses yang terlibat dalam pengiriman produk pada *customer* akhir.

Supply Chain Network (SCN)

Supply chain network (jaringan rantai pasok) merupakan keputusan yang sangat penting, karena merupakan strategi jangka panjang dan memerlukan biaya besar apabila terjadi perubahan yang memerlukan biaya besar apabila terjadi perubahan yang memerlukan perbaikan dan penyesuaian. Hal dasar yang perlu diperhatikan untuk membangun SCN yang optimal:

1. Perencanaan adalah proses penyeimbangan antara permintaan dan pasokan untuk menentukan tindakan terbaik dalam memenuhi kebutuhan. Perencanaan merupakan proses awal yang strategis, menentukan tolak ukur untuk menilai efisiensi, kualitas, harga dan nilai pelanggan.
2. Pengadaan penentuan sumber pengadaan dan pemilihan pemasok terbaik serta pelaksanaan kontrak untuk menjaga kualitas, komitmen, transportasi, waktu penyerahan barang serta sistem pembayaran.
3. Produksi mentransformasi bahan baku (*raw material*) menjadi produk jadi (*finished product*) sesuai kebutuhan pelanggan. Menentukan system, langkah, jadwal, pemeriksaan dan pengepakan, kegiatan produksi dilaksanakan berdasarkan peramalan kebutuhan (*demand forecasting*) atau dasar pesanan (*order*).
4. Pengiriman pengaturan pengiriman pesanan pelanggan, jaringan pergudangan dan distribusi, pemilihan distributor dan system ekspedisi.
5. Pengembalian mengidentifikasi kondisi produk dan menangani proses pengembalian barang dari konsumen karena kesalahan pengiriman dan cacat atau rusak (Ghaffar, 2015)

2.2 Struktur Kelembagaan Rantai Pasok

Struktur rantai pasok adalah susunan jaringan kerjasama pengadaan barang atau jasa yang berkerjasama sama dan saling terkait satu sama lain untuk membuat dan menyalurkan barang atau jasa. Struktur kelembagaan rantai pasok diperoleh dari hasil identifikasi rantai pasok kopi robusta dari beberapa pustaka dan pendapat pakar yaitu petani, kelompok tani, pengumpul, industri pengolah, pedagang pengecer, pasar domestik, eksportir perusahaan transportasi, pemasok bibit, lembaga perbankan atau finansial, koperasi, lembaga penelitian/universitas, LSM atau fasilitator, pemerintah dan investor hubungan antar kelembagaan dalam rantai

pasok ini diperoleh dari studi dan kumpulan pendapat para ahli. Budiman (2012), secara garis besar industri kopi dalam negeri dapat digolongkan ke dalam 3 kelompok, yaitu:

1. Industri kopi olahan kelas kecil (*home industri*) Industri yang tergolong dalam kelompok ini adalah *industry* yang bersifat rumah tangga (*home industri*) dimana tenaga kerjanya adalah anggota keluarga dengan melibatkan satu atau beberapa karyawan. Produknya dipasarkan di warung atau pasar yang ada disekitarnya dengan nama produk atau tanpa nama produk. Industri yang tergolong pada kelompok ini pada umumnya tidak terdaftar pada dinas perindustrian maupun dinas POM. Industri pada kelompok ini tersebar diseluruh daerah penghasil kopi.
2. Industri kopi olahan kelas menengah Industri kopi yang tergolong pada kelompok ini merupakan industri pengolahan kopi yang menghasilkan kopi bubuk atau produk kopi olahan lainnya. Seperti minuman kopi yang produknya dipasarkan di wilayah kecamatan atau kabupaten tempat produk tersebut dihasilkan. Produknya dalam bentuk kemasan sederhana yang pada umumnya telah memperoleh izin dari dinas perindustrian sebagai produk rumah tangga. Industri kopi olahan kelas menengah banyak terdapat di sentra produksi kopi seperti Lampung, Bengkulu, Sumatera Selatan, Sumatera Utara, dan Jawa Timur.
3. Industri kopi olahan kelas besar industri kopi kelompok ini merupakan industri pengolahan kopi yang menghasilkan kopi bubuk, kopi instan atau kopi mix dan kopi olahan lainnya yang produknya dipasarkan ke berbagai daerah di dalam negeri atau diekspor. Produknya dalam bentuk kemasan yang pada umumnya telah memperoleh nomor merek dagang dan atau label lainnya. Nama industri kopi yang tergolong sebagai industri kopi ini adalah PT Asia Makmur.

2.3 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu, para peneliti telah melakukan berbagai penelitian tentang rantai pasok sehingga akan sangat membantu dalam mencermati masalah yang akan diteliti dengan berbagai pendekatan spesifik sebagai rujukan utama, khususnya penelitian yang menggunakan model *supply chain operation reference* (SCOR). Berikut ini beberapa hasil penelitian terdahulu:

Tabel 2. Penelitian terdahulu

Nama Penulis dan Jurnal	Metode Analisis	Kesimpulan
Analisis struktur rantai pasok kopi rakyat robusta Kecamatan Banggal Sari, Jember. (Rizaldy Ghaffar Al rasyid, 2015)	Analisis kuantitatif yang diperoleh dari observasi lapang.	Struktur rantai pasok anggota rantai pasok tersebut adalah, petani, pedagang pengumpul, eksportir.
Analisis margin dan efisiensi saluran pemasaran produksi bawang merah di Desa Banti Baraka Kabupaten Enrekang (Irmayani, 2021)	Analisis data dalam penelitian ini yaitu mengelompokkan dan membuat suatu urutan data.	Analisis margin efisien saluran pemasaran
Analisis manajemen dan kinerja rantai pasokan agribisnis buah strowbery di Kabupaten Bandung. (Chairul Furkon, 2014)	Analisis data kualitatif	Kinerja rantai pasok diukur dengan mengukur tingkat efisien rantai pasok. Semakin besar persentase dilihat dari hasil keseluruhan kinerja rantai pasok strawberry tidak efisien.
Analisis rantai pasok dan pemasaran biji kopi di Sumatera Barat. (Gumaif Tabib, 2019)	Penelitian ini di Analisis dengan variabel koordinasi	Pemasaran di tentukan oleh jumlah produksi, mutu, perbedaan harga dan lokasi.
Analisis Rantai Pasok Kopi di Rakyat Kecamatan Banggal Sari Kabupaten Jember. (Novita Fitri Yulian, 2019)	ANP (<i>Anality NetworkProces</i>)	Penelitian ini diidentifikasi rantai pasok kopi rakyat yang ada di kabupaten jember penelitian ini terbagi menjadi tiga langkah yaitu identifikasi risiko, analisis risiko dan merumuskan pengendalian risiko. Identifikasi risiko bertujuan untuk menghasilkan kriteria-kriteria yang akan dijadikan acuan dalam pengolahan data menggunakan ANP (<i>Anality Network Proces</i>).
Analisis dan Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Kopi di PT Sinar Mayang Lestari (Andhika Nugraha, 2020)	(FSCN) <i>Food Supply Chain Network</i>	Kondisi rantai pasok kopi pada PTSinar Mayang Lestari terdiri dari beberapa anggota yang masing – masingnya mempunyai peranter sendiri serta terdiri dari saluran yang beragam, dengan kondisi tersebut dapat dikatakan sudah baik dalam memenuhi permintaan konsumen namun masih perlu diperbaiki terutama disektor transaksi yang terkadang mengalami kendala terhadap pembayaran oleh konsumen.

Tabel Selanjutnya

<p>Pengukuran Kinerja Manajemen Rantai Pasok Kopi Amstirdam di Kabupaten Malang dengan Pendekatan SCOR (<i>supply chain operation reference</i>) (Wahyu Adha, 2019)</p>	<p>Analisis Deskriptif</p>	<p>Hasil perhitungan kinerja rantai pasok pada petani sebesar 72.00% tergolong pada klasifikasi kurang (<i>below average</i>), pengolah 70.23% kurang (<i>below average</i>) dan toko mencapai 80.50% kategori baik sedang (<i>average</i>) sehingga ketiganya masih perlu upaya perbaikan dalam manajemen rantai pasok.</p>
<p>Analisis Rantai Pasok (<i>supply chain</i>) Kopi Robusta di Dusun Gondang, Desa Darungan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember (Elis Amelia, 2020)</p>	<p>Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat.</p>	<p>Tiga pola aliran rantai pasok, yaitu a.petani menjual kopi hasil panennya ke penebas. b.petani menjual kopi hasil panennya ke pengumpul gelondongan. c.Petani menjual kopi hasil panennya ke pengumpul kering.</p>
<p>Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Menggunakan Metode SCOR dan AHP Pada Unit Pengantongan Pupuk Urea PT. Dwimatama Multikar (Rizqi Rahmawati, 2018)</p>	<p>SCOR,AHP</p>	<p>Hasil ini sesuai dengan hasil kuesioner pertama yaitu kuesioner pemilihan KPI yang diisi oleh 10 responden. Untuk 5 KPI yang tidak terpilih meliputi indikator hutang, piutang, <i>value at risk at plan</i>, biaya pengiriman, harga pokok penjualan (HPP).</p>
<p>Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta (Suatu Kasus di Desa Kalijaya Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis. (Chandra, 2017)</p>	<p>Analisis deskriptif</p>	<p>Dalam pemasaran kopi robusta di Kalijaya Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis terdapat dua saluran pemasaran.</p>