

MANAJEMEN AGRIBISNIS KOPI GAYO DI TAKENONG

Marahadi Siregar
Irawan

Universitas Pembangunan Panca budi
E-mail: marahadisiregar@dosen.pancabudi.ac.id
irawan@dosen.pancabudi.ac.id

Abstract

The goal to be achieved from this service is to help farmers and Gayo coffee entrepreneurs in Takengon to formulate a strategy for the development of Arabica coffee agribusiness. Based on the results of the implementation of the service, the main strategy in the development of Arabica Gayo coffee agribusiness can be described by increasing competitiveness through improving quality, improving agricultural products and other processed products. Alternative policies that can be established based on the above provisions are the rehabilitation of coffee plantations in the context of increasing production by pruning, replanting unproductive coffee trees, planting new coffee trees between old coffee plants, and maintaining quality by applying recommended cultivation techniques. and post production.

Keywords: *Management, Agribusiness and Gayo Coffee*

Abstrak

Tujuan yang ingin dicapai dari pengabdian ini adalah untuk membantu petani dan pelaku usaha kopi Gayo di Takengon untuk merumuskan strategi pengembangan agribisnis kopi Arabica. Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian, dapat di uraikan strategi utama dalam pengembangan agribisnis kopi Arabica gayo adalah dengan meningkatkan daya saing melalui peningkatan kualitas, perbaikan hasil pertanian dan produk olahan lainnya. Alternatifnya kebijakan yang dapat ditetapkan berdasarkan ketentuan di atas adalah rehabilitasi perkebunan kopi dalam rangka peningkatan produksi dengan melaukan pola pemangkasan, penanaman kembali yang tidak produktif pohon kopi, penanaman pohon kopi baru di sela – sela tanaman kopi lama, dan pemeliharaan mutu dengan menerapkan anjuran teknik budidaya dan pasca produksi.

Kata Kunci : *Manajemen, Agribisnis dan Kopi Gayo*

PENDAHULUAN

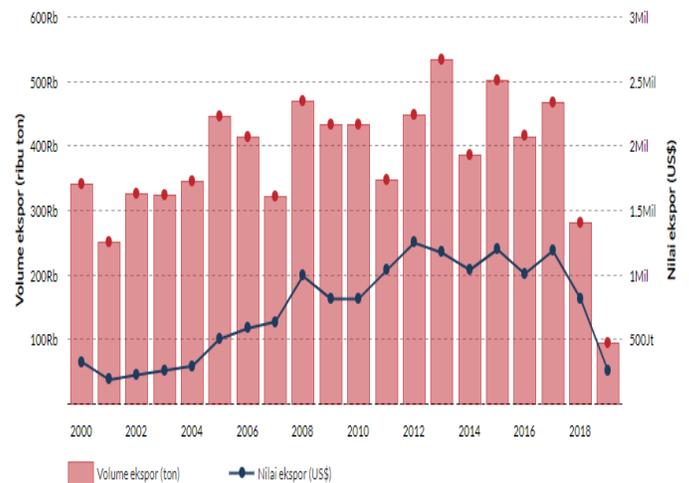
Kopi merupakan jenis minuman yang penting bagi sebagian besar masyarakat di seluruh dunia. Kopi telah menjadi komoditi utama ekspor Indonesia sejak zaman Belanda yang terus berkembang sampai saat ini. Pada tahun 2019, perkebunan kopi Indonesia mencakup total wilayah 1 juta sampai 1,23 juta hektar, 900 ribu hektar perkebunan robusta dan 330 ribu hektar perkebunan arabika. Lebih dari 95% dari total perkebunan dibudidayakan oleh para petani skala kecil. Berbeda dengan pesaing seperti Vietnam dan Malaysia, Indonesia tidak memiliki perkebunan kopi yang besar dan oleh karena itu menemukan lebih banyak kesulitan untuk menjaga volume produksi dan kualitas yang stabil, sehingga daya saing kopi Indonesia di pasar internasional kurang kuat.

Fenomena akan persaingan kopi yang ada di Indonesia dengan munculnya pesaing-pesaing baru baik dari dalam maupun luar negeri, mengharuskan pelaku usaha dan petani kopi untuk segera tanggap akan hal tersebut. Tidak lepas dari aktivitas produksi, pengelola kopi pasti sedikit banyak akan menemui kendala, seperti adanya mesin yang rusak (*overload*), biaya di luar estimasi, tekanan harga jual rendah yang berdampak pada penjualan dan keuntungan. Dengan indentifikasi kendala-kendala tersebut dalam suatu aktivitas operasional, maka diperlukan strategi bisnis yang efektif.

Sebagian besar hasil produksi biji kopi Indonesia adalah varietas robusta yang berkualitas lebih rendah. Biji arabika yang berkualitas lebih tinggi kebanyakan diproduksi oleh negara-negara Amerika Selatan seperti Brazil, Kolombia, El Salvador dan Kosta Rika. Oleh karena itu, sebagian besar ekspor kopi Indonesia (kira-kira 80%) terdiri dari biji robusta. Ekspor kopi olahan hanyalah bagian kecil dari total

ekspor kopi Indonesia. Pada tahun 2015, kira-kira 78% dari total produksi tahunan biji kopi Indonesia diekspor, terutama kepada para pelanggan di Jepang, Afrika, Eropa, dan Amerika Serikat. Volume ekspor ini meningkat sebesar 30% dibandingkan dengan tahun sebelumnya namun masih lebih rendah jika dibandingkan dengan tahun 2013 (yang merupakan angka tertinggi dalam kurun waktu 10 tahun terakhir).

Tabel 1.1: Volume dan Nilai Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2000 - 2019



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019

Data di atas menunjukkan volume ekspor Indonesia per April 2019 mencapai 94,5 ribu ton dengan nilai pendapatan sebesar US\$259,5 juta. Sementara itu pada tahun sebelumnya 2018, volume ekspor kopi sebesar 280 ribu ton menurun sebesar 40% dibanding tahun sebelumnya 2017. Menurut data dari Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), para petani Indonesia bersama dengan kementerian-kementerian terkait berencana untuk memperluas perkebunan-perkebunan kopi Indonesia, sambil meremajakan perkebunan-perkebunan lama melalui program intensifikasi. Dengan meningkatkan luas perkebunan, produksi

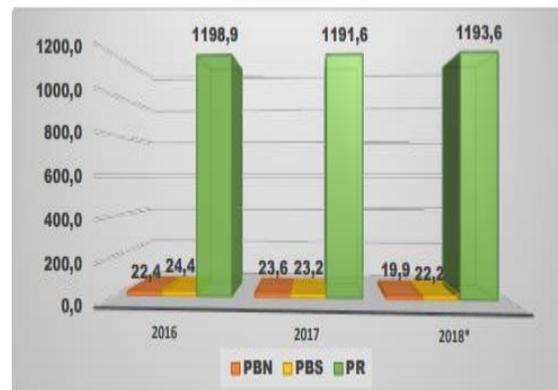
kopi Indonesia dalam 10 tahun ke depan ditargetkan untuk mencapai antara 900 ribu ton sampai 1,2 juta ton per tahun.

Saat ini di Aceh terdapat dua jenis kopi yang di budidayakan yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Dua jenis kopi yang sangat terkenal yaitu kopi Gayo (arabika) dan kopi Ulee Kareeng (robusta). Untuk kopi jenis arabika umumnya dibudidayakan di wilayah dataran tinggi “Tanah Gayo”, Aceh Tenggara, dan Gayo Lues, sedangkan di Kabupaten Pidie (terutama wilayah Tangse dan Geumpang) dan Aceh Barat lebih dominan dikembangkan oleh masyarakat disini berupa kopi jenis robusta. Kopi arabika agak besar dan berwarna hijau gelap, daunnya berbentuk oval, tinggi pohon mencapai tujuh meter. Namun di perkebunan kopi, tinggi pohon ini dijaga agar berkisar 2-3 meter. Tujuannya agar mudah saat di panen. Pohon kopi arabika mulai memproduksi buah pertamanya dalam tiga tahun. Lazimnya dahan tumbuh dari batang dengan panjang sekitar 15 cm. Dedaunan yang diatas lebih muda warnanya karena sinar matahari sedangkan dibawahnya lebih gelap. Tiap batang menampung 10-15 rangkaian bunga kecil yang akan menjadi buah kopi.

Kopi Gayo merupakan salah satu komoditi unggulan yang berasal dari dataran tinggi Gayo. Perkebunan kopi yang telah dikembangkan sejak tahun 1908 ini tumbuh subur di Kabupaten Aceh Tengah, Bener Meriah dan sebagian kecil di wilayah Gayo Lues. Ketiga daerah yang berada di ketinggian 1200 m dari permukaan laut tersebut memiliki perkebunan kopi terluas di Indonesia yaitu dengan luas sekitar 99.500 ha. Masing-masing 48.300 ha berada di Kabupaten Aceh Tengah, 47.300 ha di Kabupaten Bener Meriah dan selebihnya 3.900 ha berada di Kabupaten Gayo Lues. Gayo adalah nama suku asli yang mendiami

daerah ini. Mayoritas masyarakat Gayo berprofesi sebagai Petani Kopi.

Masalah yang dialami petani kopi saat ini adalah adanya tekanan harga jual produk kopi yang disebabkan oleh uji kelayakan kopi tersebut yang dilakukan pihak di luar itu sendiri. Untuk itu penting dilakukan penelitian berkaitan dengan pengembangan produk kopi yang memiliki daya saing tinggi.



Grafik di atas memperlihatkan perkembangan data perkebunan rakyat kopi di Indonesia merupakan data yang diperoleh dari Dirjen Perkebunan, Kementerian Pertanian. Pada tahun 2016 luas yang diusahakan oleh perkebunan rakyat seluas 1,199 juta hektar, kemudian turun sekitar 0,58 persen pada tahun 2017 menjadi seluas 1,192 juta hektar. Pada tahun 2018 luas lahan perkebunan rakyat kopi meningkat menjadi 1,194 juta hektar. Petani kopi sebagai pengusaha yang menghasilkan kopi juga berorientasi pada laba, sehingga tidak terlepas dari masalah pencapaian laba dan pengembalian modal, dalam perhitungan harga pokok produksi dan pengumpulan biaya yang digunakan untuk meningkatkan produksi kopi sebagai produk utamanya. Biaya yang telah dikeluarkan ini seharusnya dipakai sebagai elemen perhitungan pembentukan harga pokok produk.

Penentuan harga pokok produksi dibagi dengan kapasitas produksi yang dihasilkan.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan latar belakang dan informasi yang diperoleh dari para petani, maka permasalahan yang ada saat ini yaitu :

1. Fenomena akan persaingan kopi yang ada di Takengon dengan munculnya pesaing-pesaing baru baik dari dalam maupun luar negeri.
2. Tingkat konsumsi kopi per kapita masyarakat Indonesia tergolong masih sangat rendah dibandingkan dengan negara-negara pengimpor seperti masyarakat Eropa yang rata-rata mengkonsumsi kopi diatas lima kg/kapita/tahun dan Amerika Serikat di atas 4 kg/kapita/tahun, sedangkan konsumsi di Indonesia masih tergolong rendah yaitu 1 sampai 1,3 Kg/kapita/tahun.
3. Diperlukan pengembangan produk kopi dari hulu hingga ke hilir guna menghasilkan kopi yang berdaya saing tinggi.

Solusi Dan Target Luaran

Solusi permasalahan mitra yang menjadi prioritas adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi kepada pelaku usaha tentang bagaimana melakukan manajemen Agribisnis kopi yang baik dan benar.
2. Mendidik pelaku usaha untuk lebih aktif dan peka terhadap pemahaman manajemen Agribisnis yang efektif.
3. Pelaku usaha memperoleh manfaat dalam merencanakan strategi pengembangan usaha kopi dengan baik dan benar sehingga tingkat pendapatan dapat ditingkatkan.

Jenis Luaran

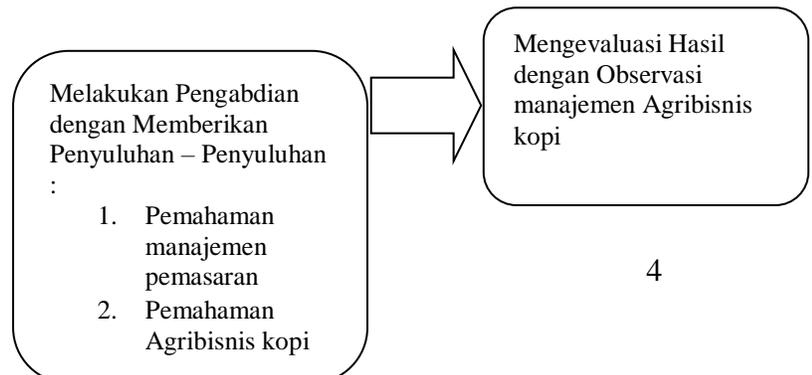
Jenis luaran yang diharapkan adalah meningkatnya pemahaman dan pengetahuan pelaku usaha mengenai strategi apa yang tepat untuk dilakukan dalam usaha pengembangan agribisnis kopi.

Metode Pelaksanaan

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan pelaku usaha adalah melakukan pengabdian dengan memberikan penyuluhan-penyuluhan :

1. Memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada pelaku usaha tentang bagaimana melakukan perencanaan keuangan dengan baik, sehingga menumbuhkan kesadaran pelaku usaha untuk meningkatkan kesadaran mengelola keuangan pribadinya.
2. Mendidik pelaku usaha untuk lebih aktif dan peka terhadap peningkatan skill yang dibutuhkan di dunia kerja dibidang keuangan.
3. Memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada pelaku usaha dalam merencanakan keuangan di masa mendatang dengan baik dan benar sehingga pola konsumtif dapat diturunkan.
4. Terakhir adalah melakukan evaluasi hasil dengan mengobserasi kembali pola rencana keuangan pelaku usaha .

Adapun rangkaian metode pendekatan yang ditawarkan digambarkan sebagai berikut:



Prosedur Kerja

Prosedur kerja untuk mendukung realisasi solusi yang ditawarkan, maka terlebih dahulu melakukan observasi awal di lapangan melakukan pendekatan melalui wawancara dan menemukan fenomena permasalahan. Setelah observasi dan sosialisasi lalu dilakukan pengkajian permasalahan dan menemukan solusi yang hendak ditawarkan, selanjutnya menyusun prioritas tahap-tahap pelaksanaan dan selanjutnya barulah melakukan pengabdian dengan memberikan penyuluhan-penyuluhan. Terakhir adalah melakukan evaluasi asil dengan mengobserasi kembali pola konsumsi masyarakat. Adapun seluruh rangkaian prosedur kerja dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Materi yang digunakan untuk program penerapan pengabdian masyarakat

adalah perencanaan keuangan pribadi. Metode penerapan yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat meliputi :

- a. Ceramah dan Diskusi
 Bahan ceramah (pelatihan) diberikan kepada peserta. Setelah Selesai ceramah dilanjutkan dengan diskusi (tanya jawab) dan praktek langsung. Materi ceramah meliputi pemahaman dalam melakukan manajemen agribisnis kopi.
- b. Tanya jawab
 Setelah dilakukan metode ceramah maka metode selanjutnya adalah dengan melakukan interaksi tanya jawab kepada peserta.

Rencana Kegiatan

Rencana kegiatan yang menunjukkan langkah-langkah solusi adalah :

Tabel 3.1. Rancangan Kegiatan

| No | Hari Ke | Kegiatan | Jumlah Kegiatan | Pelaksana | Sasaran |
|----|-----------------|--|-----------------|----------------|--|
| 1 | Hari ke 1 (Jan) | Observasi Lapangan, wawancara, dan Menemukan Fenomena Permasalahan | 1 kali | Tim Pengabdian | Pelaku usaha , Pelaku usaha dan Petani |
| 2 | Hari ke 2 (Jan) | Mengkaji Permasalahan dan Menemukan Solusi yang Akan ditawarkan | 1 kali | Tim Pengabdian | Tim Pengabdian |
| 3 | Hari ke 3 (Feb) | Penyusunan Tahap – Tahap Pelaksanaan | 1 kali | Tim Pengabdian | Tim Pengabdian |
| 4 | Hari ke 4 (Mar) | Melakukan Pengabdian dengan Memberikan Penyuluhan manajemen agribisnis | 1 kali | Tim Pengabdian | Pelaku usaha , |
| 5 | Hari Ke 5 (Jun) | Mengevaluasi Hasil dengan Observasi Kembali manajemen agribisnis kopi | 1 kali | Tim Pengabdian | Tim Pengabdian |

Uraian Partisipasi Mitra

Dalam hal ini adalah Uraian partisipasi mitra dalam pelaksanaan pengabdian sebagai berikut :

Tabel 3.2. Uraian Partisipasi Kerja

| No | Mitra Terkait | Peran |
|----|----------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Pelaku usaha – Petani Kopi | Objek pengimplementasian pengabdian |

| | | |
|---|--------------------------------|--|
| 2 | Balai Penelitian Kopi Takengon | Mitra pelaku usaha dalam hal memberikan penelitian khususnya produksi kopi |
|---|--------------------------------|--|

Uraian Evaluasi Pelaksanaan Program Pengabdian

Evaluasi pelaksanaan program pengabdian dan keberlanjutannya setelah selesai kegiatan pengabdian dilapangan, dimana akan dilakukan evaluasi hasil dengan observasi kembali manajemen agribisnis oleh tim pengabdian.



4. Hasil Dan Pembahasan

Pengabdian ini dilakukan dengan pendekatan persentase, tanya jawab dan diskusi secara terbuka dengan petani dan pelaku usaha kopi Gayo khususnya keterkaitan pengabdian ini dengan mata kuliah penulis yaitu manajemen Agribisnis pertanian serta keterkaitan pelaku usaha dengan pemahaman mengenai manajemen agribisnis. Sesuai dengan jadwal, metode dan rencana pelaksanaan program yang sudah ditentukan dan setelah melaksanakan program ini pada bulan Januari 2021 lalu dilakukan observasi kembali pada bulan Februari maka diperoleh hasil akhir sebagai berikut :

1. Ceramah dan diskusi, dengan materi ceramah yaitu : pemahaman petani dan pelaku usaha mengenai manajemen agribisnis kopi. Dengan penceramah yaitu Marahadi Siregar. Dimana di dalam ceramah tersebut terjadi dialog diskusi dan tanya jawab antara team pengabdian dengan para peserta. Dimana dalam dialog tersebut peserta mendapatkan informasi dan penyuluhan bagaimana manajemen agribisnis kopi. Banyak yang perlu

- kita lakukan dalam memulai sebuah manajemen agribisnis, beberapa alasannya adalah sebagai berikut :
- a) Belum adanya kegiatan Pembibitan melalui penangkaran bibit
 - b) Adanya Lembaga Pusat Penelitian Kopi untuk Pusat Riset Bibit Unggul yang belum maksimal dirasakan petani.
 - c) Belum tersedianya Pupuk bersubsidi yang optimal yang dapat diperoleh oleh Petani melalui Dinas Pertanian.
 - d) Sifat Pasar Yang terbuka Mengakibatkan tumbuhnya persaingan dari produk lain yang sejenis.
 - e) Belum terjadi jaringan kerjasama antara lembaga yang ada dalam subsistem agribisnis kopi terutama antara petani dan pedagang.
2. Dari pemantauan kembali terhadap manajemen agribisnis kopi maka dapat dilakukan strategi yang bersifat potensial. Kita dapat melakukan dan menyusun alternatif strategi agribisnis kopi di desa Atu Lintang Kabupaten Aceh Tengah takengon, perlu dilakukan terlebih dahulu identifikasi terhadap faktor internal dan faktor eksternal dalam agribisnis kopi Gayo ini. Hal ini dilakukan agar alternatif kebijakan

- yang dihasilkan mampu memberikan solusi dalam menghadapi permasalahan yang dihadapi dalam agribisnis kopi.
3. Karena strategi ini bertujuan untuk pengembangan agribisnis kopi Gayo maka yang akan menjadi fokus dalam pengembangan adalah sistem manajemen agribisnis kopi yang akan diidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada di dalamnya. Faktor internal diidentifikasi sebagai hal-hal yang dapat dikendalikan oleh sistem agribisnis kopi.
 4. Pengembangan Agribisnis terpadu berbasis kopi di setiap wilayah utama penghasil kopi Gayo.
 5. Pembangunan sistem agribisnis kopi didasarkan pada sumberdaya dan budaya lokal, pemanfaatan teknologi ramah lingkungan dan orientasi pasar.
 6. Pembangunan sistem agribisnis kopi robusta diarahkan pada peningkatan daya saing melalui pembinaan perbaikan mutu dan tampilan produk kopi robusta dan olahannya.

Dari hasil program yang telah dijalankan pada pengabdian masyarakat yang diadakan untuk pelaku usaha Kopi Arabica di Desa Atu Lintang Taekngon pada tanggal 5 Januari 2021 yaitu :

| No. | Tahun | Judul Pengabdian Kepada Masyarakat |
|-----|---------------|---|
| 1 | Januari 2020 | Kunjungan pertama untuk pelaksanaan pengabdian di Desa Atu Lintang Taekngon. |
| 2 | Februari 2020 | Pembelian cendera mata untuk acara pengabdian. Pelaksanaan pengabdian yang dilakukan Desa Atu Lintang Taekngon. Proses ceramah dan diskusi. |

| | | |
|---|------------|---|
| 3 | Maret 2020 | Penyusunan file-file dokumentasi baik foto maupun video dalam rangka penulisan laporan akhir pengabdian Desa Atu Lintang Taekngon. Penulisan laporan hasil/akhir pengabdian. Penjilidan laporan hasil. Pengumpulan laporan ke LPPM UNPAB |
| 4 | April 2020 | |

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Dalam kegiatan Pemahaman Pelaku usaha Tentang perencanaan keuangan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Melakukan ceramah dan diskusi yang di sampaikan pemateri bersama team dan dihadiri oleh pelaku usaha dan pelaku usaha dengan materi manajemen agribisnis kopi.
- b. Melalui perumusan strategi maka dalam pengembangan agribisnis kopi Gayo yaitu Pembangunan Sistem Agribisnis Kopi Gayo diarahkan pada peningkatan daya saing melalui pembinaan perbaikan mutu dan tampilan produk kopi dan olahannya. Dari strategi ini diharapkan nanti permasalahan utama agribisnis kopi di kabupaten Aceh Tengah khususnya di desa Atu Lintang yaitu rendahnya kualitas biji kopi yang dihasilkan dan daya saing yang masih lemah dapat diatasi dengan kebijakan-kebijakan yang akan mendatangkan keuntungan bagi petani kopi robusta dan pembangunan ekonomi daerah.

Saran

1. Kopi Gayo sebagai salah satu komoditas unggulan di Kabupaten Aceh Tengah, harus mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah daerah selaku pemegang kebijakan dalam sektor pembangunan.

2. Disarankan pada petani dan pelaku usaha kopi dapat mengembangkan agribisnis kopi dapat memenuhi unsur yang terdapat dalam sistem agribisnis dan berintegrasi.
3. Disarankan pada petani dan pelaku usaha kopi dapat mengkaji lebih dalam masing-masing bagian dalam sistem agribisnis serta dapat mengeluarkan model pengembangan agribisnis kopi jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Admaizon, 2004. Agribisnis Kopi Arabika Kabupaten Solok dengan Pendekatan Kimbun. Solok : Warta Rimbun edisi 2/2004
- Darwanto, 2013, *Peningkatan daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right terhadap Inovasi dan Kreativitas)*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Volume 20, Nomor 2, September, pp. 142 – 149.
- Fatah, A. V. A., 2013, *Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing*. UNIKOM Bandung. Retrieved from http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/634/jbptunikompp-gdl-ahmadviana-31655-10-unikom_a-l.pdf
- Gibbons, Patrick T, et al. , 2003, *Adaptability And Performance Effects Of Business Level Strategies: An Empirical Test*, Irish Marketing Review, Vol. 16 page 57.

- Genova, 2002, *Mengenal Lebih Dekat Kewirausahaan*, Jurnal Ekonomi Perusahaan, STIE IIBI, Jakarta.
- Wulandari, Tri V., 2003, *Analisis Kinerja Pemasaran dan Pengaruhnya terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus di Divisi Pengelolaan Bisnis Katu Bank BNI)*, Tesis, Program Studi Manajemen, PPS Universitas Diponegoro, Semarang.
- Zhou, K. Z., Brown, J. R., & Dev, C. S., 2009, *Market Orientation, Competitive Advantage, and Performance: A Demand-Based Perspective*. *Journal Of Business Research*, 62(11), 1063–1070.
Retrieved from
<http://hdl.handle.net/10722/90572%0AThis>