

**NILAI TAMBAH PENGOLAHAN DAN EFESIENSI SALURAN
PEMASARAN BUBUK KOPI ARABIKA (*Coffea Arabica L.*) STUDI
KASUS Sam's *Coffee* di KABUPATEN SOLOK**

*Added Value Of Processing And Efficiency Of Marketing Channels
Of Arabica Coffee Powder (Coffea Arabica L.) Case Study Sam's
Coffee In Solok Regency*

Dian Fauzi^{1*}, Alvindo Dermawan¹, Dwi Nurhasanah¹

*¹Program Studi Agribisnis, Universitas Tamansiswa
Jl. Tamansiswa No.09 Padang*

**E-mail: dhifauzi439.df@gmail.com*

Naskah diterima: 16/04/2025, direvisi:23/05/2025, disetujui: 11/06/2025

ABSTRAK

Sam's *Coffee* adalah salah satu Usaha kecil menengah (UKM) yang bergerak di bidang pengolahan kopi arabika menjadi bubuk kopi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan Usaha Pengelolaan Bubuk Kopi, nilai tambah yang dihasilkan dari proses pengolahan, saluran pemasaran, serta efisiensi pemasaran yang diterapkan oleh Sam's *Coffee*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dan lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu di Sam's *Coffee*. Data yang digunakan terdiri dari data primer seperti tahun berdiri, jumlah produkti, jumlah tenaga kerja, pengolahan usaha, pendapatan usaha, harga, bahan baku dan sekunder seperti buku, jurnal, artikel, statistik resmi. Analisis data digunakan deskriptif kualitatif dan kuantitatif, dengan pendekatan analisis pendapatan dan keuntungan, analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami, serta analisis saluran dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam setiap siklus produksi, Sam's *Coffee* memperoleh pendapatan sebesar Rp488.650,25 dengan keuntungan bersih Rp402.167,66. Proses pengolahan *cherry* merah menjadi bubuk kopi menghasilkan rasio nilai tambah sebesar 1,56%, menunjukkan kontribusi positif dari pengolahan terhadap peningkatan nilai produk akhir. Dalam hal pemasaran, Sam's *Coffee* menggunakan saluran pemasaran tingkat nol (*Zero Level Channel*), di mana produk dijual langsung kepada konsumen melalui *outlet* dan *platform* digital. Pemasaran juga diperkuat dengan partisipasi dalam *event* dan bazar untuk memperluas jaringan pasar. Analisis efisiensi pemasaran

menunjukkan efisiensi yang sangat tinggi dengan nilai sebesar 0,97%, mengindikasikan bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan relatif rendah sehingga memberikan daya saing harga yang baik di pasar.

Kata-kata Kunci: Bubuk Kopi, Efisiensi Pemasaran, Nilai Tambah, Pendapatan.

ABSTRACT

Sam's Coffee is one of the small and medium industries (IKM) engaged in processing Arabica coffee into coffee powder. This study aims to analyze the income of processed coffee powder products, the added value generated from the processing process, marketing channels, and marketing efficiency applied by Sam's Coffee. Uses a purposive case study method at Sam's Coffee. The data used consists of primary and secondary data. Data analysis was carried out descriptively-qualitatively and quantitatively, with an income and profit analysis approach, added value analysis using the Hayami method, and channel analysis and marketing efficiency. The results of the study showed that in each production cycle, Sam's Coffee earned an income of IDR 488,650.25 with a net profit of IDR 402,167.66. Although the profits obtained are not too large, this business is still profitable and has the potential to develop further through more optimal production cost efficiency and marketing strategies. The process of processing red cherries into coffee powder produces a value-added ratio of 1,56 percent, indicating a positive contribution from processing to increasing the value of the final product. In terms of marketing, Sam's Coffee uses a zero-level marketing channel, where products are sold directly to consumers through outlets and digital platforms. Marketing is also strengthened by participation in events and bazaars to expand the market network. Marketing efficiency analysis shows very high efficiency with a value of 0.97 percent, indicating that the marketing costs incurred are relatively low, thus providing good price competitiveness in the market.

Keywords: Added Value, Coffee Powder, Marketing Efficiency, Revenue

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dibandingkan tanaman perkebunan lainnya serta berperan penting sebagai sumber devisa negara. Selain itu, kopi juga merupakan salah satu komoditas ekspor utama di dunia setelah minyak bumi, Wibowo *et.al* (2022). Di Indonesia, terdapat empat jenis kopi yang dibudidayakan, yaitu kopi Robusta, Arabika, Liberika, dan Ekselsa. Dari keempat jenis tersebut, kopi Robusta dan Arabika adalah yang

paling banyak diperdagangkan serta memiliki nilai ekonomi yang tinggi, Baroh *et.al* (2021).

Kopi Arabika (*Coffea arabica L.*) dikenal sebagai kopi dengan mutu terbaik dibandingkan jenis kopi lainnya. Kopi ini memiliki cita rasa khas yang kuat, tingkat keasaman yang seimbang, serta aroma yang lebih harum, Paloma *et.al* (2020). Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu daerah penghasil kopi Arabika di Indonesia, dengan luas area tanam sebesar 6.215 ha dan total produksi mencapai 4.336 ton yang tersebar di beberapa kabupaten (BPS, 2024).

Kabupaten Solok adalah salah satu daerah penghasil kopi Arabika terbesar kedua di Sumatera Barat dengan rata-rata 1.113. Pengolahan kopi di Kabupaten Solok sebagian besar dilakukan oleh Industri Kecil dan Menengah (IKM). IKM berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mengembangkan ekonomi wilayah melalui produk bernilai tambah seperti bubuk kopi (BPS Kabupaten Solok, 2024). Saat ini, produk pertanian seperti kopi tidak hanya dijual dalam bentuk mentah, tetapi juga diolah terlebih dahulu untuk meningkatkan nilai tambah. Nilai tambah adalah selisih antara nilai produk setelah diolah dan nilai bahan baku serta input yang digunakan dalam proses produksi (Ananda *et al*, 2021)

Proses pengolahan bubuk kopi meliputi beberapa tahapan, yaitu pemanenan *cherry* merah, penjemuran, pengupasan kulit, penjemuran biji kopi, penyangraian, serta penggilingan menjadi bubuk kopi. Pengolahan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk di pasar. Kecamatan Pantai Cermin merupakan wilayah penghasil kopi Arabika tertinggi di Kabupaten Solok dengan luas lahan 757 Ha dan produksi mencapai 745 ton pada tahun 2023. Kecamatan ini juga menjadi sentra pengolahan kopi terbesar di Kabupaten Solok (BPS Kabupaten Solok, 2024).

Salah satu Unit Usaha pengolahan kopi di Kecamatan Pantai Cermin adalah Sam's *Coffee*, yang berlokasi di Jorong Belakang Pasa, Nagari Surian. Sam's *Coffee* merupakan usaha pengolahan kopi Arabika *specialty* yang telah berdiri sejak tahun 2010. Usaha ini memiliki 4 orang tenaga kerja, terdiri dari 1 pemilik, 1 manajer, dan 2 bagian produksi. Dalam satu bulan, Sam's *Coffee* melakukan produksi sebanyak 4 kali. Setiap produksi mengolah sekitar 190 kg *cherry* merah menjadi 14 kg *green beans* dan 12 kg bubuk kopi siap jual. *Green beans* dijual dengan harga Rp120.000 per kg, sedangkan bubuk kopi dijual seharga Rp240.000 per kg. Pengolahan menjadi bubuk kopi memberikan penerimaan yang lebih tinggi dibandingkan menjual dalam bentuk *green beans*.

Meskipun memiliki potensi nilai tambah yang tinggi, pemasaran bubuk kopi di Sam's *Coffee* masih belum optimal. Pemasaran yang dilakukan langsung ke konsumen akhir, sedangkan *green beans* dipasarkan lebih luas hingga ke luar daerah.

Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran bubuk kopi masih terbatas, meskipun produk ini memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Saluran pemasaran yang terbatas dan biaya distribusi yang relatif tinggi turut menjadi kendala dalam peningkatan pendapatan pelaku usaha (Hidayat *et al.*, 2020).

Berdasarkan perumusan masalah maka, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan produk olahan bubuk kopi di Sam's *Coffee*, menganalisis nilai tambah biji kopi menjadi produk olahan bubuk kopi yang dihasilkan oleh Sam's *Coffee*, menganalisis saluran pemasaran produk olahan bubuk kopi di Sam's *Coffee*, menganalisis efisiensi pemasaran bubuk kopi di Sam's *Coffee*.

METODOLOGI

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha pengolahan kopi Sam's *Coffee* yang berlokasi di Kecamatan Pantai Cermin ini dilaksanakan pada bulan Desember 2024, Kabupaten Solok. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) karena Sam's *Coffee* merupakan salah satu usaha pengolahan kopi yang telah lama berdiri dan masih aktif memproduksi bubuk kopi hingga saat ini.

Metode Analisis

Jenis data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu: Data primer dan data Sekunder. Teknik pengumpulan data, Peneliti langsung ke lapangan untuk melakukan observasi, wawancara menggunakan kuisioner yang dilaksanakan saat pengumpulan data. Metode analisis yang digunakan untuk menghitung pendapatan dan keuntungan yaitu menghitung biaya tetap, biaya penyusutan, biaya variabel, analisis penerimaan, pendapatan, keuntungan dan HOK. Untuk menganalisis nilai tambah dalam penelitian ini menggunakan Metode Hayami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha Sam's *Coffee*

Sam's *Coffee* (Sumatera Arabika Minang Solok *Coffee*) adalah sebuah industri perorangan yang bergerak di bidang kopi arabika *specialty*. Usaha ini didirikan pada tahun 2010 oleh Bapak Edranovit, seorang lulusan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA) Universitas Riau. Dengan latar belakang pendidikan yang cukup berbeda dengan dunia kopi, Bapak Edranovit merasa tertarik untuk kembali ke kampung halamannya di Kabupaten Solok, Sumatera Barat, guna melanjutkan usaha pengolahan kopi arabika yang sebelumnya telah dirintis oleh orang tuanya.

Pada awal berdiri di tahun 2010, *Sam's Coffee* dikelola secara mandiri oleh Bapak Edranovit dengan modal pribadi. Bahan baku kopi berasal dari kebun milik keluarga yang terletak di belakang rumah. Saat itu, bahan baku yang diolah sebanyak 138 kg *cherry* merah, yang kemudian menghasilkan 10 kg *green bean* dan 7 kg bubuk kopi. Harga bubuk kopi pada masa awal berdirinya dipatok sebesar Rp200.000/Kg, sementara harga *green bean* saat itu adalah Rp110.000/Kg. Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya permintaan, harga produk pun mengalami penyesuaian. Saat ini, harga *green bean* telah meningkat menjadi Rp120.000/Kg, sedangkan harga bubuk kopi kini mencapai Rp240.000/Kg, mencerminkan peningkatan nilai tambah dan kualitas produk yang semakin terjaga.

Kebutuhan bahan baku pun bertambah. Untuk mengatasi hal tersebut, pada tahun 2014, *Sam's Coffee* mulai bekerja sama dengan petani kopi lokal dan membentuk Gapoktan Surian Permai. Melalui kolaborasi ini, *Sam's Coffee* juga aktif mendorong petani agar lebih serius mengembangkan budidaya kopi arabika berkualitas. Perkembangan usaha yang konsisten membawa *Sam's Coffee* terus bertumbuh, jumlah bahan baku yang diolah meningkat menjadi 190 kg *cherry* merah, yang menghasilkan 14 Kg *green bean* dan 12 Kg bubuk kopi. Rasio konversi ini menunjukkan bahwa dari setiap 190 kg *cherry* merah, dihasilkan sekitar 12 Kg bubuk kopi, yang mencerminkan tingkat efisiensi proses pengolahan yang telah dioptimalkan seiring waktu. Hal ini sejalan dengan penelitian Pratama dan Yulianto (2022) yang menyatakan bahwa penerapan standar proses mulai dari pemetikan *cherry* merah, fermentasi, hingga pengeringan berpengaruh signifikan terhadap tingkat rendemen dan kualitas akhir bubuk kopi.

Komitmen *Sam's Coffee* dalam menghadirkan kopi arabika berkualitas tinggi didukung oleh pengalaman keluarga, tradisi pengolahan kopi yang sudah berlangsung turun-temurun, serta perhatian serius terhadap aspek keberlanjutan dan mutu produk.

Visi *Sam's Coffee*

Menjadi produsen kopi specialty organik tingkat dunia dengan standar mutu dan kualitas terbaik.

Misi *Sam's Coffee*

Menghasilkan kopi specialty dengan mutu berstandar dunia. Menjadi eksportir kopi specialty organik terkemuka di Indonesia. Meningkatkan kualitas hasil produktif dengan standar kualitas yang lebih baik.

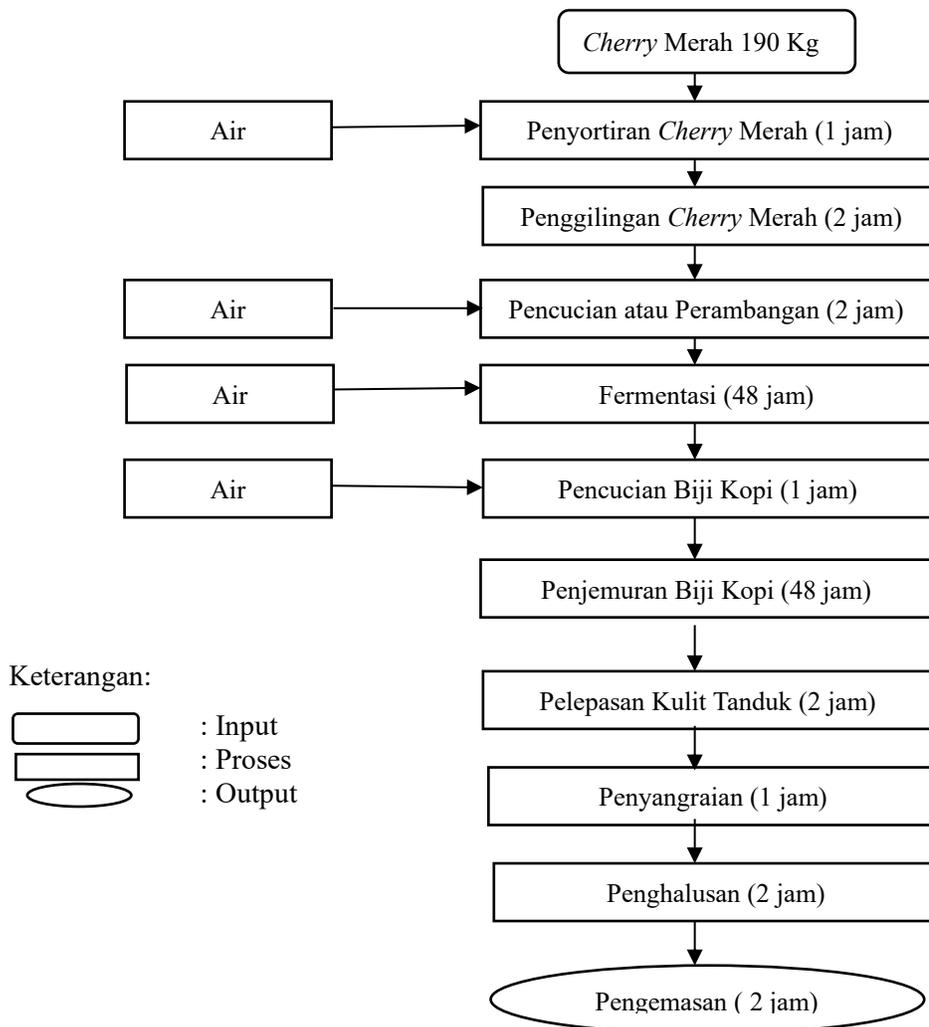
Pengolah Sam's Coffee

Sam's *Coffee* memiliki struktur yang lebih sederhana dibandingkan dengan perusahaan besar, namun keberadaan struktur organisasi tetap sangat penting untuk memastikan kelancaran operasional dan pengelolaan yang efisien. Sam's *Coffee* tidak memiliki struktur organisasi secara tertulis. Sam's *Coffee* memiliki 4 tenaga kerja, terdiri dari 1 pemilik, 1 manajer, dan 2 orang bagian produksi.

Aspek operasional

1. Bangunan, yang digunakan untuk pengolahan bubuk kopi ini adalah milik pribadi, terpisah dari rumah tempat tinggal pemilik. Struktur bangunan untuk usaha ini dibangun secara semi permanen, dengan sebagian dindingnya terbuat dari kayu dan kawat.
2. Peralatan dan Mesin, peralatan adalah segala jenis alat atau benda yang digunakan untuk menunjang atau mempermudah pelaksanaan suatu pekerjaan atau aktivitas. Berikut adalah alat-alat yang digunakan oleh Sam's *Coffee* dalam proses pengolahan cherry menjadi bubuk kopi (timbangan duduk 100 kg, mesin *pulper*, bak pencucian, Rumah Pengering, mesin *huller*, *grader*, mesin *roaster*, mesin penggiling, timbangan digital kopi, mesin *sealer*, baskom, ember *roasting*, sendok/scop).
3. Bahan Baku, merupakan komponen yang sangat penting dalam setiap proses produksi, karena keberlangsungan dan kelancaran suatu usaha sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku yang memadai. Pada usaha Sam's *Coffee*, bahan baku utama yang digunakan dalam proses pembuatan kopi diperoleh dengan cara membeli langsung dari petani yang telah menjalin kerja sama dengan Gapoktan Surian Permai.
4. Tenaga Kerja, merupakan salah satu faktor penting dalam proses produksi. tenaga kerja yang terlibat berasal dari masyarakat sekitar dan merupakan tenaga kerja luar keluarga. Terdapat 4 orang tenaga kerja, yang terdiri dari pemilik usaha dan manajer yang ikut serta dalam pengolahan bubuk kopi, serta dua orang tenaga kerja perempuan. Upah yang diterima oleh para buruh adalah Rp100.000 untuk tenaga kerja laki-laki dan Rp75.000 untuk tenaga kerja perempuan.

Proses pengolahan *cherry* merah menjadi bubuk kopi



Gambar 1. Diagram Aliran Produksi *Cherry* Merah Menjadi Bubuk Kopi di Sam's Coffee

Tahap- tahap proses pengolahan kopi cherry menjadi kopi bubuk antara lain :

1. Penyortiran cherry merah merupakan tahap awal yang sangat penting , sebelum proses pengolahan lebih lanjut menjadi bubuk kopi. Memastikan hanya buah yang matang sempurna, bebas dari cacat, dan memiliki kualitas terbaik yang dipilih. Proses ini dilakukan selama ± 1 jam.
2. Penggilingan *cherry* merah dilakukan menggunakan mesin *pulper* dengan tujuan untuk memisahkan biji kopi dari daging buahnya, sehingga hanya biji kopi yang bersih dan siap untuk diproses lebih lanjut. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, proses penggilingan ini berlangsung selama ± 2

jam.

3. Pencucian atau perambangan, biji kopi jatuh ke dalam bak pencucian atau perambangan yang terhubung langsung dengan mesin *pulper*, untuk memastikan daging buah yang tersisa dapat terpisah sepenuhnya dari biji kopi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pencucian atau perambangan ini dilakukan selama ± 2 jam.
4. Fermentasi biji kopi di Sam's *Coffee* dilakukan untuk menghilangkan lapisan lendir pada kulit kopi, sehingga menghasilkan biji yang lebih bersih dan mengurangi cita rasa pahit, proses fermentasi ini berlangsung selama ± 48 jam, namun tenaga kerja hanya bekerja selama ± 30 menit, kegiatan berupa merendam biji kopi di dalam baskom berisi air.
5. Pencucian kedua untuk menghilangkan sisa-sisa fermentasi dan memastikan biji kopi benar-benar bersih sebelum melanjutkan ke proses berikutnya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, proses pencucian kedua ini dilakukan selama ± 1 jam.
6. Penjemuran, biji kopi bertujuan untuk mengurangi kadar air pada biji kopi hingga mencapai kelembaban yang ideal, sehingga biji kopi dapat disimpan dengan baik tanpa risiko kerusakan atau pertumbuhan jamur. Selain itu, penjemuran yang tepat juga mempengaruhi rasa dan kualitas kopi yang dihasilkan. Proses penjemuran biji kopi di Sam's *Coffee* berlangsung selama ± 48 jam, namun tenaga kerja hanya bekerja selama ± 2 jam kegiatan yang dilakukan berupa menjemur biji kopi di rumah pengering.
7. Pelepasan kulit tanduk biji kopi dilakukan untuk menghilangkan lapisan pelindung keras yang masih menempel pada biji kopi setelah proses penjemuran. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menghasilkan biji kopi yang lebih bersih dan siap untuk tahap penyangraian. pelepasan kulit tanduk ini menggunakan mesin *huller* dan berlangsung selama ± 2 jam.
8. Penyangraian biji kopi dilakukan untuk mengembangkan aroma dan rasa kopi yang khas, serta mengubah biji kopi menjadi lebih garing dan siap untuk digiling menjadi bubuk kopi, penyangraian dilakukan menggunakan mesin *roaster* selama ± 1 jam.

9. Penghalusan biji kopi yang sudah disangrai bertujuan untuk mengubah biji kopi yang telah matang menjadi bubuk kopi yang halus, siap untuk diseduh, proses penghalusan ini berlangsung selama ± 2 jam.
10. Pengemasan bubuk kopi di *Sam's Coffee* dilakukan untuk memastikan bahwa kopi yang telah melalui serangkaian proses pengolahan tetap terjaga kualitasnya dan siap untuk dikonsumsi, pengemasan ini memakan waktu selama ± 2 jam.

Analisis Perhitungan Pendapatan Dan Keuntungan Bubuk Kopi Di *Sam's Coffee*

Biaya Tetap

Dalam pengolahan cherry merah menjadi bubuk kopi di *Sam's Coffee*, biaya tetap terdiri dari dua komponen utama, yaitu biaya penyusutan peralatan dan biaya tenaga kerja dalam keluarga (TKDK) biaya penyusutan peralatan sebesar Rp55.232,59 mencerminkan penurunan nilai ekonomi dari peralatan yang digunakan. Penyusutan ini terjadi akibat pemakaian rutin dalam jangka waktu tertentu, sehingga perlu diperhitungkan dalam perhitungan biaya produksi. Sementara itu, biaya tenaga kerja dalam keluarga (TKDK) sebesar Rp31.250 merupakan biaya tetap yang dikeluarkan untuk tenaga kerja keluarga yang terlibat dalam proses produksi. (Wijaya *et al.* (2021) menyatakan bahwa penyusutan peralatan berkontribusi signifikan terhadap total biaya produksi kopi, sehingga strategi pemeliharaan dan optimalisasi penggunaan mesin menjadi faktor kunci dalam efisiensi usaha.

Biaya Variabel

Biaya variabel dalam produksi bubuk kopi di *Sam's Coffee* meliputi berbagai komponen penting yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung. Komponen terbesar adalah biaya bahan baku sebesar Rp1.900.000 yang berupa cherry merah sebagai bahan utama pembuatan bubuk kopi. Selain bahan baku, terdapat biaya tenaga kerja luar keluarga sebesar Rp141.250 yang dibayar berdasarkan jam kerja atau jumlah produksi yang dihasilkan. Selanjutnya, biaya produksi juga mencakup penggunaan air sebesar Rp2.493,75 dan listrik sebesar Rp4.356, yang masing-masing digunakan dalam proses pencucian dan pengolahan, serta untuk mengoperasikan mesin produksi seperti mesin roasting dan mesin penggiling. Biaya gas sebesar Rp 11.500, diperlukan untuk proses pemanggangan biji kopi, yang sangat menentukan kualitas dan cita rasa akhir produk.

Selain proses produksi, pengemasan juga menjadi bagian penting yang memerlukan biaya sebesar Rp 4.000 untuk plastik 10 kg dan Rp 27.750 untuk standing

pouch. Pengemasan yang baik tidak hanya melindungi produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik di mata konsumen. Terakhir, terdapat biaya perawatan mesin sebesar Rp300.000 yang diperlukan agar mesin-mesin produksi dapat berfungsi optimal dan terhindar dari kerusakan yang menghambat proses produksi. Secara keseluruhan, total biaya variabel yang dikeluarkan dalam produksi bubuk kopi di Sam's Coffee mencapai Rp2.391.349,75. Biaya variabel ini bersifat dinamis karena akan berubah mengikuti jumlah produksi yang dilakukan.

Tabel 1. Tabel Pendapatan dan Keuntungan Sam's Coffee

Uraian	Biaya (Rp/Kg)
Harga bubuk kopi	240,000
Produksi	12
Biaya Tetap	86,482.59
Biaya Variabel	2,391,349.75
Biaya Total	2,477,832.34
Penerimaan	2,880,000
Pendapatan	488,650.25
Keuntungan	402,167.66

Sumber: Data Primer (2025), diolah.

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa dalam satu kali produksi, Sam's Coffee memperoleh pendapatan dari penjualan 12 Kg bubuk kopi, yang dijual dengan harga Rp240.000/Kg. Total penerimaan dari penjualan ini adalah Rp2.880.000. Setelah dikurangi biaya variabel sebesar Rp2.391.349,75, usaha ini memperoleh pendapatan sebelum dikurangi biaya tetap sebesar Rp488.650,25. Setelah semua biaya diperhitungkan, keuntungan bersih yang didapatkan Sam's Coffee dalam 1 kali produksi adalah Rp402.167,66. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmawati *et.al* (2021) menyatakan bahwa usaha kopi bubuk dengan skala kecil tetap menguntungkan, tetapi biaya bahan baku yang tinggi sering menjadi tantangan utama. Fitriani *et.al* (2023) menyatakan bahwa pengolahan kopi menjadi bubuk memberikan nilai tambah lebih tinggi dibandingkan menjual kopi dalam bentuk biji hijau.

Analisis Nilai Tambah Pengolahan Bubuk Kopi Di Sam's Coffee

Analisis nilai tambah mengukur peningkatan nilai ekonomi dari proses pengolahan bubuk kopi di Sam's Coffee. Evaluasi ini mencakup faktor konversi, koefisien tenaga kerja, harga jual, serta biaya bahan baku dan input lain untuk menilai efisiensi dan profitabilitas usaha. Dengan memahami nilai tambah yang dihasilkan, dapat ditentukan sejauh mana proses produksi memberikan manfaat ekonomi bagi

pelaku usaha dan tenaga kerja yang terlibat.

Tabel 2. Nilai Tambah Bubuk Kopi di Sam's Coffee Per 1 Kali Produksi

No	Variabel	Kode	Nilai
	Output, Input, Harga		
1.	Hasil Produksi Bubuk Kopi (Kg) per proses produksi	A	12
2.	Penggunaan Cherry Merah (Kg) per proses produksi	B	190
3.	Penggunaan Tenaga Kerja (HOK) per proses	C	1,93
4.	Faktor - faktor konversi	$D = A/B$	0,06
5.	Koefisien tenaga kerja (HOK/kg)	$E = C/B$	0,010
6.	Harga Bubuk kopi per Kg (Rp/Kg)	F	240.000
7.	Upah rata- rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G	17.250
Pendapatan dan Keuntungan (Rp/Kg)			
8.	Harga bahan baku (cherry merah) (Rp/Kg)	H	10.000
9.	Sumbangan input lain (Rp/Kg)	I	4.174,98
10.	Nilai output (per kg input cherry merah)	$J = DXF$	14.400
11.	a. Nilai tambah (pendapatan) per kg bubuk kopi (Rp)	$K = J - I - H$	225,02
	b. Rasio Nilai Tambah (Rp/Kg output)	$L\% = K/J \times 100\%$	1,56
12.	a. Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M = E \times G$	172,50
	b. Bagan tenaga kerja (Rp/kg)	$N\% = (M/K) \times 100\%$	76,66
13.	a. Keuntungan (Rp/kg)	$O = K - M$	52,52
	b. Tingkat keuntungan (%)	$P\% = (O/K) \times 100\%$	23,34
Balas Jasa Untuk Faktor Produksi			
14.	Marjin keuntungan (Rp/kg)	$Q = J - H$	4.400
	a. Pendapatan tenaga kerja (%)	$R = (M/Q) \times 100\%$	3,92
	b. Sumbangan input lain (%)	$S = (I/Q) \times 100\%$	94,89
	c. Keuntungan Usaha (%)	$T = (O/Q) \times 100\%$	1,19

Sumber: Data Primer (2025), diolah.

Berdasarkan Tabel 2, dalam satu kali produksi bubuk kopi, Sam's Coffee menghasilkan 12 kg bubuk kopi dari 190 kg *cherry* merah sebagai bahan baku, dengan kebutuhan tenaga kerja sebesar 1,93 HOK, dengan faktor konversi 0,06 dan koefisien tenaga kerja 0,010 HOK/Kg bahan baku. Harga jual bubuk kopi ditetapkan Rp240.000/Kg, sementara harga bahan baku Rp10.000/Kg dan upah tenaga kerja Rp17.250/HOK. Sumbangan input lainnya, seperti gas, air, listrik, dan kemasan, mencapai Rp4.008,31 per kg bahan baku. Nilai *output* dari pengolahan *cherry* merah mencapai Rp14.400,00 per kg bahan baku, menghasilkan nilai tambah sebesar Rp225,02 per kg bubuk kopi, dengan rasio nilai tambah 1,56%. Tenaga kerja berkontribusi Rp172,50 per kg bubuk kopi atau 76,66 % dari nilai tambah, sedangkan keuntungan usaha mencapai Rp52,52 per kg, atau 23,34% dari nilai tambah. Margin keuntungan per kg *cherry* merah yang diolah mencapai Rp4.400, dengan distribusi terbesar untuk input lainnya sebesar 94,89%. Keuntungan usaha menyumbang 1,19%

sedangkan tenaga kerja hanya 3,92%. Ini menunjukkan bahwa biaya input seperti bahan baku dan kemasan memiliki porsi terbesar, sementara kontribusi tenaga kerja relatif kecil. Agustin *et.al* (2020) menyatakan bahwa pengolahan kopi di sektor hulu memberikan nilai tambah yang besar bagi petani kopi, serupa dengan hasil yang ditemukan dalam penelitian ini.

Analisis Saluran Pemasaran Bubuk Kopi Di Sam's Coffee

Saluran pemasaran bubuk kopi di Sam's Coffee dalam memasarkan produk bubuk kopi mereka adalah saluran distribusi tingkat nol (*Zero Level Channel*). Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut mengenai pola pemasaran yang diterapkan oleh SAM'S Coffee dengan saluran distribusi tingkat nol.



Gambar 2. Saluran Pemasaran Bubuk Kopi Tingkat 0

Pemasaran bubuk kopi di Sam's Coffee menggunakan saluran distribusi tingkat nol, yaitu menjual langsung kepada konsumen tanpa perantara. Penjualan dilakukan melalui dua cara utama, yaitu langsung di *outlet* dan melalui platform *online*. Strategi ini memberikan beberapa keuntungan, seperti menekan biaya distribusi, menjaga kualitas produk, serta memberikan kemudahan akses bagi konsumen, baik yang datang langsung maupun memesan secara online. Selain itu, Sam's Coffee juga aktif mengikuti event dan bazar di Sumatera Barat, terutama. Melalui *event* tersebut, mereka memperkenalkan produk, membangun brand awareness, serta memberikan kesempatan konsumen mencicipi kopi secara langsung. Partisipasi ini juga membuka peluang menjalin relasi bisnis dengan mitra baru serta mendapatkan masukan langsung dari konsumen untuk pengembangan produk dan strategi pemasaran ke depan. Menurut Suryani dan Wijaya (2022) pendekatan distribusi langsung ini efektif memperkenalkan produk, mengurangi ketergantungan pada perantara, serta memperluas jangkauan pasar.

Analisis Efisiensi Pemasaran Bubuk Kopi Di Sam's Coffee

Pada Sam's Coffee, efisiensi pemasaran dapat dilihat dari perbandingan antara biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan harga jual produk kepada konsumen. Pada tabel 3, diperlihatkan rincian biaya pemasaran untuk produk bubuk kopi yang dijual melalui saluran distribusi tingkat nol. Saluran distribusi tingkat nol berarti bahwa produk dijual langsung oleh produsen kepada konsumen tanpa melibatkan perantara seperti pengecer atau distributor, yang memungkinkan perusahaan untuk

mengurangi biaya distribusi tambahan.

Tabel 3. Efisiensi Pemasaran Bubuk Kopi di Sam's Coffee

No	Uraian	Price (Rp)
	Saluran Pemasaran Tingkat Nol (0)	
1	Produsen	
	Harga Jual/kg (Hp)	Rp 240.000,00
	Biaya Pemasaran	
	<i>Standing Pouch</i>	Rp 2.312,5
	Timbangan digital	Rp 21,39
	Total Biaya (Tb)	Rp 2.333,89
	Harga Beli Konsumen (Hk)	Rp 240.000,00
2	Margin Pemasaran (Nj)	M = Hk-Hp M = Rp240.000,00-Rp240.000,00 M = Rp0,-
4.	Efisiensi Pemasaran	$E_p = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Harga Eceran}} \times 100\%$ $E_p = \frac{Rp2.333,89}{Rp240.000,00} \times 100\%$ $E_p = 0,97\%$

Sumber: Data Primer (2025), diolah.

Berdasarkan Tabel 3, efisiensi pemasaran bubuk kopi di Sam's Coffee menunjukkan nilai yang sangat rendah, yaitu sebesar 0,97%. Efisiensi pemasaran dihitung dengan membandingkan biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan harga jual produk kepada konsumen. Dalam hal ini, biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Sam's Coffee sebesar Rp2.333,89, sementara harga jual kopi kepada konsumen adalah Rp240.000/Kg. Dengan demikian, efisiensi pemasaran yang diperoleh adalah 0,97% yang berarti biaya pemasaran sebesar 0,97% dari harga jual produk. Angka ini menunjukkan bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Sam's Coffee sangat kecil jika dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk. Nilai efisiensi pemasaran lebih kecil dari 5%, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran bubuk kopi di Sam's Coffee sangat efisien. Sejalan dengan penelitian Rizki dan Sari (2019) bahwa distribusi langsung melalui saluran tingkat nol mengurangi biaya pemasaran dan distribusi, karena tidak ada biaya tambahan yang harus dikeluarkan untuk pengecer atau distributor.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Sam's Coffee memperoleh keuntungan bersih sebesar Rp402.167,66 dari pendapatan Rp488.650,25 dalam setiap siklus produksi, hal tersebut menunjukkan usaha ini menguntungkan meskipun skalanya belum besar. Pengolahan cherry merah menjadi bubuk kopi memberikan nilai tambah signifikan dengan rasio 1,56%, meskipun efisiensi tenaga kerja masih perlu ditingkatkan untuk menekan biaya per kilogram. Usaha ini menggunakan saluran pemasaran tingkat nol melalui penjualan langsung di outlet dan platform digital, dengan efisiensi pemasaran tinggi sebesar 0,97%, menandakan biaya distribusi yang rendah dan daya saing harga yang baik. Untuk pengembangan usaha, disarankan agar Sam's Coffee memperluas jaringan distribusi melalui kerja sama dengan pengecer atau distributor, mengikuti event yang sesuai target pasar, serta meningkatkan strategi pemasaran digital, pengemasan, dan kualitas produk secara konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Baroh, I., Selby Hamzah, M., & Harpowo, H. (2021). Analisis Pemasaran Biji Kopi Robusta di Desa Jambuwer Kecamatan Kromengan Kabupaten Malang. *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 4(1), 65–74.
- Ananda *et al.* (2021). Nilai Tambah dan Efisiensi Pemasaran Bubuk Kopi Janggut di Jorong Sungai Lambai Kanagarian Lubuk Gadang Selatan Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan. 3(2), 53–62.
- Asmarantaka, R. (2012). *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Departement Agribisnis. *Fakultas Ekonomi dan Manajemen*. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- BPS Kab. Solok. (2024). *Data Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Kopi Arabika di Kabupaten Solok 2024*. 1–660. 8/kabupaten-solok-dalam-angka-2023.html
- BPS Sumbar. (2024). *Data Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Kopi Arabika di Sumatera Barat 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Hidayat, M. R., Wathoni, N., & Amiruddin, A. (2020). Analisis Nilai Tambah Dan Pemasaran Kopi Organik: Studi Kasus Pada Kelompok Tani Mule Paice Di Desa Batu Mekar Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. *Agroteksos*, 30(3), 161.
- Paloma, C., Yusmarni, Y., Utami, A. S., & Hasnah, H. (2020). Pengaruh Aksesibilitas Pembiayaan Terhadap Pendapatan Petani Kopi Di Lembah Gumanti, Kabupaten Solok. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 19(2), 301–314.
- Pratama, A., & Yulianto, H. 2022. *Pengaruh Standar Pascapanen terhadap Rendemen dan Kualitas Kopi Arabika Specialty di Sumatera Barat*. *Jurnal Teknologi dan Industri*

Pangan, 33(1), 67-75.

Rizki, M. & Sari, N. (2019). Efektivitas Saluran Distribusi Langsung dalam Industri Kopi di Indonesia: Studi Kasus di Jawa Barat. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 17(3), 234-247.

Soekartawi. (2002). *Panduan Membuat Usaha Proyek Pertanian dan Perdesaan*. Yogyakarta: PT. Bumi Aksara.

Suryani, T. & Wijaya, R. (2022). Studi Tentang Efisiensi Pemasaran Produk Kopi dengan Saluran Distribusi Langsung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 128-137.

Wijaya, R., Suprpto, H., & Lestari, D. (2021). Analisis Penyusutan Peralatan dan Implikasinya terhadap Biaya Produksi Kopi Bubuk. *Jurnal Teknologi Pangan dan Agroindustri*, 14(3).98-113.