

MEMBANGUN KEMITRAAN USAHA KOPI BERKELANJUTAN: Suatu Gagasan¹

Oleh Gede Sedana²
Email: gedesedana@gmail.com

¹ Materi yang disampaikan pada Seminar tentang Membangun Agribisnis dalam peningkatan Pendapatan Pertanian yang diselenggarakan oleh Fakultas Pertanian Universitas Dwijendra, di Denpasar, 21 Juni 2019.

² Lektor Kepala pada Fakultas Pertanian Universitas Dwijendra Denpasar

I PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peranan yang signifikan di dalam perekonomian negara-negara yang sedang berkembang. Subsektor perkebunan di Indonesia mampu berkontribusi terhadap devisa negara selain memenuhi kebutuhan industri di dalam negeri. Salah satu komoditas perkebunan yang menjadi andalan di Indonesia adalah kopi (Widya, *et al*, 2019). Produk kopi di Indonesia memiliki cita rasa spesifik dan bervariasi sesuai dengan kondisi geografisnya (Supriadi dan Pranowo, 2015; Ayelign *et al.*, 2013). Beberapa kopi spesialti yang dikenal di Indonesia adalah Kopi Kintamani, Kopi Gayo, Kopi Toraja, Kopi Bajawa, Kopi Manggarai dan kopi lainnya (Sedana dan Astawa, 2016). Sesuai dengan ketinggian lokasi lahan perkebunan kopi, terdapat dua jenis kopi yang umumnya ditanam oleh para petani di Indonesia, yaitu Kopi Robusta dan Kopi Arabika. Secara ekonomis, kopi merupakan komoditas yang diperdagangkan secara internasional dimana permintaannya semakin meningkat setiap tahun dengan pangsa pasarnya adalah Asia, Eropa maupun Amerika. Indonesia termasuk empat negara terbesar di dunia sebagai penghasil kopi (Kustari, 20027; Meiri, *et al*, 2013).

Di beberapa negara penghasil kopi, petani produsen mengelola tanaman kopinya untuk berbagai fungsi seperti sosial, budaya, ekonomi, dan lingkungan (Kilian *et al.* 2006). Bagi petani kecil, usahatani kopi menjadi sumber pokok penerimaan bagi keluarganya (Mutandwa *et al.* 2009). Pengelolaan usahatani kopi di lahan yang relatif sempit memerlukan manajemen usahatani yang baik untuk memperoleh nilai tambah dan meningkatkan pendapatan para petani. Pengelolaan usahatani kopi di tingkat petani sebagian besar belum berorientasi secara komersial selain teknologi budidaya yang dilakukan masih relatif rendah sehingga rata-rata produksinya masih rendah (Gisaro, *et al*, 2013). Beberapa hasil studi menunjukkan bahwa rendahnya produktivitas kopi disebabkan oleh kurang optimalnya kemitraan usaha yang dilakukan antara para petani dengan perusahaan kopi yang berbisnis baik di tingkat nasional maupun internasional, sehingga rantai pasok pasar tidak berjalan secara berimbang (Bellemare and Barrett 2006; Key, Sadoulet, and Janvry 2000; Fafchamps and Hill 2005).

Selain itu, rendahnya produktivitas kopi dan kualitas buah dan biji kopi yang dihasilkan oleh petani disebabkan karena terbatasnya penerapan teknologi budidaya kopi di tingkat petani, keterbatasan teknologi pengolahan, rendahnya keterampilan teknis dalam penyimpanan kopi (Gathura, 2013; Megerssa, 2012). Sementara itu, para petani kopi di beberapa Negara berkembang juga sering mengalami permasalahan dalam pengelolaan usahatani kopi, seperti serangan serangga hama dan penyakit, rendahnya harga kopi di tingkat petani, dan terbatasnya sarana dan prasarana yang digunakan untuk pengendalian hama dan penyakit tanaman, serta kurangnya tenaga yang terampil (Minh *et al.*, 2016; Palmiro and Rossi, 2016; Acharya and Shiva 2014; Poudel, *et al*, 2009).

Selain itu, dukungan dari berbagai stakeholder yang juga sebagai aktor pasar belum memiliki keterkaitan yang saling menguntungkan. Masing-masing pihak atau aktor pasar melakukan aktivitas pasarnya tanpa didasari oleh adanya hubungan kemitraan yang saling berbagi peran untuk memperoleh keuntungan yang proporsional. Di negara-negara yang sedang berkembang termasuk di Indonesia, ditemukan adanya kelemahan petani dalam proses pemasaran produk-produknya seperti kopi. Para petani memiliki posisi tawar yang lemah atau *weak bargaining position* terhadap pelaku pasar lainnya (Courtois and Subervie, 2014). Mereka sulit untuk dapat menentukan harga produknya sehingga “pasrah” menerima harga yang ditentukan oleh para pedagang pengumpul, pedagang besar termasuk eksportir. Terdapat beberapa faktor yang mengakibatkan terjadinya situasi seperti ini, di antaranya adalah lokasi produksi yang sulit dijangkau, keterbatasan informasi pasar, kualitas produk yang dihasilkan belum maksimal, kebutuhan tunai di tingkat keluarga petani, dan lain sebagainya. Diperlukan adanya intervensi pemerintah untuk memfasilitasi peran serta para petani kecil dan kelompok petani, dan juga pelaku bisnis lainnya dalam rantai pasar kopi, sehingga produk yang dihasilkan memiliki daya saing yang tinggi (Arifin, 2013; Webber dan Labaste, 2010). Untuk mempertahankan bisnis, produsen kopi harus memiliki kapasitas dan kemampuan yang baik untuk memproduksi dan memproses produk mereka dengan nilai tambah dan harga tinggi di pasar. Oleh karena itu, diperlukan adanya upaya untuk membangun kemitraan

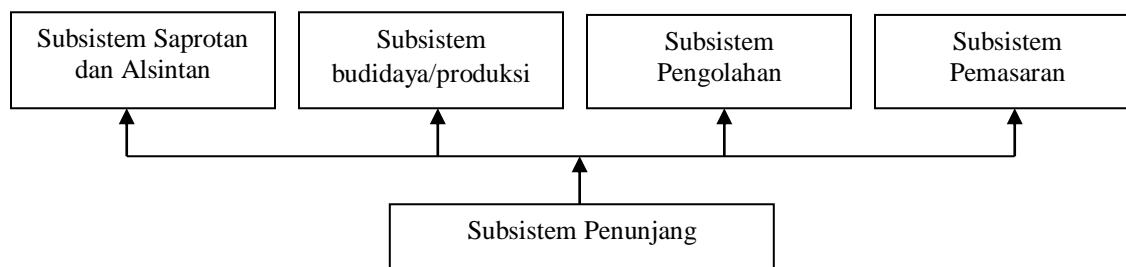
usaha yang mempertautkan aktor-aktor pasar dalam pengembangan kopi guna menjamin peningkatan pendapatan petani. Artikel ini bertujuan untuk memberikan gambaran konsep membangun kemitraan usaha kopi yang berkelanjutan.

II Konsep Membangun Kemitraan Usaha Kopi di Bali

Secara konsep, sistem agribisnis dapat dimaknai sebagai suatu keseluruhan aktivitas yang diawali dari pengadaan, penyediaan dan distribusi sarana produksi, alat dan mesin pertanian sampai pada pemasaran produk-produk yang dihasilkan oleh kegiatan usahatani dan agroindustri yang memiliki keterkaitan di antara yang satu dengan yang lainnya. Selain itu, agribisnis dapat juga diartikan sebagai suatu konsep yang utuh dan menyeluruh mulai dari persiapan produksi, proses produksi, pengolahan produk, pemasaran produk dan kegiatan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Oleh karena itu, agribisnis merupakan keseluruhan kegiatan bisnis di bidang pertanian (dalam arti luas) yang mana setiap kegiatan tersebut memiliki keterkaitan dan saling tergantung satu dengan yang lainnya. Kegiatan-kegiatan tersebut berada dalam beberapa subsistem, yaitu: (i) sub-sistem pengadaan dan distribusi sarana produksi, alat dan mesin pertanian; (ii) sub-sistem usahatani atau *on-farm*; (iii) sub-sistem pengolahan dan penyimpanan produk (agroindustri); (iv) sub-sistem pemasaran; dan (v) sub-sistem penunjang. Sub-sistem penunjang ini mencakup berbagai sektor yang mendukung terselenggaranya kegiatan bisnis pertanian, seperti, lembaga keuangan (bank), prasarana dan sarana serta jasa transportasi, penyuluhan dan pelatihan pertanian, layanan informasi (teknologi, keuangan/kredit, pasar), kegiatan penelitian, serta kebijakan pemerintah yang berkenaan dengan aktivitas bisnis pertanian. Sistem agribisnis yang dimaksudkan secara skematis dapat dilihat pada Gambar 1.

Secara umum, Arifin (2005) menyebutkan bahwa tujuan agribisnis yang diterapkan di Indonesia adalah untuk mendorong dan mempercepat aktivitas di sektor pertanian; mewujudkan struktur ekonomi yang kuat, efisien dan dinamis; menciptakan *value added* produk; membuka kesempatan dan lapangan berusaha; dan meningkatkan devisa negara, serta memperbaiki distribusi pendapatan masyarakat. Simatupang (2002) secara tegas menyebutkan bahwa "*farming is a business*". Implementasi agribisnis di Indonesia sangat dipengaruhi oleh lingkungan strategis *off-farm* seperti sub-sistem pemasaran input dan output baik di level dalam negeri maupun luar negeri, dinamika nilai tukar rupiah, kebijakan fiskal dan moneter di dalam negeri, dan berbagai kebijakan mikro lainnya. Oleh karena itu, pengembangan agribisnis memerlukan adanya perencanaan yang terpadu, berkesinambungan yang disertai oleh adanya kebijakan pembiayaan agribisnis untuk memperkokoh posisi sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi nasional (Ashari, 2009).

Gambar 1
Sistem Agribisnis



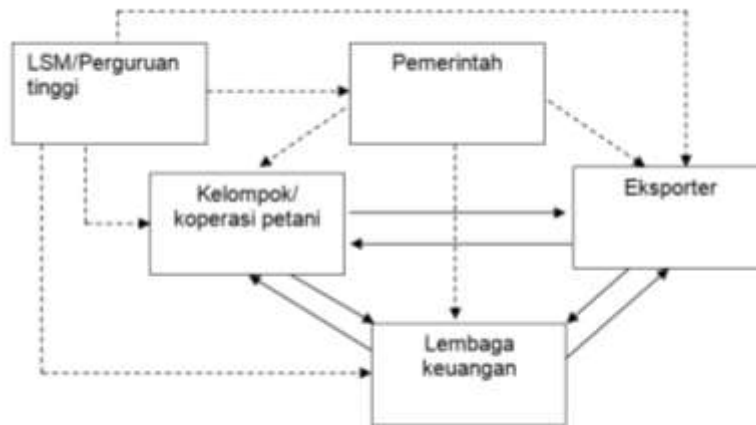
Konsep agribisnis di atas, perlu diterjemahkan secara riil oleh berbagai aktor pasar yang berada rantai pasok kopi, yaitu dari hulu (level produsen) sampai dengan ke hilir (konsumen). Mengingat biji kopi merupakan komoditas ekspor atau komoditas perdagangan internasional, maka keberadaan eksporter kopi menjadi salah satu aktor pasar yang sangat penting, sehingga keterkaitannya dengan produsen yaitu kelompok petani di dalam kemitraan usaha harus dijamin secara baik (Fafchamps, and Minten. 2012). Pengalaman bisnis kopi yang telah berjalan dengan bagus menunjukkan bahwa hubungan mutualisme

antara kelompok petani dan koperasi petani di Flores dengan eksportir kopi memberikan keuntungan ekonomis secara proporsional di antara mereka (Sedana dan Astawa, 2016). Insentif ekonomis ini merupakan keuntungan yang diperoleh oleh setiap actor pasar yang memberikan jaminan keberlanjutan kemitraan usaha kopi yang dilakukan (Teece, 2010).

Kemitraan usaha kopi yang dibangun di antara aktor pasar tersebut harus didahului dengan penyusunan model bisnis kopi (.....). Melalui model bisnis yang direncanakan para aktor pasar telah mengetahui peran, tugas dan fungsinya masing-masing di dalam rantai pasok pasarnya, termasuk dengan manfaat baik secara ekonomis maupun non-ekonomis yang diterimanya (.....). Model bisnis yang telah dirumuskan merupakan kesepakatan di seluruh aktor pasar yang harus dijadikan pedoman di dalam menjalankan kemitraan usaha kopi. Dengan demikian, dalam kemitraan usaha kopi yang didasarkan pada model bisnis tersebut akan memberikan nilai tambah (*value added*) di masing-masing aktor pasar (Casadesus-Masanell dan Ricart, 2010).

Adapun aktor pasar yang terlibat di dalam kemitraan usaha kopi adalah petani (kelompok petani atau koperasi petani kopi), eksportir, lembaga keuangan (bank), pemerintah, perguruan tinggi atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), seperti digambarkan pada Gambar 2.

Gambar 2
Aktor pasar dalam model bisnis kopi



Keterangan:
—————> : saling berhubungan
-----> : koordinasi

Memperhatikan model bisnis seperti pada Gambar 2, pihak kelompok/koperasi petani memiliki hubungan yang saling bergantung. Kelompok/koperasi petani menyediakan produk kopi yang berkualitas sesuai dengan permintaan eksportir, sementara eksportir memberikan nilai rupiah atas produk kopinya, dan juga memberikan asistensi teknik kepada kelompok/koperasi petani. Eksportir tidak akan mendapatkan kopi yang berkualitas jika para petani tidak diberikan asistensi teknis khususnya yang berkenaan dengan produk kopi berkualitas. Demikian pula sebaliknya, para petani akan sulit untuk mendapat harga yang layak jika tidak memiliki kemitraan yang menguntungkan dengan eksportir. Di antara eksportir dengan kelompok/koperasi petani harus membuat perencanaan produksi, produk yang akan ditransaksikan selama musim panen dengan tingkat harga yang sudah disepakati. Kesepakatan ini dapat difasilitasi oleh pemerintah dan juga perguruan tinggi atau LSM. Oleh karena itu, kelompok/koperasi petani diharapkan dapat memiliki *bargaining power* yang semakin tinggi terhadap produk kopi yang dihasilkan (Sorrentino, *et al.*, 2017). Fasilitas yang diberikan diarahkan untuk memberikan kesempatan pihak yang bermitra untuk saling mengadakan negosiasi (Alejandra, *et al.*, 2012).

Hubungan mutualisme antara kelompok/koperasi petani dengan pihak lembaga keuangan adalah melalui kredit. Kredit yang disalurkan oleh lembaga keuangan, Bank Pembangunan Daerah Bali, kepada kelompok/koperasi petani akan dimanfaatkan untuk tambahan modal usaha di dalam memproduksi kopi yang dibutuhkan oleh eksporter. Pihak kelompok/koperasi petani memberikan imbalan jasa dalam bentuk bunga uang kepada pihak lembaga keuangan

Peran dan fungsi masing-masing aktor di dalam kemitraan usaha tersebut dapat diharapkan dijalankan sehingga tidak ada disfungsi dalam pelaksanaannya. Peran yang dapat dilakukan oleh produsen (kelompok petani atau koperasi petani) sedikitnya adalah: (i) menerapkan teknologi budidaya tanaman kopi secara baik atau *good agricultural practices* (GAP) di masing-masing lahannya; (ii) memastikan tanaman kopi dikelola secara organik; (iii) melakukan pemanenan sesuai dengan warna buah kopi; (iv) melakukan pengolahan kopi sesuai dengan prosedur operasional yang standar sesuai dengan yang ditetapkan oleh eksporter; (v) melakukan penyimpanan biji kopi yang baik; dan (vi) menyediakan kopi yang berkualitas sesuai dengan permintaan eksporter.

Sementara itu, eksporter kopi minimal memiliki tugas dan peran seperti: (i) memberikan prosedur operasional yang standar kepada kelompok/koperasi petani mengenai teknologi budidaya tanaman kopi, pengolahan kopi; (ii) memberikan asistensi teknis kepada kelompok/koperasi petani; (iii) melakukan pengawasan terhadap pengelolaan kopi di tingkat kelompok/koperasi petani; (iv) membantu peralatan teknis yang dibutuhkan sesuai dengan kesepakatan; (v) menyediakan prasarana transportasi pengangkutan. Pihak eksporter melakukan bimbingan teknis secara periodik ke tingkat petani melalui kelompok/koperasi petani di dalam upaya untuk memastikan teknis budidaya tanaman kopi, panen, pengolahan kopi yang dilakukan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Dengan demikian, akan dapat dipenuhi ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan yaitu kelompok/koperasi petani menghasilkan kopi yang berkualitas, yaitu kopi spesialti yang menjadi permintaan dari eksporter. Kesesuaian antara permintaan dan penawaran ini memberikan tingkat harga yang layak di tingkat petani, sehingga pendapatan dan kesejahteraan para petani semakin tinggi. Sebagai efek dari peningkatan pendapatan petani adalah terdorongnya perekonomian di perdesaan melalui penguatan kelompok-kelompok atau koperasi petani (Astawa dan Sedana, 2017).

Pemerintah baik di tingkat provinsi maupun kabupaten memiliki peran sebagai regulator dan fasilitator yang berkenaan dengan pengelolaan kopi secara inklusif. Peraturan-peraturan atau kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dapat berupa kemudahan untuk mengakses kredit dari lembaga keuangan, khususnya bank yang dimiliki seperti Bank Pembangunan Daerah, kebijakan subsidi sarana produksi dan Alsintan, kebijakan perbaikan prasarana dan sarana transportasi. Selain itu, pemerintah juga memberikan fasilitasi di dalam penentuan harga biji kopi yang akan ditetapkan di antara kelompok/koperasi petani dengan eksporter. Pihak eksporter juga perlu disediakan kebijakan yang membangun iklim kondusif bagi usahanya di daerah.

Lembaga keuangan yang merupakan bagian dari model bisnis dalam kemitraan usaha kopi dapat memiliki peran, di antaranya adalah: (i) menyediakan kredit bagi kelompok/koperasi petani; (ii) memberikan asistensi teknis tentang administrasi keuangan, manajemen, rencana bisnis kepada kelompok/koperasi petani; (iii) menyediakan kredit kepada eksporter; dan (iv) menjadi penjamin kelompok petani/koperasi petani di dalam kontrak pembelian biji kopi antara kelompok/koperasi petani dengan eksporter.

Sedangkan perguruan tinggi/LSM memiliki peranan dan tugas dalam memfasilitasi kegiatan yang berkenaan dengan model bisnis. Fasilitasi yang paling sederhana adalah mempertemukan antara para aktor untuk menjalankan kemitraan usahanya. Selain itu, peran yang dapat dilakukan adalah memberikan pelatihan-pelatihan teknis budidaya tanaman kopi, keterampilan manajemen dan administrasi kepada kelompok/koperasi petani guna meningkatkan kapasitas pengurusannya.

Memperhatikan peran dan fungsi masing-masing aktor pasar, kemitraan usaha kopi membutuhkan adanya komitmen yang kuat dan orientasi komersial dari petani dan kelompok petani/koperasi petani kopi dalam mengelola usahatani kopinya. Komitmen ini memberikan jaminan terbentuk iklim kondusif di dalam implementasi model bisnis yang sudah ditetapkan. Kemitraan usaha

yang dibangun khususnya di antara kelompok/koperasi petani dengan eksportir didasarkan pada konsep bisnis bukan karena *charity*.

Di tingkat petani, penyuluhan dan pelatihan mengenai aspek teknis (budidaya tanaman kopi), teknis panen dan pasca-panen juga diperlukan baik oleh penyuluh pertanian dari pemerintah dan juga dari pihak eksportir termasuk perguruan tinggi (melalui kajian-kajian teoritis dan praktis). Beberapa teknik budidaya dan pascapanen yang dibutuhkan adalah dimulai dari nursery/pembibitan, pemeliharaan tanaman (pemupukan, pemangkasan, sanitasi), teknik sambung (sambung samping, sambung pucuk), pengendalian hama dan penyakit secara terpadu, pembuatan pupuk organik. Sedangkan teknologi pascapanen berkenaan Good Post-harvest Practices (GPP), dan Good Manufacturing Practices (GMP). Penyuluhan dan pelatihan dilakukan langsung di sentra-sentra pengolahan kopi, seperti lokasi Unit Pengolahan Hasil yang biasanya dibangun di kawasan yang mudah dijangkau oleh para petani kopi. Pada setiap unit pengolahan, diperlukan juga tambahan-tambahan informasi berupa poster-poster tentang GAP, GPP dan GMP. Sebagai bentuk kemitraan, eksportir dapat menyediakan fasilitas/peralatan yang standar seperti pulper yang digunakan untuk mengupas kulit merah buah kopi sebelum diolah lebih lanjut. Prasarana dan sarana pengolahan kopi sangat dibutuhkan untuk perbaikan kualitas kopi (Hariance, *et al*, 2016). Sementara itu, gudang sederhana, alat jemur bisa disediakan oleh kelompok/koperasi petani. Bahkan, pihak pemerintah melalui kebijakannya dapat memberikan bantuan prasarana dan sarana lainnya yang sangat dibutuhkan di dalam unit pengolahan hasil tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan di dua sentra kopi yaitu Kecamatan Pupuan dan Kecamatan Kintamani, diperoleh informasi bahwa eksportir yang memiliki kegiatan perkopian adalah Di Provinsi Bali adalah PT. Indokom Citra Persada yang berkantor pusat di Sidoarjo (Jawa Timur). Selain itu juga ada eksportir PT. Taman Delta yang kantor pusatnya di Semarang, Jawa Tengah. Kedua eksportir ini juga menjalin kerjasama dengan pedagang besar lokal yang ada di Bali juga untuk memasarkan produk kopi baik yang berupa kopi olah basah maupun olah kering.

III PENUTUP

Para petani di Indonesia mengusahakan kopi Robusta dan Arabika pada lahan yang relative sempit. Saat ini, masih terlihat adanya kesenjangan yang cukup besar antara *supply* dengan *demand* kopi di pasar internasional. Peningkatan kesejahteraan petani kopi dilakukan melalui kemitraan usaha yang berbasis model bisnis. Pengembangan kemitraan ini mencakup aktor pasar yang terlibat di dalam rantai pasok kopi. Produktivitas dan kualitas kopi di tingkat petani masih relatif rendah karena penerapan teknologi budidaya kopi, pengolahan kopi yang terbatas. Selain itu, harga pasar kopi juga masih relatif rendah sehingga pendapatan petani menjadi rendah. Kesenjangan tersebut juga disebabkan tidak berjalannya kemitraan bisnis dalam rantai pasar kopi.

Oleh karena itu, perlu dibangun kemitraan usaha kopi menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan petani kopi yang didasarkan pada model bisnis yang mencakup aktor pasar. Aktor pasar yang dilibatkan dalam model bisnis untuk pengembangan bisnis inklusif kopi di Bali adalah kelompok petani/koperasi petani kopi, pengusaha kopi/eksportir kopi, perguruan tinggi/LSM, lembaga keuangan, pemerintah. Tujuan kemitraan usaha kopi ini adalah untuk meningkatkan pendapatan petani kopi selaku produsen. Seluruh aktor pasar harus memiliki keterkaitan yang harmonis dalam memainkan peranannya berdasarkan pada prinsip saling menguntungkan atau mutualisme bisnis. Ini berarti bahwa pengembangan kemitraan usaha kopi akan memberikan nilai tambah dan pendapatan bagi para petani kopi sebagai anggota koperasi petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, B., and C.D. Shiva. 2014. "Profitability and Major Problems of Coffee Production in Palpa District, Nepal." *International Journal of Applied Science Biotechnology* 2 (4): 460–463.
- Aknesia, V., A. Daryanto, K. Kirbrandoko. 2015. Business Development Strategy for Specialty Coffee. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship, Vol 1, No 1*: 12-22

- Alejandra, M., G. Perez, and S. Viana. 2012. Cooperation in coffee markets: the case of Vietnam and Colombia. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies* 2(1): 57–67.
- Arifin, B. 2005. *Pembangunan Pertanian, Paradigma Kebijakan dan Strategi Revitalisasi*. Jakarta: Grasindo.
- _____. 2013. On the competitiveness and sustainability of the Indonesian agricultural export commodities. *ASEAN Journal of Economics, Management and Accounting* 1(1): 81–100.
- Ashari. 2009. Optimalisasi Kebijakan Kredit Program Pertanian di Indonesia. *Analisis Kebijakan Pertanian* Vol. 07 No. 01 tahun 2009.
- Astawa, N.D., dan G. Sedana . 2017. *Kearifan Lokal Bali dan Pembangunan Ekonomi: Suatu Model Pembangunan Ekonomi Bali Berkelanjutan*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Ayelnig, A., K. Sabally. 2013. Determination of Chlorogenic Acids (CGA) in Coffee Beans Using HPLC. *American Journal of Research Communication*. Vol 1 (2), halaman 78-91.
- Bellemare, M.F., and C.B. Barret. 2006. An Ordered Tobit Model of Market Participation: Evidence from Kenya and Ethiopia. *American Journal of Agricultural Economics*, 88:324-337.
- Casadesus-Masanell, R., and J.E. Ricart. 2010. “From Strategy to Business Models and onto Tactics.” *Long Range Planning* 43 (2): 195–215.
- Courtois, P. and J. Subervie. 2014. Farmer Bargaining Power and Market Information Services. *American Journal of Agricultural Economics*: 1-25.
- Fafchamps, M., and R.V. Hill. 2008. Price Transmission and Trader Entry in Domestic Commodity Markets. *Economic Development and Cultural Change* 56: 729-766.
- Fafchamps, M., and B. Minten. 2012. Impact of SMS-Based Agricultural Information on Indian Farmers. *World Bank Economic Review*, 26: 383-414.
- Gathura M N. 2013. Factors affecting small-scale coffee production in Githunguri District, Kenya. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 3(9): 132–149.
- Gabriele, A. and D. Vanzetti. 2008. Long black: Export controls as a means of addressing coffee price instability. *Journal of Economic Integration* 23 (2): 411-433.
- Gisaro, M.Y.B., L. Philippe, B. Philippe, and Deo. 2013. “Role of KOPAKAMA in Promoting Socio-economic Development of Coffee Farmers. *International NGO Journal* 8 (3): 61–67.
- Hariance, R., R. Febriamansyah., & T. Faidil. 2016. Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta Di Kabupaten Solok. *Jurnal AGRISEP*, Vol. 15, No.: 11–26.
- International Coffee Organization. 2018. Trade Statistics Tables. http://www.ico.org/trade_statistics.asp?section=Statistics.
- Kanaka, S. and M. Chinadurai. 2012. A Study of comparative advantage of Indian agricultural exports. *Journal of Management and Science* 2 (3): 1-9.
- Key, N., E. Sadoulet, and A.D. Janvry. 2000. Transactions Costs and Agricultural Household Supply Response. *American Journal of Agricultural Economics*, 82: 245-259.
- Kilian, B., C. Jones, L. Pratt, and A. Villalobos. 2006. Is Sustainable Agriculture a Viable Strategy to Improve Farm Income in Central America? A Case Study on Coffee. *Journal of Business Research* 59: 322–330.
- Kustiari, R.. 2007. *Perkembangan Pasar Kopi Dunia dan Implikasinya bagi Indonesia*. Jurnal Forum penelitian Agroekonomi Vol. 25 No. 1 :43–55.
- Meiri, A., R. Nurmalina, dan A. Rifin . 2013. Analisis Perdagangan Kopi Indonesia Di Pasar Internasional, *Buletin RISTRI* 4 (1): 39-46.
- Minh, H.T., Trang, D.T.N. and Chen, J.C. 2016. Input Factors to Sustainable Development of Coffee Production in the Dak Lak Province. *Open Access Library Journal*, 3: e3187.
- Megerssa, B., Michael, G., and Teshome D. 2012. Knowledge and attitude of small holder coffee producing farmers to coffee quality: the case of Oromiya and South Nations Nationalities and peoples regional states, Ethiopia. *Journal Application Science Technology* 3(2): 31–44.

- Mutandwa, E., T.K. Nathan, R. Emmanuel, K. Theophile, M. Patrice, G. Ignatius, and F. Richard. 2009. Analysis of Coffee Export Marketing in Rwanda: Application of the Boston Consulting Group Matrix. *African Journal of Business Management* 2 (4): 210–219.
- Palmiro, P. and F. Rossi. 2016. Challenges in Specialty Coffee Processing and Quality Assurance. *Challenges* 2016, 7(2):1-22.
- Rika, H., R. Febriamansyah, dan F. Tanjung. 2016. Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta Di Kabupaten Solok, *AGRISEP* Vol 15 No.1: 111 - 126.
- Sedana, G. and N.D. Astawa. 2016. Panca Datu Partnership in Support of Inclusive Business for Coffee Development: The Case of Ngada District, Province of Nusa Tenggara Timur, Indonesia. *Asian Journal of Agriculture and Development*, Vol. 13, No.2: 75-98.
- _____. 2018. Institutional Adjustment of Subak (Traditional Irrigation System) Orienting Business: Case Of Cooperative Of Subak Guama, Bali Proviince, Indonesia. *International Journal Of Current Research*, Vol. 10, Issue, 06, Pp.70418-70423
- Simatupang, P. 2002. Reformasi Agraria Menuju Pertanian Berkelanjutan: Komentar Terhadap Makalah Profesor Mubyarto. *Jurnal Ekonomi Rakyat. Artikel - Th. I - No. 8 - Oktober 2002*
- Sorrentino, A., C. Russo, and L. Cacchiarelli. 2017. Strengthening Farmers' Bargaining Power in the New CAP. *Proceedings in System Dynamics and Innovation in Food Networks 2017*.
- Supriadi, H., dan D. Pranowo. 2015. Prospek Pengembangan Agroforestri Berbasis Kopi Di Indonesia. *Perspektif* Vol. 14 No. 2: 135 -150.
- Teece, D. J. 2010. "Business Models, Business Strategy and Innovation." *Long Range Planning* 43 (2-3): 172–194.
- Widya Ariyanti, W., A. Suryantini, dan Jamhari. 2019. Usaha Tani Kopi Robusta Di Kabupaten Tanggamus: Kajian Strategi Pengembangan Agrobisnis. *Jurnal Kawistara*, Vol.9. No.2: 179-191.
- Wulandari, I. S. 2010. Perbandingan ekspor kopi dua pemasok utama dunia Indonesia dan Brazil: Sebuah analisis ekonomi data panel 2001-2006. *UNISIA* 33 (73): 3-16.