

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya KUB Omah Kopi Mandiri**

KUB Omah Kopi Mandiri berdiri secara melembaga pada tahun 2016, dengan membawa visi meningkatkan nilai kopi dalam hulu dan hilir. Hal ini disadari karena melihat potensi dari hulu hingga ke hilir. Potesi hilirnya, yakni berkembang pesatnya warung-warung kopi dan kafe di tulungagung. Sementara potensi hulunya adalah banyaknya kebun-kebun kopi, akan tetapi kualitasnya masih belum bagus.

Pada waktu tersebut harga kopi di petani masih Rp. 18.000 per kilonya. Jadi disini kesadaran penggerak Omah Kopi Mandiri mulai muncul untuk mulai memperbaiki kualitas kopi untuk memperbaiki nilai jualnya. Pada tahun 2017, KUB Omah Kopi Mandiri menjadi klaster PSBI (Program Sosial Bank Indonesia). Sehingga pada waktu itu kami mulai bisa memperbaiki pengelolaan lahan perkebunan kopi, serta pengelolaan kopi pasca panen.

Pada tahun 2017 KUB Omah Kopi Mandiri mulai bisa meningkatkan harga kopi, serta mulai memperbanyak para petani yang gabung dengan Omah Kopi Mandiri. Hingga saat ini terdapat 40 Ha lahan petani kopi yang menjadi anggota KUB Omah Kopi Mandiri.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Dokumentasi KUB Omah Kopi Mandiri, diperoleh pada tanggal 15 Desember 2020

## **2. Lokasi Usaha KUB Omah Kopi Mandiri**

Omah Kopi Mandiri berlokasi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung. Secara geografis, Omah Kopi Mandiri berada di lereng gunung wilis, Tulungagung bagian paling barat.

Namun secara operasional Omah Kopi Mandiri terbagi menjadi beberapa tempat berdasarkan divisinya. Ada 2 UPH yang masing-masing di daerah Geger dan Nglurup, peternakan sapi berada di dusun Jabung Desa geger, dan bagian pemasaran berada di bawah (Warkop Candra Nada).<sup>2</sup>

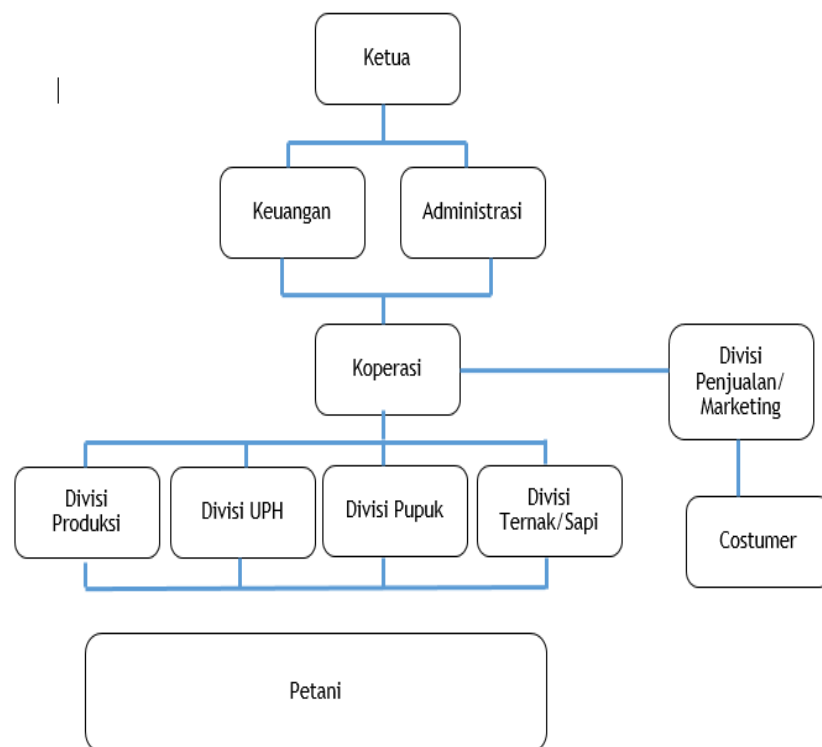
---

<sup>2</sup> Dokumentasi KUB Omah Kopi Mandiri, diperoleh pada tanggal 15 Desember 2020

### 3. Struktur Organisasi KUB Omah Kopi Mandiri

Dalam menjalankan kinerja sehari-hari, Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri memiliki struktur organisasi. Adapun susunan struktur organisasinya sebagai berikut :

**Bagan 4.1 Struktur Organisasi  
Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri**



Sumber : Company Profil Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Dokumentasi KUB Omah Kopi Mandiri, diperoleh pada tanggal 15 Desember 2020

#### 4. Fungsi dan Tugas

Omah Kopi Mandiri adalah kelompok usaha bersama yang beranggotakan pelaku-pelaku usaha dalam rantai komoditi kopi dari hulu sampai hilir. Berikut tugas-tugas dari struktur organisasi Omah Kopi Mandiri :

- a) Ketua  
Harus menjadi leader yang mampu memimpin tim dalam perusahaan Omah Kopi Mandiri.
- b) Keuangan  
Mengelola dan mencari sumber pendanaan bagi perusahaan Omah Kopi Mandiri.
- c) Unit Administrasi  
Mengelola berkas-berkas dan menyiapkan jadwal kegiatan pada perusahaan Omah Kopi Mandiri.
- d) Unit Pasca Panen (UPH)  
Bertanggung jawab atas kualitas pengolahan serta penggudangan pasca panen.
- e) Unit Produksi  
Bertanggung jawab atas kualitas hasil olahan dari unit pasca panen.
- f) Unit Marketing  
Mampu menganalisis dan membaca keadaan pasar secara offline maupun online serta memastikan produk sampai ditangan konsumen dengan baik.
- g) Divisi Pupuk  
Menyiapkan dan mendistribusi pupuk kepada petani
- h) Divisi Ternak :  
Mengelola hasil ternak seperti susu.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Dokumentasi KUB Omah Kopi Mandiri, diperoleh pada tanggal 15 Desember 2020

## 5. Data Pengurus

Ketua	: Kristiyan Yuono
Sekretaris	: Hadi Sutrimo
Bendahara	: Karunia Ika
Koperasi	: Kristiyan Yuono
UPH	: Hadi Sutrimo (Geger) Katiman (Nglurup)
Produksi	: Saipul
Sapi	: Widarto
Pupuk	: Ayub (Geger) Tarni (Nglurub)
Gudang	: Katiman

## 6. Produk-Produk

Omah Kopi Mandiri memiliki produk kopi varietas robusta dan arabika.

Dengan ragam varian kualitas sebagai berikut :

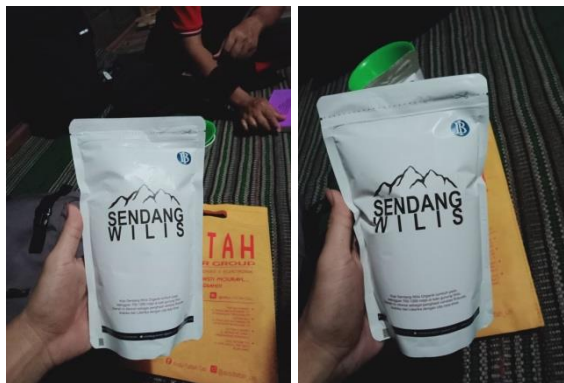
Tabel 4.1 :  
Klasifikasi Produksi Kopi Omah Kopi Mandiri

No	Varian	Deskripsi
1	Arabika	Grade A, Defect 5 %
2	Arabika	Grade B, Defect 5-30 %
3	Arabika	Grade C, Defect > 30 %
4	Robusta	Grade A, Defect 5 %
5	Robusta	Grade B, Defect 5-30 %
6	Robusta	Grade C, Defect > 30 %

Sumber : KUB Omah Kopi Mandiri, tahun 2020

Kata “defect” berarti “banyaknya biji yang buruk dalam satu wadah kopi”. Kopi dengan varian kualitas diatas biasanya dijual curah atau didistribusikan kepada para mitra.Sementara brand kopi yang dikeluarkan yakni bernama *Sendang Wilis*. Kopi yang dipack dalam brand Sendang Wilis ini merupakan kopi dengan kualitas premium.<sup>5</sup>

Gambar 4.2:  
Brand Kopi Premium “Sendang Wilis”  
dari Omah Kopi Mandiri



Sumber : KUB Omah Kopi Mandiri, tahun 2020

---

<sup>5</sup> Ibid

## **B. Paparan Data**

### **1. Strategi Pemasaran KUB Omah Kopi Mandiri**

Sebuah perusahaan pasti memiliki strateginya, dalam menjalankan roda bisnis sehari-hari supaya roda bisnis bisa terus berputar dan semakin kencang. Begitu pula dengan Kelompok Usaha Omah Kopi Mandiri, mereka memiliki strategi bisnisnya (dalam hal ini strategi pemasaran).

Strategi pemasaran ini sangatlah penting, mengingat pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Perusahaan harus bisa merumuskan strateginya menurut kondisi dan situasi yang dihadapi perusahaan.

Menurut Karunia Ika selaku pengelola KUB Omah Kopi Mandiri, KUB Omah Kopi Mandiri menerapkan target utama dari pemasaran kopi KUB Omah Kopi Mandiri ialah pasar domestic, sementara pasar luar menjadi pilihan ke-2.

“Jadi dalam pemasaran, kita memastikan dari hulu sampai hilir kopi ini, kita perbaiki keduanya. Di hulu kita mendongkrak kualitas petani dan kopinya, sehingga nilai harganya juga ikut naik. Sementara di Hilirnya kita berjalan beriringan dengan para mitra.” Kata Karunia Ika selaku pengelola KUB OKM.<sup>6</sup>

Di bagian hulu, KUB Omah Kopi Mandiri melakukan perbaikan sumberdaya manusia, perbaikan lahan, dan perbaikan infrastuktur yang mendukung produksi. Sementara di bagian hilir, KUB Omah Kopi mandiri bekerja sama dengan para mitra yakni kafe, kedai, reseller dan produsen berbagai merk kopi yang mengambil biji kopi dari Omah Kopi

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Karunia Ika selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Rabu 16 Desember 2020, pukul 19.00 WIB.

Mandiri. Hulu dan Hilir ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan. Jika hulunya diperbaiki, otomatis harga kopi di bagian hilir ini juga akan meningkat.

Untuk saat ini, produksi yang dihasilkan oleh Omah Kopi Mandiri didistribusikan ke para mitra dan juga ke konsumen akhir, Untuk para mitra kami menjual dengan harga Rp.40.000 robusta dan Rp.90.000 Arabika. Sementara kopi yang dikemas dalam bentuk packing adalah kopi yang jenis premium dengan harga Rp.15.000 robusta dan Rp.30.000 arabika dengan ukuran 100 g, sementara ukuran 200 g dihargai Rp.25.000 robusta dan Rp. 60.000 Arabika.<sup>7</sup>

Jadi kopi yang dikeluarkan oleh Omah Kopi Mandiri ini ada yang dijual langsung yakni yang premium, dan ada yang dijual ke para mitra. Namun pendistribusian utama kopi dari OKM ini tetapi ke para mitra (kedai-kedai, cafe, dan produsen yang melakukan rebranding).

“Keutamaan kedai-kedai yang menjadi mitra kami ini mereka terjamin mendapatkan biji kopi, karena tidak semua permintaan bisa terlayani. Jadi tantangan kami adalah bagaimana menjaga kepercayaan dan bahkan harus memperbaiki hubungan kami dengan para mitra ini. Serta memperluas skala produksi untuk memenuhi permintaan pasar.”<sup>8</sup>

Selain serapan pasar ke kedai-kedai dan juga para mitra, Omah kopi Mandiri mendorong jalannya serapan kopi di hilir dengan melakukan edukasi, pameran, event-event. Edukasi kopi yang dilakukan ini tidak hanya memberikan wawasan tentang kopi secara umum, akan tetapi juga seputar bisnis kopi, dan juga pemberdayaan petani yang ada di Sendang.

“Selain itu, kami juga menyediakan jasa edukasi kopi, selain untuk menggenjot pariwisata di daerah Sendang, hal itu secara tidak langsung juga ikut mempromosikan brand kami Omah Kopi

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Karunia Ika selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Sabtu 16 Desember 2020, pukul 19.00 WIB.

<sup>8</sup> Wawancara dengan Karunia Ika selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Sabtu 16 Desember 2020, pukul 19.00 WIB.



Mandiri. Bahkan di kami juga ada bagian foodtruck yang mana kopinya juga dari kami, jadi kami sering mengadakan event kopi, dan bahkan sekarang sering diundang untuk mengisi event. Tentunya untuk menjaga hal tersebut, kualitas kopi di hilir harus terus kami perbaiki supaya tetap mendapat kepercayaan dari kedai-kedai mitra Omah Kopi Mandiri” tambah Karunia Ika.<sup>9</sup>

Untuk masalah tenaga pemasar yang ada di bagian marketing, Omah Kopi Mandiri tidak terfokuskan pada manajerial marketing. Hal ini dikarenakan para pengurus tersebutlah yang sudah memasarkan kopi dari OKM, hal ini juga disebabkan beberapa pengurus merupakan para pemilik kedai kopi yang sudah mempunyai banyak relasi di dunia perkopian.

Untuk marketing kami mengandalkan rekan-rekan Omah Kopi Mandiri mas, jadi teman-teman kedai kopi di Tulungagung itu sudah seperti saudara kami, malahan yang kami kelola masalah tenaga kerja itu ada di produksi mas.<sup>10</sup>

## **2. Produksi Kopi KUB Omah Kopi Mandiri**

Aktivitas produksi merupakan aktivitas inti dari sebuah industri. Produksi atau operasional merupakan kegiatan penciptaan produk dan jasa melalui proses transformasi input menjadi output. Kegiatan menciptakan produk dan jasa tersebut dilakukan didalam organisasi.<sup>11</sup>

Begitu juga industri kopi yang ada di Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri. Bagian produksi kopi di OKM berada di divisi UPH dan

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Karunia Ika selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Sabtu 16 Desember 2020, pukul 19.00 WIB.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Karunia Ika selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Sabtu 16 Desember 2020, pukul 19.00 WIB.

<sup>11</sup> Dorothea Wahyu Ariani, *Pengantar Bisnis*, (Banten : Universitas Terbuka, 2015), hlm 6.3

Produksi. UPH dan produksi ini berada di dua tempat yakni wilayah Desa Geger dan Desa Nglurup Kecamatan Sendang.

“Dari hasil produksi para petani, disetor ke UPH dalam bentuk Cerry (biji kopi dengan kulit), yang selanjutnya oleh UPH diolah menjadi greebean (biji kopi tanpa kulit), akan tetapi ada juga petani yang mengolah cerry sendiri menjadi green bean, dan dijual langsung ke UPH untuk diolah menjadi roastbean (biji kopi yang sudah disangrai) .”<sup>12</sup>

Setelah diolah di divisi UPH, Selanjutnya akan dikeluarkan ke marketing dengan selisih harga. Jadi disini di bagian produksi sudah mengantongi keuntungan untuk biaya operasionalnya.

“Hasil pengolahan dari UPH (berupa green bean) itu nanti akan dijual ke produksi menjadi roastbean (kopi shangrai), jadi harga kopi robusta seharga Rp.35.000 robusta dan Rp. 75.000 Arabika. Kemudian diolah oleh produksi menjadi roastbeen dengan nilai jual Rp.100.000 ribusta dan Rp.180.000 arabika. Jadi di kita system keuangannya memang dibuat terpisah di masing-masing divisi, Biar lebih mudah pengelolaan modalnya, karena di tiap divisi juga membutuhkan biaya operasional lumayan banyak juga dalam sekali olah.”<sup>13</sup>

Analogi sederhananya seperti ini, para petani menjual hasil kopinya berupa cerry (kopi yang masih dengan kulitnya) kepada divisi UPH, di divisi UPH ini kopi akan difermentasi dan diolah menjadi green bean (Biji kopi tanpa kulit). Selanjutnya divisi UPH ini menjual greenbean ke divisi produksi, jadi disini UPH sudah bisa menyisikan keuntungan untuk tambahan operasionalnya.

Jadi di bagian hulu ini sudah ada perputaran uang untuk hasil

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Hadi Sutrimo selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Rabu 23 Desember 2020, pukul 12.00 WIB.

<sup>13</sup> Wawancara dengan Karunia Ika selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Rabu 16 Desember 2020, pukul 19.00 WIB.

produksinya sebelum langsung turun ke para mitra dan konsumen langsung. Hal ini dikarenakan produksi yang ada di hulu berada dalam kondisi geografis yang sedikit sulit. Jadi harus ada uang yang dipakai untuk pengurus yang melakukan operasional produksi.

“Jadi untuk bidang UPH dan Produksi ini uangnya selalu berputar, sementara uang yang lumayan mengendap itu ada di divisi pupuk dan sapi. Untuk pupuk, divisi kita menyediakan jual beli pupuk dengan harga yang sedikit mahal tetapi bisa sampai di tempat, dan para petani bisa meminjam terlebih dahulu. Jadi sama-sama diuntungkan, hasil keuntungan pupuk ini digunakan untuk menghidupi lembaga, dan petani bisa menerima pupuk di tempat bahkan bisa meminjamnya terlebih dahulu”<sup>14</sup>

Selain perputaran uang di bagian pupuk, petani juga akan mendapatkan beberapa fasilitas yang diperlukan dalam pengelolaan lahan. Hal ini dilakukan untuk mendukung petani memperbaiki hasil produksinya.

“Jadi kami melihat potensi yang ada di hulu ini masih sangat belum dikelola dengan maksimal, padahal itu sebuah potensi dari alam yang ada di sana. Dulu di awal kopi robusta para petani harganya sekitar Rp.18.000 untuk robusta dan sekitar Rp.35.000 – Rp.40.000 untuk arabika, itu kopi sudah diolah sendiri mulai dari pasca panen hingga menjadi greenbean. Sementara untuk saat ini, kopi yang kami beli dari petani ada 2 macam, ada yang berbentuk cerry dan ada yang berbentuk greenbean. Untuk yang berbentuk cerry kami membeli dengan harga Rp.6000 robusta dan Rp.10.000 Arabika, sementara greenbean Rp.25.000 Robusta dan Rp.60.000 Arabika. Perbedaan harga cerry dan greenbean yang mencolok ini disebabkan oleh penyusutan barang ketika diolah, 3 Kg cerry setara dengan 1 Kg Greenbean”<sup>15</sup>

Untuk saat ini, normalnya kopi dari yang didapat dari petani oleh lembaga dinilai seharga Rp.25.000 robusta dan Rp.60.000 arabika dalam bentuk greenbean, sementara cerry dihargai Rp.10.000 arabika dan

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Karunia Ika selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Rabu 16 Desember 2020, pukul 19.00 WIB.

<sup>15</sup> Wawancara dengan Katiman selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Kamis 17 Desember 2020, pukul 15.00 WIB.

Rp.6000 robusta. Masalah penentuan harga, OKM lebih fleksibel dalam menentukan.

“Jadi prosesnya, disini kita beli biji cerry yang merah. Kadang masih ada yang hijau sedikit. Caranya yang pertama di sortir, setelah disortir kemudian direndam. Perendaman ini bertujuan untuk memilih biji kopi yang bagus, biji kopi yang bagus adalah biji kopi yang tenggelam. Sementara yang mengapung itu nanti akan dipisahkan. Biji kopi yang mengapung itu adalah biji kopi yang terkena hama”<sup>16</sup>.

Selama ini, Omah Kopi Mandiri memberikan harga yang lebih tinggi untuk para petani, akan tetapi ada standarisasi yang ditekankan. Standarisasi ini tidak serta merta ditentan begitu saja, kan tetapi juga dilakukan dengan peningkatan kapasitas dan kualitas para petani. Standarisasi kopi yang dibawa ke UPH oleh para petani yakni biji kopi yang dipetik merah dari pohonnya. Terkadang petani pun masih banyak yang mengikutsertakan biji kopi yang berkulit hijau.

“Jadi inilah bedanya pengepul degan lembaga, pengepul hanya akan menerima (membeli), akan tetapi di kami, kelebihan para petani anggota kelompok OKM, kami akan membeli kopi dari mereka lebih mahal dari pengepul, akan tetapi mereka juga harus lolos standarisasi kami, untuk itulah kami juga mendorong para petani agar mereka mampu mengelola kebun dan menghasilkan biji-biji kopi terbaik. Ada beberapa petani kami yang jadi andalan kami, mereka pasti memproduksi biji-biji premium yang mana kami sudah hafal, itu ya akan kami beli dengan harga premium.”<sup>17</sup>

Adanya pengorganiasian di hilir ini sungguh sangat memberikan dampak, mulai dari kesejahteraan para petani, sampai ke kualitas hasil produksi.

Hal ini tidak akan terjadi apabila petani berjalan sendiri-sendiri.

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Katiman selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Kamis 17 Desember 2020, pukul 15.00 WIB.

<sup>17</sup> Wawancara dengan Kristian Yuwono selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Sabtu 19 Desember 2020, pukul 14.00 WIB.

“Kemari saya membandingkan dengan kopi di daerah temanggung, disana potensi kopinya sangat besar, akan tetapi tidak ada lembaga yang mewadahi. Jadi petani kopi berjalan sendiri-sendiri dan masing-masing membuat brandnya sendiri. Hal ini menjadi semrawut dan tidak ada upaya perbaikan yang terkoordinir secara bersama-sama.”<sup>18</sup>

Jadi nilai plus yang dimiliki Omah Kopi Mandiri, Strategi hulu dan hilir ini dilakukan oleh Kelompok Usaha Bersama, artinya seluruh petani yang ada di hulu bisa terakomodir produknya dan juga akan didorong untuk melakukan perbaikan hasil panen mereka.

“Para petani juga mendapat fasilitas bantuan dalam pengelolaan lahan mereka seperti pestisida dan cara penggunaan yang baik, kita siapkan barang dan juga gurunya, melalui dana keuntungan dari pupuk itu tadi.”<sup>19</sup>

Berkaitan dalam dengan modal, Omah Kopi Mandiri untuk saat ini belum pernah sama sekali melakukan pinjaman. Akan tetapi modal didapat dari simpanan pokok dan simpanan wajib anggota. Selain dari simpanan, Omah Kopi Mandiri juga telah mendapat beberapa hibah untuk mendukung pemberdayaan masyarakat yang mereka lakukan.

“Modal kita berasal dari simpanan pokok dan simpanan wajib para petani, PSBI, dan keuntungan dari penjualan. Untuk simpanan pokoknya, tiap anggota yang bergabung kami tarik iuran Rp.100.000, sementara simpanan wajibnya Rp.10.000 tiap bulannya.”<sup>20</sup>

Tantangan hari ini dalam produksi, yakni kurang aktif maupun inisiatifnya para petani dalam mengelola kelompoknya. Sifat individual

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Karunia Ika selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Rabu 16 Desember 2020, pukul 19.00 WIB.

<sup>19</sup> Wawancara dengan Karunia Ika selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Rabu 16 Desember 2020, pukul 19.00 WIB.

<sup>20</sup> Wawancara dengan Kristian Yuwono selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Sabtu 19 Desember 2020, pukul 13.00 WIB.

dan rasa memiliki terhadap lembaga yang masih kurang. Hal ini dinilai karena penghasilan dari kopi masih terbilang belum cukup besar bagi mereka.

“Jadi problemnya kadang petani masih merasa sendiri-sendiri, karena mereka belum memahami potensinya, harapan yang tidak sebanding dengan kinerjanya. Jadi di kami ini banyak petani-petani yang tergabung dalam lembaga, akan tetapi pohon yang ditanam masih sedikit, jadi penghasilan mereka tidak terlalu banyak dan akhirnya terbengkalai.”<sup>21</sup>

“Malahan saya lebih suka 20 petani inti tapi mereka mau serius betul-betul belajar dan melaukan pembudidayaan kopi, ketimbang dengan banyak sekali anggota tetapi kebanyakan dari mereka hanya coba-coba.” Kata bapak Hadi Sutrimo pengelola UPH di Desa Geger.<sup>22</sup>

Dalam menjalankan industrinya, Omah Kopi Mandiri juga merumuskan *Nilai dan Budaya Omah Kopi Mandiri* sebagai landasan moral mereka bekerja. Diantaranya sebagai berikut :

1) *Achievment Oriented* (Berorientasi pada Pencapaian)

Omah Kopi Mandiri tangguh dan professional dalam mencapai sasaran perusahaan dengan menegakkan nilai – nilai tangguh dan professional.

2) *Customer Focus* {Fokus pada pelanggan}

Omah Kopi Mandiri selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik dan berkomitmen pada kepuasan pelanggan dengan menegakkan nilai-nilai perhatian dan komitmen

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Kristian Yuwono selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Sabtu 19 Desember 2020, pukul 15.00 WIB.

<sup>22</sup> Wawancara dengan Hadi Sutrimo selaku Pengurus KUB Omah Kopi Mandiri, Rabu 23 Desember 2020, pukul 12.00 WIB.

3) *Team Work* (kebersamaan)

Omah Kopi Mandiri harus menjalin sinergi dan bersatu dalam bekerja dengan mengutamakan nilai-nilai sinergi dan bersatu.

4) *Integrity* (Integritas)

Omah Kopi Mandiri menjunjung tinggi kejujuran dan bertanggung jawab dengan menjunjung tinggi nilai-nilai jujur dan tanggung jawab.

5) *Visionary* (visioner)

Omah Kopi Mandiri berfikir jauh kedepan dan siap menghadapi perubahan dinamika usaha dgn memperhatikan nilai-nilai inovatif dan adaptif.

6) *Environmentally Friendly* (ramah lingkungan)

Omah Kopi Mandiri selalu bertindak aman bagi keselamatan dirinya, aset perusahaan dan lingkungan hidup serta memberikan manfaat bagi masyarakat luas untuk berkelanjutan Perusahaan dengan memperhatikan nilai-nilai aman dan berkelanjutan.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Company Profile Omah Kopi Mandiri 2020

## **C. Temuan Penelitian**

### **1. Strategi Pemasaran Omah Kopi Mandiri**

Omah Kopi Mandiri merumuskan strateginya dalam melakukan pemasaran dengan sebutan strategi hulu hilir, yakni tidak hanya berfokus ke penjualan, akan tetapi hulu atau sumber kopi ini juga harus dipastikan kualitasnya.

Dalam tataran hulu, Omah kopi mandiri melakukan berbagai upaya dalam meningkatkan kualitas produknya, seperti pelatihan pengolahan lahan, pelatihan pasca panen, dan perbaikan infrastruktur produksinya. Hal ini dilakukan untuk menjaga citra kualitas kopi dari pegunungan walis yang mana hal ini dilihat sebagai sebuah potensi hulu yang harus dikelola dengan baik.

Pengorganisasian dalam tataran hulu ini tentunya sangat berpengaruh jika kita bandingkan dengan sumber produsen kopi yang tidak memiliki wadah/lembaga seperti yang telah dipaparkan pada bagian sumber data diatas. Hasil kopi (*merk/brand*) yang dihasilkan akan sangat bervariasi dan tidak terkoordinasi dengan baik. Padahal potensi besar seperti itu akan sangat massif jika digarap secara bersama-sama.

Dalam pengelolaan pasca panen, Omah Kopi Mandiri menerapkan standarisasi yang sama terhadap para petani. Serta pengelolaan pasca panen juga mempunyai proses sortasi yang menyortir biji-biji kopi yang berkualitas.

Sementara dalam tataran hilir Omah Kopi Mandiri menggandenga mitra-mitra yang mengambil biji kopi dari KUB Omah Kopi Mandiri.



Mitra-mitra tersebut akan dipastikan memperoleh biji kopi dibandingkan konsumen yang lain. Mitra-mitra tersebut diantaranya Otak Kopi, Limang Kopi, Kedai Kosim, Inbeans, Lintang Wilis dan lain-lain.

Omah Kopi Mandiri juga beberapa kali mengadakan event berkaitan dengan kopi seperti coffe camp, festival kopi nusantara, lomba manual brewing, pameran, serta beberapa kali ikut bergabung dalam event pariwisata untuk mengenalkan produk kopi dari Omah Kopi Mandiri. Serta juga menyediakan jasa edukasi kopi bekerja sama dengan pokdarwis kecamatan Sendang.

Jasa edukasi kopi ini tidak hanya sebatas mengenalkan kopi, akan tetapi juga dunia bisnis kopi, dan juga pemberdayaan masyarakat atau petani kopi yang ada di daerah Sendang. Melalui proses edukasi ini secara langsung juga akan mempromosikan nama Omah Kopi Mandiri.

Tantangan saat ini untuk Omah Kopi Mandiri, yakni memastikan kesediaan biji kopi berkualitas untuk para mitra terutama. Hal ini disebabkan serapan kopi 80% dilakukan oleh para mitra dibandingkan dengan konsumen langsung. Untuk memastikan ketersediaan kopi tersebut, kembalilah persoalannya dalam proses hulu.

## 2. Produksi Kopi Omah Kopi Mandiri

Proses produksi kopi di Omah Kopi Mandiri ini bisa di sebut pengembangan di tataran hulu. Dalam hal ini bagian terpentingnya adalah pemberdayaan para petani. Nilai harga yang lebih tinggi tentunya dihasilkan melalui proses produksi yang baik. Mulai dari pengelolaan lahan, dan pengelolaan kopi pasca panen.

Dalam hal pengelolaan lahan, omah kopi mandiri memberikan fasilitas pengembangan kualitas dan kapasitas SDM kepada para petani dan seluruh anggota Omah Kopi Mandiri. Hal ini dilakukan untuk memperbaiki kualitas biji kopi yang diproduksi oleh para petani.

Bahkan Omah Kopi Mandiri juga telah merumuskan *nilai dan budaya Omah Kopi Mandiri*. Seperti yang telah dipaparkan oleh peneliti dalam pembahasan sebelumnya, *nilai dan budaya Omah Kopi Mandiri* ini dijadikan sebagai nilai-nilai dasar para pengurus maupun anggota dalam menjalankan roda bisnisnya.

Omah Kopi Mandir juga telah merumusan SOP kerja. Diantaranya sebagai berikut :

1. Wajib mengisi daftar hadir di setiap kegiatan
2. Setiap anggota wajib mengikuti kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan.
3. Wajib mengenakan standar keamanan yang ditetapkan oleh perusahaan.
4. Petani wajib menyetor hasil panen kepada perusahaan.

5. Masing – masing bidang wajib membuat laporan kegiatan dan diberikan kepada perusahaan yang dilakukan setiap satu bulan sekali atau sewaktu – waktu jika diperlukan oleh perusahaan

Dalam hal modal, Omah Kopi Mandiri sampai saat ini belum pernah memiliki pinjaman terhadap sumber modal seperti bank atau BMT. Akan tetapi sumber modalnya berasal dari simpanan wajib dan simpanan pokok para anggota. Untuk simpanan pokok petani diminta iyuran Rp.100.000 dan Rp.10.000 tiap bulan untuk simpanan wajibnya.

Omah Kopi Mandiri juga mendapat tambahan modal dari Pendanaan Sosial Bank Indonesia, dan juga bantuan-bantuan dari LPMD. Bantuan ini berupa pengadaan peralatan produksi dan bibit kopi yang siap ditanam.

Hal terpenting dari proses produksi di Omah Kopi Mandiri ditunjang oleh system pengorganisasian yang baik, serta pelaporan dan evaluasi yang transparan dari seluruh anggota, pengurus, serta bagian-bagian divisi.

Omah kopi mandiri juga melakukan pertemuan tiap bulannya. Pertemuan ini dilakukan untuk tetap menjaga silaturahmi para anggota Omah Kopi Mandiri, menyampaikan berbagai informasi, mengadakan pelatihan, bahkan evaluasi kerja KUB. Evaluasi diadakan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan setiap bidang diperusahaan.

