

# ANALISIS GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DAN PORTER'S FIVE FORCES PADA INDUSTRI PERTANIAN KOPI (STUDI KASUS UMKM TWO HEART KOPI POSONG)

Almira Viani<sup>1</sup>, Bulan Prabawani<sup>2</sup> & Reni Shinta Dewi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Diponegoro

\*Email: almiraviani@students.undip.ac.id

**Abstract:** *This study aims to determine the application of GSCM in the coffee industry and analyze the competition in it with the Porter's Five Forces analysis model in Two Heart Kopi Posong SMEs. In this study, the author uses a descriptive analytical method with a qualitative approach. Collecting data through observation, oral interviews, and documentation studies. Observations were made on the operational activities of coffee product processing to determine the process of implementing GSCM. The results of interviews and observations were used as primary data to determine the application of GSCM practices in Two Heart Kopi Posong SMEs. The results of the analysis are that the SMEs have carried out the four GSCM activities but the practice has not been carried out optimally. The motives that drive SMEs in implementing GSCM practices are based on the role of the government, personal environmental awareness, and increased efficiency. The practice of GSCM provides many strengths and opportunities that can be exploited by business to compete in the coffee industry, which is relatively easy for new competitors to enter. For further research, attention can be given to optimizing green manufacturing activities and implementing GSCM as a business competitive advantage strategy in facing competition.*

**Keywords:** *Green supply chain management, SMEs, Competition*

**Abstraksi:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan GSCM pada industri kopi dan menganalisis persaingan didalamnya dengan model analisis Porter's Five Forces pada UMKM Two Heart Kopi Posong. penulis menggunakan metode deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara lisan, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan terhadap kegiatan operasional pengolahan produk kopi untuk mengetahui proses penerapan GSCM. Hasil wawancara dan observasi dalam penelitian ini digunakan sebagai data primer untuk mengetahui penerapan praktik GSCM di UMKM Two Heart Kopi Posong. Hasil analisis dari penelitian ini adalah UMKM Two Heart Kopi Posong telah menjalankan keempat aktivitas GSCM namun praktiknya belum dilakukan secara maksimal. Motif pendorong usaha dalam menerapkan praktik GSCM didasari oleh peran pemerintah, kesadaran lingkungan pribadi, dan peningkatan efisiensi. Praktik GSCM memberikan banyak kekuatan dan peluang yang bisa dimanfaatkan usaha untuk bersaing di tengah industri kopi yang tergolong mudah dimasuki pesaing baru. Kekuatan dari praktik GSCM dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi usaha dalam menghadapi persaingan. Saran untuk penelitian selanjutnya, perhatian dapat diberikan kepada optimalisasi aktivitas green manufacturing dan penerapan GSCM sebagai strategi keunggulan kompetitif usaha dalam menghadapi persaingan. Saran untuk penelitian selanjutnya, perhatian dapat diberikan kepada optimalisasi aktivitas green manufacturing dan penerapan GSCM sebagai strategi keunggulan kompetitif usaha dalam menghadapi persaingan.

**Keywords:** Green supply chain management, Persaingan, UMKM

## Latar Belakang

Pertanian memegang peran penting dalam kesejahteraan masyarakat Indonesia. Menjadi salah satu pilar ekonomi bangsa, sektor pertanian merupakan sektor yang dapat diandalkan dalam pemulihan perekonomian nasional. Berdasarkan struktur Produk Domestik Bruto atau PDB menurut lapangan usaha kuartal III 2019, kontribusi sektor pertanian atas PDB Nasional mencapai 13,45% atau kedua tertinggi setelah sektor industri 19,62%. Dalam memasok produk hasil pertanian hingga sampai ke tangan konsumen, terdapat proses manajemen rantai pasok atau *supply chain management* yang dilalui. *Supply Chain Management* (SCM) adalah pendekatan untuk optimalisasi hubungan antara pemasok, kegiatan manufaktur, dan proses penyimpanan yang membantu praktik produksi

serta distribusi barang agar dapat berlangsung tepat dalam jumlah, lokasi dan waktu yang dibutuhkan untuk menekan biaya dan mendapatkan kepuasan konsumen (Widyarto, 2012). Seluruh aktivitas pada rantai pasok atau *supply chain* memiliki risiko dan dampak buruk terhadap lingkungan (Heriyanto & Noviardy, 2019). SCM umumnya hanya fokus terhadap aktivitas produksi dan distribusi produk akhir, tanpa memperdulikan dampak negatif terhadap lingkungan selama keberlangsungan produksi dan distribusi berjalan (Verma, 2014). Hal tersebut membuat para organisasi dan pelaku usaha menjadi sadar bahwa diperlukannya keseimbangan antara kegiatan industri dan keselarasan lingkungan dalam berbisnis sehingga muncul konsep *Green Supply Chain Management* (GSCM). Konsep *Green Supply Chain Management* (GSCM) atau manajemen rantai pasok hijau mengacu pada usaha-usaha untuk meminimalkan dampak negatif dari suatu organisasi dan rantai pasoknya terhadap lingkungan yang berkaitan dengan perubahan iklim, polusi dan sumber-sumber daya yang tidak diperbaharui (Heriyanto & Noviardy, 2019).

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS), menyebutkan bahwa produksi kopi di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 774,60 ribu ton, meningkat dari tahun 2020 yang sebelumnya mencapai 762,20 ribu ton. Data International Coffee Organization (ICO) mencatat bahwa tren konsumsi kopi domestik di Indonesia terus meningkat selama beberapa tahun terakhir. Tercatat pada periode 2018-2019, jumlah konsumsi kopi domestik mencapai 4.800 kantong berkapasitas 60 kilogram (Wolff, 2021). Dewan Kopi Indonesia menyebutkan bahwa konsumsi kopi masyarakat meningkat dari sebelumnya 0,8 kg per kapita per tahun menjadi 1,2 kg per kapita per tahun pada 2021. Bahkan untuk tahun 2022, diprediksikan bahwa peningkatan mencapai 1,4 – 1,5 kg per kapita per tahun.

Tingginya permintaan dan konsumsi kopi lokal mendorong tumbuhnya UMKM yang fokus menggeluti usaha kopi. Hasil riset Toffin yang dilakukan pada Agustus 2019 menunjukkan bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia yang diantaranya merupakan pelaku UMKM, mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat dari tahun 2016 yang hanya berjumlah 1000 gerai. Peningkatan jumlah penggiat usaha pada industri kopi ini menunjukkan bahwa diperlukannya analisis strategi untuk bisa mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki usaha di antara kompetitor lainnya. Salah satu model strategi yang dapat digunakan adalah kerangka Porter's Five Forces atau Lima Kekuatan Porter. Model ini dapat membantu usaha dalam mengidentifikasi lima aspek yang mendorong persaingan, yang mengancam kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, dan membuat perusahaan untuk melihat posisi dalam industri yang kurang rentan terhadap persaingan (Dalken, 2014).

GSCM merupakan salah satu konsep yang memiliki keunggulan secara signifikan, namun strategi penggunaan konsep tersebut sulit diadopsi UMKM secara efektif (Huang et al., 2015). Salah satu UMKM Kopi yang mempraktikkan kegiatan GSCM adalah Two Heart Kopi Posong. Kegiatan yang dilakukan usaha mulai dari aktivitas penanaman secara tumpang sari, penggunaan pupuk organik sampai proses pengemasan dan distribusi produk secara ramah lingkungan. Pemilik usaha juga pernah mendapatkan penghargaan KALPATARU dari pemerintah setempat atas jasanya dalam melestarikan lingkungan hidup. Berdasarkan latar belakang diatas maka fokus dari penelitian ini adalah menganalisis praktik GSCM dan Porter's Five Forces yang dilakukan UMKM Two Heart Kopi Posong.

## **Kajian Teori**

### *Supply Chain Management*

Istilah Supply Chain Management (SCM) pertama kali dikemukakan oleh Oliver dan Weber pada tahun 1982. Disebutkan bahwa manajemen rantai pasokan atau supply chain management (SCM) merupakan pengelolaan rantai siklus yang lengkap mulai bahan mentah dari para supplier, kegiatan operasional di perusahaan, berlanjut ke distribusi sampai kepada konsumen. SCM berorientasi pada internal dan eksternal perusahaan yang menyangkut hubungan dengan mitra (Ceha et al., 2017). Koordinasi dan integrasi dari aliran barang sampai aliran uang setiap pelaku yang terlibat masuk sebagai cakupan manajemen rantai pasok (Maria, 2012). Dalam hal ini dapat dilihat bahwa manajemen rantai pasok turut menggambarkan proses disiplin dalam mendistribusikan

barang, jasa atau informasi dari pemasok ke pelanggan yang terdiri dari pemasok, produsen, distributor, dan konsumen.

### *Green Supply Chain Management*

*Green supply chain management* (GSCM) didefinisikan sebagai penambahan isu-isu hijau ke dalam manajemen rantai pasokan (Hervani et al., 2005). Secara spesifik, isu hijau ini menunjukkan bahwa adanya integrasi antara kegiatan manajemen rantai pasokan yang mempertimbangkan permasalahan lingkungan (Srivastava, 2007). Rantai pasok hijau disebutkan juga tidak hanya fokus terhadap biaya, efisiensi, dan layanan pelanggan yang tinggi, tetapi juga terhadap rendahnya dampak untuk lingkungan (Achillas et al., 2019). Konsep ini dibangun berdasarkan prinsip nilai tradisional dalam rantai pasok yaitu dengan memasukkan proses sadar akan lingkungan (Ahi & Searcy, 2015). Praktik GSCM dinilai berkelanjutan sebagai kegiatan rantai pasok karena berfokus meminimalkan dampak lingkungan dari produk di sepanjang siklus hidupnya, yakni dimulai dari desain hijau, penghematan sumber daya, pengurangan bahan berbahaya, dan daur ulang atau penggunaan kembali produk (Holt & Ghobadian, 2009). Tujuan utama dari GSCM adalah untuk menghilangkan atau meminimalkan efek berbahaya yang berasal dari kegiatan operasional seperti ekstraksi dan akuisisi bahan baku serta penggunaan atau pembuangan produk (Mafini & Loury-Okoumba, 2018).

### *Aktivitas Green Supply Chain Management*

Dalam model fungsional manajemen rantai pasok hijau, ilustrasi praktik GSCM dimulai dari fase pembelian bahan mentah, memperpanjang tahapan pengembangan produk, termasuk energi dan bahan baku yang digunakan, dan hasil jumlah polusi dari kegiatan distribusi serta daur ulang produk (Sarkis & Dou, 2018). Aktivitas GSCM meliputi kegiatan yang terdiri dari rangkaian penambahan nilai hijau pada rantai prosesnya, hal tersebut meliputi *green procurement* atau pengadaan hijau, *green logistic* atau logistik hijau, *green manufacturing* atau manufaktur hijau, dan *green distribution* atau distribusi hijau (Chin et al., 2015; Ninlawan et al., 2010; Mafini & Loury-Okoumba, 2018). Keempat aktivitas tersebut dapat menjadi dasar atas praktik GSCM yang dilakukan pada suatu usaha dalam mencapai tujuan kinerja organisasi dalam mengintegrasikan aspek lingkungan dalam kegiatan rantai pasok

### *Faktor Pendorong Praktik Green Supply Chain Management*

Transisi dari manajemen rantai pasokan tradisional ke hijau adalah proses yang mencakup elemen penghambat dan pendorong. Campuran dari kekuatan pendorong dan penghambat berperan dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan tentang keterlibatan dalam praktik hijau (Achillas et al., 2019). Pada dasarnya dorongan penerapan GSCM terbagi menjadi dua yaitu dari dalam atau internal dan dari luar atau eksternal. Dari segi internal, motivasinya dapat berupa top management support atau dukungan manajemen puncak, middle managers' support atau dukungan manajer menengah, dan employees' support atau dukungan karyawan (Sarkis & Dou, 2018).

Tidak hanya melalui dorongan berupa dukungan dari para pekerja, motivasi praktik GSCM juga dapat dikategorikan menjadi *environmental management systems and continuous improvement*, *voluntary initiatives*, *environmental leadership*, *environmental reporting*, *environmental accounting*, *enhancing efficiency* (Achillas et al., 2019). Regulasi eksternal dan undang-undang sering kali menjadi pendorong yang kuat untuk program GSCM karena ini adalah persyaratan wajib bagi organisasi. Namun dibalik itu, ada pula beberapa alasan diberlakukannya GSCM pada suatu organisasi. Faktor pendorong tersebut juga meliputi keberadaan hal-hal seperti *self-regulation*, *economic incentives*, *education and training*, *supply chain pressure*, dan *international trade* (Achillas et al., 2019).

### *Porter's Five Forces*

*Porter's Five Forces* adalah sebuah metode analisis dalam strategi operasional pada lingkungan bisnis yang kompetitif. Analisis lima kekuatan bersaing ini umumnya digunakan untuk menganalisis tingkat persaingan sebuah industri dan strategi pengembangan bisnis. Strategi kompetitif harus bertumpu pada pemahaman tentang struktur industri dan cara mereka berubah

(Gerard & Bruijl, 2018). Porter berpendapat bahwa tujuan ahli strategi adalah untuk mengenali dan menangani lingkungan yang kompetitif dengan secara langsung melihat pesaing, atau untuk memikirkan perspektif secara lebih luas terkait persaingan organisasi (Porter, 1979). Menurut Michael E. Porter, intensitas persaingan dalam suatu industri dipengaruhi oleh lima kekuatan, yaitu ancaman pesaing baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pemasok, kekuatan tawar menawar pembeli, dan intensitas diantara pesaing yang ada (Porter, 2008).

## Metode Penelitian

### Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini diantaranya adalah seorang pemilik usaha Two Heart Kopi Posong sebagai key informan, satu orang karyawan usaha di bagian pembibitan, lima orang karyawan di bidang pengolahan pasca panen, dan satu orang karyawan bagian pemasaran. Pemilihan karyawan dilakukan sesuai bidang yang terkait dan masuk ke dalam kriteria penelitian, terutama yang terlibat pada kegiatan *supply chain* usaha seperti pada bagian produksi dan distribusi.

**Table 1. Informasi Narasumber dan Gambaran Topik Pertanyaan**

No	Narasumber	Nama	Topik Pertanyaan
1	Pemilik UMKM Two Heart Kopi Posong	Tuhar	- Keseluruhan alur rantai pasok - Faktor penerapan GSCM pada usaha - Informasi pendukung terkait keuangan
2	Karyawan bagian pembibitan	Malik	-Kegiatan pembibitan terkait praktik GSCM yang dilakukan
3	Karyawan bagian pengolahan 1	Fuat	-Kegiatan pencucian, pengelupasan, dan penjemuran terkait praktik GSCM yang dilakukan
4	Karyawan bagian pengolahan 2	Joko	-Kegiatan penggerbusan terkait praktik GSCM yang dilakukan
5	Karyawan bagian pengolahan 3	Dwik	-Kegiatan grading terkait praktik GSCM yang dilakukan
6	Karyawan bagian pengolahan 4	Ninik	-Kegiatan sortasi terkait praktik GSCM yang dilakukan
7	Karyawan bagian pengolahan 5	Ibnu	-Kegiatan roasting dan grinding terkait praktik GSCM yang dilakukan
8	Karyawan bagian pemasaran	Ibnu	-Kegiatan pemasaran terkait praktik GSCM yang dilakukan

### Jenis Data

Dalam penelitian kualitatif, jenis data yang digunakan umumnya adalah teks, tulisan, frasa, kumpulan kata atau kalimat yang bersifat mengklasifikasi peristiwa atau kejadian. Pada penelitian ini data yang digunakan akan diperoleh secara langsung sebagai data primer dari narasumber dan tidak langsung dari sumber pendukung sebagai data sekunder.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan menerapkan metode observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi.

### Analisis dan Interpretasi Data

Proses analisis dan interpretasi data pada penelitian ini dilakukan dengan mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan.

### Kualitas Data

Uji kualitas data yang dilakukan diukur melalui validitas internal dan validitas eksternal. Validitas Internal adalah jenis validitas yang mengacu pada sejauh mana seorang peneliti dibenarkan dalam menyimpulkan bahwa hubungan yang diamati adalah kausal dan apat mengidentifikasi penyebab dan efek potensial dari penelitian yang dilakukan sedangkan validitas eksternal adalah

Jenis validitas yang dapat digunakan ketika ingin mengelompokkan serangkaian hasil temuan ke penelitian lain dengan bentuk kasus yang berbeda dari segi pengaturan dan waktu.

## **Hasil Penelitian**

### *Temuan Praktik GSCM*

Hasil wawancara dan observasi secara mendalam yang dilakukan pada subjek penelitian menyimpulkan bahwa UMKM Two Heart Kopi Posong telah melakukan praktik GSCM meskipun penerapannya belum maksimal. Dari keempat konsep GSCM, komponen aktivitas yang dilakukan UMKM Two Heart Kopi Posong adalah sebagai berikut:

#### Green Procurement (Pengadaan Hijau)

- Memilih pemasok yang memperhatikan lingkungan berkelanjutan
- Penggunaan hasil daur ulang limbah (pupuk kandang dan sekam padi) sebagai bahan operasional kegiatan bisnis
- Penggunaan wadah (karung goni) secara berulang

#### Green Manufacturing (Manufaktur Hijau)

- Penggunaan pestisida alami untuk membasmi hama
- Praktik tumpang sari atau rotasi tanaman pada lahan pertanian
- Penggunaan energi alami tenaga surya pada proses penjemuran
- Melakukan kegiatan operasional yang menggunakan mesin dalam jumlah besar
- Memilih penggunaan Biodiesel sebagai bahan bakar mesin
- Mendaur ulang hasil limbah produksi (kulit biji kopi) menjadi campuran pupuk dan pakan ternak

#### Green Distribution (Distribusi Hijau)

- Penggunaan kemasan kertas sebagai bungkus luaran produk kopi
- Penggunaan kembali karung goni sebagai wadah pengiriman dalam jumlah besar

#### Green Logistic (Logistik Hijau)

- Pengiriman dalam jumlah besar
- Penggunaan jasa ekspedisi dan pengaturan rute perjalanan

Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan praktik GSCM sudah dilakukan di UMKM Two Heart Kopi Posong namun belum maksimal karena masih ada beberapa praktik yang berpotensi menimbulkan dampak buruk terhadap lingkungan secara langsung. Praktik non-GSCM yang masih diterapkan antara lain adalah penggunaan polybag berbahan dasar plastik sekali pakai dan pengolahan limbah air yang belum diterapkan.

### *Analisis SWOT*

#### *Strength*

Penerapan GSCM pada suatu usaha membawa kekuatan yang baik untuk keberlangsungan organisasi. Pada UMKM Two Heart Kopi Posong, diterapkannya GSCM telah membantu mengoptimalkan kinerja rantai pasok sehingga mayoritas sumber daya yang digunakan bermanfaat secara efisien, contohnya pada pemanfaatan sinar matahari untuk menjemur hasil biji kopi yang sedang dalam proses pengolahan. Kekuatan lainnya adalah praktik GSCM. memberikan manfaat yang dapat dirasakan secara jangka panjang, seperti kualitas tanah yang terus membaik, hasil panen yang berkualitas dan citra perusahaan yang positif. Ini merupakan kebutuhan bagi setiap bisnis agar operasional bisnis bisa tetap jalan terus menerus. Selain itu, dukungan pemerintah terhadap usaha menjadi salah satu kekuatan yang patut dimiliki usaha. Prinsipnya, praktik GSCM sejalan dengan program sustainable development atau perkembangan berkelanjutan yang sedang disuarakan pemerintah, ini menjadi kekuatan yang mampu mendorong aktivitas GSCM untuk terus dilaksanakan.

#### *Weakness*

Selain kelebihan, faktor internal yang harus dianalisis dalam sebuah bisnis adalah kekurangannya. Pada penerapan GSCM kekurangan yang cukup jelas terjadi adalah keberadaan gap



informasi, pengetahuan, dan pemahaman. Pada UMKM Two Heart Kopi Posong, pemilik usaha dan karyawan sudah menyadari pentingnya melakukan praktik bisnis secara ramah lingkungan, namun pemahaman terkait GSCM sendiri masih terbatas. Hal tersebut berdampak pada praktik GSCM yang belum dilakukan secara maksimal terkait operasional usaha. Kekurangan lainnya adalah dibutuhkan waktu yang cukup panjang untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Contohnya dalam menghasilkan kualitas tanah yang baik dan sehat, apabila sebelumnya tanah sering diberikan atau terkontaminasi oleh bahan kimia, tanah yang digunakan memerlukan waktu adaptasi untuk secara maksimal bekerja dengan baik saat diberikan bahan organik. Selain itu dengan mendalami praktik GSCM secara maksimal, dibutuhkan juga modal berlebih, ini terkait dengan kegiatan penyuluhan serta praktik operasionalnya di lapangan.

#### *Opportunity*

Peluang merupakan faktor eksternal yang harus diperhatikan dalam sebuah organisasi bisnis. Praktik GSCM pada UMKM Two Heart Kopi Posong memiliki beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan lanjut untuk perkembangan bisnis. Pertama, praktik GSCM dapat meningkatkan kesempatan bisnis dengan investor internasional. Tidak hanya investor, potensi pasar internasional juga dapat dipenuhi karena adanya praktik GSCM. Kekhawatiran akan dampak lingkungan sering kali menjadi perhatian investor dalam menyalurkan sumber dananya. Begitu pula untuk pasar internasional, aspek terkait kesadaran suatu bisnis dalam menjalankan usaha yang ramah lingkungan turut menjadi alasan dibelinya suatu produk.

#### *Threat*

Selain peluang, faktor eksternal yang dapat diulas lebih lanjut dalam sebuah usaha adalah keberadaan ancaman. Pada penerapan GSCM yang dilakukan UMKM Two Heart Kopi Posong, ancaman bisa datang dari pesaing di industri yang serupa. Persaingan industri yang cukup ketat mampu mengancam keberadaan pasar yang sudah dimiliki suatu organisasi. Pesaing dapat memproduksi produk dalam jumlah yang lebih banyak tanpa memikirkan dampak lingkungan, ini berpotensi menghasilkan sebuah produk dengan harga yang lebih murah dalam hal ini ancaman datang melalui persaingan harga yang berlangsung.

#### *Faktor Pendorong Praktik GSCM*

##### *Peran Pemerintah*

Pada praktik penanaman kopi, peran pemerintah yang hadir bukan sebagai pembuat kebijakan atau regulasi terkait pertanian setempat melainkan sebagai penyedia wadah edukasi dan pelatihan yang membuat petani sekitar sadar bahwa penanaman kopi di kawasan Temanggung dapat dilakukan.

##### *Kesadaran Lingkungan*

Alih fungsi lahan kawasan lereng gunung menjadi lahan pertanian membuat Pemilik UMKM Two Heart Kopi Posong sadar bahwa pertanian di lereng gunung dapat menyebabkan kerusakan di kawasan hilir daerah sekitar terutama apabila tidak dikombinasikan dengan tanaman keras. Sebagai daerah pegunungan yang memiliki banyak lahan pertanian, Temanggung merupakan salah satu daerah yang sering memiliki masalah tanah longsor. Hal tersebut mendasari Pak Tuhar sebagai pemilik lahan untuk menanam kopi sebagai salah satu tanaman keras di lahan pertaniannya.

##### *Nilai Ekonomis*

Penanaman kopi di kawasan Temanggung yang mayoritas komoditasnya adalah tembakau dapat menjadi nilai tambah secara ekonomis bagi petani. Perhitungan yang dilakukan Pak Tuhar selaku pemilik UMKM Two Heart Kopi Posong menunjukkan bahwa penanaman kopi dan tembakau sama-sama memiliki keuntungan dari sisi ekonomi. Namun untuk tanaman kopi, apabila petani kopi dapat mengolahnya lebih lanjut menjadi produk siap saji, keuntungan yang didapat bisa menjadi lebih besar jika dibandingkan dengan hanya menanam tembakau.

##### *Analisis Porter's Five Forces*

##### *Ancaman pendatang baru*

Dalam menganalisis ancaman pendatang baru beberapa indikator dilihat sebagai ukuran sejauh mana ancaman pendatang baru muncul pada usaha kopi di Indonesia

- Skala ekonomi

Sebagai negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia, Indonesia memiliki banyak daerah yang unggul dalam produksi kopi seperti Sumatra dan Bali, fakta ini menunjukkan bahwa terdapat persaingan penawaran kopi yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia.

- Diferensiasi produk

Saat ini Indonesia memiliki 17 jenis kopi yang masuk ke dalam daftar kopi indikasi geografis. Ini menunjukkan bahwa terdapat beragam ciri khas kopi yang berbeda dan datang dari berbagai daerah di Indonesia. Perbedaan antara jenis kopi tersebut memiliki pasarnya masing-masing. Namun untuk saat ini, tren minum kopi terutama di kota-kota besar menunjukkan bahwa campuran kopi dan susu cukup menjadi favorit dan diminati berbagai kalangan. Ini menunjukkan bahwa inovasi minuman dari produk kopi dapat mendorong terjadinya persaingan.

- Persyaratan modal

Tren kopi yang mulai menjamur tidak hanya terjaring di kalangan menengah ke atas melainkan juga menengah ke bawah. Keberadaan jenis kopi keliling dan sajian kopi lokal dalam bentuk angkringan atau kedai kecil rumahan menjadi bukti bahwa usaha kopi dapat dimulai dari modal kecil.

- Kebijakan pemerintah

Di Indonesia, kebijakan pemerintah cenderung mendorong masyarakat untuk berwirausaha. Hal tersebut dapat dilihat dari maraknya program pemberdayaan UMKM yang bertebaran dimana-mana. Tentunya hal ini cenderung mendorong pesaing untuk masuk ke dalam jenis usaha yang menjanjikan seperti usaha pada industri kopi.

- Akses saluran distribusi

Peningkatan industri kopi di Indonesia dan kemudahan untuk mengakses informasi di zaman ini dapat mempermudah usaha pendatang baru dalam menyusun saluran distribusi. Contohnya untuk usaha kedai kopi, pemilihan supplier biji kopi dapat ditemukan dari internet atau sosial media. Ketepatan akses saluran distribusi bisa didapat dari riset dan pengembangan yang dilakukan dalam usaha. Jika ingin memiliki saluran yang lebih mudah, usaha franchise produk kopi dapat menjadi salah satu pilihan dalam bersaing

#### *Kekuatan tawar menawar pemasok*

Pak Tuhar selaku pemilik UMKM Two Heart Kopi Posong mengawali usaha kopinya dengan menjadi petani kopi. Selepas menjadi petani kopi secara mandiri Pak Tuhar menjadikan hasil panen di kebunnya sebagai bahan baku untuk operasional usahanya. Kemandirian ini membuat UMKM Two Heart Kopi Posong tidak bergantung kepada suatu pemasok kopi tertentu. Usaha mandiri dalam produksi kopi ini justru membuat keberadaan UMKM Two Heart Kopi Posong cenderung dijadikan pemasok oleh usaha kopi lainnya. Umumnya para reseller produk kopi UMKM Two Heart Kopi Posong tersebar di kota-kota besar seperti Yogyakarta, Semarang, dan Jakarta. Ketergantungan terhadap supplier atau pemasok dalam usaha Two Heart Kopi Posong biasanya lebih mengarah kepada ketersediaan pupuk kandang. Biasanya pupuk kandang diambil dari daerah Solo dan Yogyakarta, Pak Tuhar tidak hanya bergantung kepada satu penjual pupuk melainkan mengetahui beberapa penjual lainnya sehingga ketersediaan pupuk kandang tidak menjadi kesulitan dalam kegiatan operasional UMKM Two Heart Kopi Posong.

#### *Kekuatan tawar menawar pembeli*

Sebagai UMKM yang menjual beragam jenis produk kopi seperti green bean, roast bean, dan ground bean, UMKM Two Heart Kopi Posong memiliki beberapa jenis pembeli dalam usahanya. Beberapa pembeli yang menjadikan Two Heart Kopi Posong pemasok usaha kopi mereka sering kali membeli produk dalam kuantitas besar. Namun ada pula pembeli yang lebih memilih melakukan

pembelian dalam jumlah kecil. Secara kuantitas pembelian dan harga, kekuatan tawar menawar Two Heart Kopi Posong lebih kuat dibandingkan pembeli.

#### *Ancaman produk pengganti*

Pada UMKM Two Heart Kopi Posong, jumlah jenis produk substitusi sebagai ancaman produk pengganti cukup beragam. Mulai dari produk sesama kopi seperti kopi saset instan, kopi kemasan kaleng, kopi kemasan botol, sampai produk kopi susu cepat saji dari usaha kedai kopi ternama bisa dikatakan sebagai ancaman bagi produk UMKM Two Heart Kopi Posong. Selain produk sesama kopi, produk seperti Teh sebagai minuman yang juga memiliki kafein turut menjadi ancaman produk pengganti bagi UMKM Two Heart Kopi Posong. Tidak hanya sesama minuman berkafein, minuman perasa jenis lainnya juga dapat menjadi ancaman pengganti produk kopi UMKM Two Heart Kopi Posong. Jenis minuman rasa buah, minuman isotonik sampai air mineral memiliki potensi tersendiri untuk bersaing dengan produk kopi UMKM Two Heart Kopi Posong sebagai minuman yang bisa dinikmati kapan saja.

#### *Persaingan kompetitif dalam industri*

Meskipun permintaan kopi tergolong tinggi, banyaknya jumlah penyuplai kopi menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM Two Heart Kopi Posong. Untuk di kawasan yang sama, Temanggung, terkadang Pak Tuhar turut membantu penjualan dari petani kopi lainnya ketika permintaan produk kopi dari UMKM Two Heart Kopi Posong melebihi kapasitas produksi yang dihasilkan sehingga persaingan usaha cenderung stabil. Persaingan biasanya datang dari luar daerah yang sama-sama memproduksi biji kopi seperti Jawa Barat, Sumatra, dan Bali. Tidak hanya pemasok kopi, sebagai usaha kopi berskala UMKM yang belum berbadan hukum, Two Heart Kopi Posong juga bersaing dengan berbagai jenis badan usaha bisnis kopi. Dari mulai perusahaan perseorangan sampai 85 perusahaan multinasional yang memproduksi olahan kopi juga merupakan salah satu dari sekian banyak pesaingnya. Dapat disimpulkan bahwa kompetisi dan intensitas persaingan industri kopi ini tergolong besar. Ditambah, keadaan industri ini merupakan industri yang mudah dimasuki pesaing baru sehingga persaingan menjadi lebih kompetitif.

### **Pembahasan**

Kombinasi penggunaan model analisis SWOT dan Porter's Five Forces memberikan hasil yang saling melengkapi satu sama lain. Analisis internal GSCM terhadap usaha dapat dilihat dari indikator *strength* atau kekuatan dan *weakness* atau kelemahan sedangkan dari segi eksternal, keberadaan *opportunity* atau peluang dan *threat* atau tantangan menjadi indikator yang mendasari kegiatan analisis. Porter's Five Forces berperan dalam memaksimalkan kegiatan analisis pada indikator *threat* atau tantangan. Seperti penelitian Firmansyah (2014) yang berjudul SMEs Competitiveness Analysis In The Global Environment Using an Integrated Swot-Porter's Five Forces Model: A Case Study Of Australian Manufacturing Smes, penggunaan metode analisis SWOT dan Porter's Five Forces juga dilakukan secara bersamaan untuk mengetahui solusi terbaik bagi permasalahan yang dihadapi organisasi bisnis terkait kondisi usaha dan persaingan yang ada.

Berdasarkan hasil pemaparan temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa praktik GSCM yang dilakukan UMKM Two Heart Kopi Posong meningkatkan kekuatan usaha. Hal ini dinilai dari banyaknya kekuatan yang didapatkan usaha setelah analisis SWOT dilakukan terhadap praktik aktivitas GSCM pada kegiatan operasional usaha. Selain analisis SWOT, hasil analisis Porter's Five Forces yang dilakukan untuk melihat potensi persaingan dari segi internal dan eksternal usaha turut menunjukkan bahwa industri kopi cenderung mudah dimasuki pendatang baru sehingga persaingan bisnis di dalamnya cenderung ketat. Maka dari itu kekuatan yang dimiliki usaha atas pengaruh aktivitas GSCM dapat dimanfaatkan kembali sebagai keunggulan kompetitif dalam menghadapi ketatnya persaingan pada industri kopi.

Porter (1980) menyebutkan bahwa keunggulan kompetitif adalah jantung performa usaha dalam menghadapi pasar yang kompetitif. Penelitian terdahulu sudah membuktikan keberadaan praktik GSCM sebagai keunggulan kompetitif yang dapat dirasakan oleh organisasi bisnis. Hasil literature review yang dilakukan oleh Masoumik et al., (2014) pada penelitian berjudul Gaining Competitive Advantage through Strategic Green Supply Chain Management: From a Literature



Review towards a Conceptual Model menyebutkan bahwa terdapat beberapa keunggulan yang didapatkan dari praktik GSCM. Keunggulan yang didapatkan antara lain adalah biaya yang berkurang, kualitas yang membaik, penambahan efisiensi, sampai peningkatan laba usaha (Masoumik et al., 2014). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan temuan analisis strength atau kekuatan pada model SWOT penelitian ini yang menunjukkan kekuatan dari praktik GSCM terhadap usaha seperti efisiensi sumber daya, kualitas panen yang unggul, dan penghematan biaya operasional usaha.

Pada awalnya pandangan konsep “hijau” dan keberlanjutan dalam suatu usaha dilihat sebagai beban dari keberlangsungan bisnis. Namun perspektif kemudian berubah dari penghijauan sebagai beban menjadi penghijauan sebagai sumber keunggulan kompetitif yang potensial (Martusa, 2013). Untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dari praktik GSCM, Simpson dan Samson (2004) di dalam *Developing Strategies for Green Supply Chain Management* berpendapat bahwa terdapat empat strategi yang bisa dilakukan seperti strategi berbasis risiko, berbasis efisiensi, berbasis inovasi, dan berbasis *closed-look supply chain*. Keempat strategi tersebut kedepannya dapat menjadi perhatian lebih lanjut bagi penelitian selanjutnya guna mengoptimalkan keunggulan kompetitif yang dibangun dari praktik GSCM sehingga mampu menghadapi persaingan di tengah maraknya industri kopi

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat dihasilkan kesimpulan yaitu UMKM Two Heart Kopi Posong telah menjalankan keempat aktivitas GSCM diantaranya green procurement, green manufacture, green distribution, dan green logistic. Namun masih ada beberapa praktik yang bersinggungan dengan GSCM, salah satunya adalah penggunaan air secara berlebihan dan limbah air yang tidak diolah atau dimanfaatkan kembali sebelum dibuang. Ini menyimpulkan bahwa praktik GSCM pada Two Heart Kopi Posong belum dilakukan secara maksimal. Terdapat beberapa motif pendorong yang menjadi faktor diberlakukannya praktik GSCM pada usaha Two Heart Kopi Posong. Faktor tersebut antara lain adalah peran pemerintah dalam memberikan fasilitas edukasi dan pelatihan, kesadaran lingkungan yang dipercaya oleh diri pribadi, dan peningkatan efisiensi dari segi nilai ekonomis. Dalam analisis SWOT, praktik GSCM oleh UMKM Two Heart Kopi Posong menunjukkan banyaknya kekuatan yang didapatkan usaha ketika mempraktikkan GSCM. Peluang baru juga muncul untuk pengembangan usaha. Diantara maraknya persaingan pada industri kopi, dengan Porter's Five Forces, dapat disimpulkan bahwa industri usaha kopi merupakan salah satu jenis industri yang memiliki hambatan masuk rendah, dan memiliki ancaman pendatang baru cukup tinggi. Industri ini tergolong mudah dimasuki oleh pesaing baru sehingga Two Heart Kopi Posong memerlukan strategi khusus untuk mengembangkan dan meningkatkan kelancaran usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Two Heart Kopi Posong, penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut, Kegiatan GSCM yang dilakukan oleh UMKM Two Heart Kopi Posong dapat dimaksimalkan dengan cara menggunakan wadah media tanam yang dapat digunakan digunakan kembali. Contohnya ecopolybag yang terbuat dari anyaman bambu sehingga dapat mengurangi limbah dari setiap polybag saat proses penanaman berlangsung.

Usaha dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk mengembangkan usaha. Seperti peluang ekspor kopi yang bisa dilakukan secara rutin setelah melakukan sertifikasi terhadap produk yang dimiliki. Pada penelitian selanjutnya, Peneliti dapat memberikan perhatian lebih lanjut terhadap pengolahan limbah air dan wadah media tanam *reusable* sebagai alternatif penggunaan polybag untuk memaksimalkan kinerja GSCM pada usaha. Peneliti juga dapat memperhatikan aspek strategi memaksimalkan praktik GSCM sebagai keunggulan kompetitif pada usaha. Untuk pelaku usaha lainnya, aktivitas GSCM yang dilakukan UMKM Two Heart Kopi Posong dapat dijadikan referensi dan pedoman dalam memulai penerapan praktik GSCM pada usaha yang dimiliki.

## Daftar Pustaka

- Achillas, C., Aidonis, D., Bochtis, D., & Folinias, D. (2019). Green Supply Chain Management. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (1st Editio). Routledge.
- Ahi, P., & Searcy, C. (2015). An analysis of metrics used to measure performance in green and sustainable supply chains. *Journal of Cleaner Production*, 86, 360–377.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.08.005>
- Ceha, R., Dzikron, A. M., & Riyanto, S. (2017). Identifikasi Permasalahan Rantai Pasok Pada Komoditas Kopi Di Jawa Barat. *Prosiding SNaPP Sains Dan Teknologi*, 7(2), 355–362.
- Dalken, F. (2014). *Are Porter's Five Competitive Forces still Applicable? A Critical Examination concerning the Relevance for Today's Business*. 83–90.  
[https://doi.org/10.1142/9789812776129\\_0011](https://doi.org/10.1142/9789812776129_0011)
- Gerard, A., & Bruijl, H. T. (2018). *The Relevance Of Porter 's Five Forces In Today 's Innovative And Changing Business Environment The Thinking Behind Porter 's Five Forces Framework*. June.
- Heriyanto, H., & Noviardy, A. (2019). Kinerja Green Supply Chain Management Dilihat Dari Aspek Reverse Logistic dan Green Procurement pada UKM Kuliner di Kota Palembang. *Mbia*, 18(1), 65–75. <https://doi.org/10.33557/mbia.v18i1.322>
- Hervani, A. A., Helms, M. M., & Sarkis, J. (2005). Performance measurement for green supply chain management. *Benchmarking*, 12(4), 330–353.  
<https://doi.org/10.1108/14635770510609015>
- Holt, D., & Ghobadian, A. (2009). An empirical study of green supply chain management practices amongst UK manufacturers. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 20(7), 933–956. <https://doi.org/10.1108/17410380910984212>
- Huang, X., Tan, B. L., & Ding, X. (2015). An exploratory survey of green supply chain management in Chinese manufacturing small and medium-sized enterprises pressures and drivers. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(1), 80–103.  
<https://doi.org/10.1108/JMTM-05-2012-0053>
- Mafini, C., & Loury-Okoumba, W. V. (2018). Extending green supply chain management activities to manufacturing small and medium enterprises in a developing economy. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 21(1), 1–12.  
<https://doi.org/10.4102/sajems.v21i1.1996>
- Maria, E. L. (2012). Rantai Pasok Komoditas Pertanian Indonesia. *Rantai Pasok Komoditas Pertanian Indonesia*, 1–299.
- Martusa, M. R. (2013). Green Supply Chain Management : Strategy to Gain Competitive Advantage. *Journal of Energy Technologies and Policy*, 3(11), 334–341.
- Masoumik, S. M., Abdul-Rashid, S. H., & Olugu, E. U. (2014). Gaining competitive advantage through strategic green supply chain management: From a literature review towards a conceptual model. *International Journal of Supply Chain Management*, 3(3), 49–58.
- Ninlawan, C., Seksan, P., Tossapol, K., & Pilada, W. (2010). The implementation of green supply chain management practices in electronics industry. *Proceedings of the International MultiConference of Engineers and Computer Scientists 2010, IMECS 2010, III*, 1563–1568.
- Porter, M. E. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy Harvard Business Review How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Buisness Review*, 57(2), 137–145.
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy The Five Competitive Forces That Shape Strategy The Idea in Brief The Idea in Practice. *Harvard Business Review*. [www.hbr.org](http://www.hbr.org)

- Sarkis, J., & Dou, Y. (2018). *Green Supply Chain Management A Concise Introduction* (1st Editio, Vol. 4, Issue 1). Routledge.
- Srivastava, S. K. (2007). Green supply-chain management: A state-of-the-art literature review. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 53–80. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00202.x>
- Verma, A. S. (2014). Sustainable Supply Chain Management Practices: Selective Case Studies from Indian Hospitality Industry. *International Management Review*, 10(2), 13.
- Wolff, H. . (2021). Coffee market in Indonesia - Statistics & Facts. *Statista*. <https://www.statista.com/topics/6546/coffee-market-in-indonesia/>