

POLICY BRIEF

MEMBACA PASAR KOPI TRENGGALEK

Zakie Ichwani[1], Imam Nurhadi[2], Chitra Shinta Wardhani[2], Alqoma Subkhi[1], Gustaf Wijaya[1], Andika Bagus Nur Rahma Putra[3], Nur Mufida Wulansari[1], Ulya Awwalul Mar'ah[1], Anindita Diesti Sabdorahso[1], Nunik Hariyati[2], Nuriana Priastuti[2], Abdul Haris[2], Af'idatul Lutfita Shofiatur Rizka[2]

[1]Badan Perencanaan Pembangunan, Riset dan Inovasi Daerah, Trenggalek, Indonesia
[2]Dinas Pertanian dan Pangan, Trenggalek, Indonesia
[3]Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia
Corresponding Author : Gustaf Wijaya (gustafwijaya@trenggalekkab.go.id)

Publikasi 16 Agustus 2026

RINGKASAN EKSEKUTIF

- Kajian ini bertujuan untuk memetakan pasar kopi di Trenggalek dari hulu ke hilir.
- HULU: Temuan utama menunjukkan bahwa meskipun masyarakat memiliki minat dan kebanggaan yang tinggi terhadap kopi asli Trenggalek, khususnya dari wilayah dataran tinggi seperti Bendungan dan Dongko, promosi produk lokal masih belum optimal dan stok masih terbatas. Selain itu, sebagian besar kopi Trenggalek masih dipasarkan dalam bentuk asalan dengan mutu pascapanen yang belum terstandarisasi.
- HILIR: Hilir kopi di Trenggalek terus tumbuh, bahkan melampaui kemampuan produksi dari kopi lokal. Pendorong utama loyalitas konsumen dalam pemilihan merek adalah konsistensi rasa, lokasi yang strategis, serta kesesuaian tempat untuk interaksi sosial (nongkrong) maupun kerja jarak jauh (*remote work*).

- Data yang diperoleh mengungkap budaya minum kopi yang dinamis yang didorong terutama oleh generasi muda (Gen Z dan Milenial). Budaya ini dicirikan oleh struktur pasar ganda yang unik:
    1. Sektor "Warkop" Tradisional: Berfokus pada penyediaan kopi hitam yang kuat, intens, dengan kisaran harga Rp. 5000,00
    2. Sektor "Kafe" Modern: Memprioritaskan kenyamanan suasana sosial, estetika tempat, dan variasi minuman berbasis susu dan robusta, dengan preferensi harga di bawah Rp. 15.000,00

Kata Kunci : *Kopi Trenggalek, Kaji Pasar, Hulu Hilir, Petani Kopi, Coffee Shop*

PENDAHULUAN

Komoditas Kopi memiliki peran strategis dalam mendukung ekonomi pembangunan daerah di Provinsi Jawa Timur (Hakim, 2021). Terdapat setidaknya 9 Kabupaten dan 1 Kota di Jawa Timur yang ideal untuk menjadi basis komoditas kopi, Pacitan, Trenggalek, Tulungagung, Ponorogo, Madiun, Magetan, Ngawi, Jombang, Mojokerto, dan Kota Batu (Doni Gunarso et al., 2025). Wilayah – wilayah tersebut memiliki keunggulan secara geografis seperti ketinggian yang sesuai, curah hujan merata, tanah yang subur, serta kemitraan petani, pelaku usaha dan pemerintah yang mulai tumbuh. Hal ini harus ditangkap sebagai sebuah peluang yang harus digarap dengan maksimal.

Trenggalek memiliki sejarah yang panjang dengan komoditas kopi. Wujud pabrik kopi Van Dillem menjadi bukti (Nurhadi, 2018). Pada tahun 1929, warisan Kolonial : Perkebunan Kolonial Dillem Wilis di lereng Pegunungan Wilis beroperasi, meletakkan fondasi kopi Trenggalek (Putri et al., 2023). Pada era berikutnya, budaya kopi tradisional tumbuh, masyarakat cenderung mengolah kopinya sendiri, dengan campuran potongan kelapa dan beras, misalnya. Budaya kopi lokal berkembang melalui *warkop* tradisional dan “Kopi Deplokan” khas Trenggalek.

Pada awal 2016 hingga kini, muncul beberapa Kopi khas dengan *branding* yang cukup baik seperti Kopi Sengunglung dan Kopi Van Dillem. Kopi – kopi tersebut mampu menembus pasar oleh – oleh dan menjadi salah satu cendera mata wajib sepulang dari Trenggalek. Kemunculan ini bersamaan dengan meluasnya pengembangan kopi *specialty - Single origin* di Indonesia (Viartasiwi & Trihartono, 2020). Hal ini menjadi pemantik bagi industri hulu kopi di Trenggalek untuk terus berbenah. Pada saat yang sama, hilir kopi di Trenggalek mulai diisi oleh antusiasme kafe – kafe modern (Wijaya & Savitri, 2021). Setelah sebelumnya diisi warung kopi tradisional (*warkop*) seperti Mbah Kuwot dan Mak Jah.

Antusiasme yang ada mendapatkan tantangan di lapangan. Produksi kopi asal Trenggalek di Jawa Timur 340,14 ton masih jauh di bawah produksi daerah utama penghasil kopi seperti Malang (kisaran 13 ribu ton), Banyuwangi (kisaran 12 ribu ton), Jember (kisaran 11 ribu ton), dan Bondowoso (kisaran 10 ribu ton). Produksi kopi Trenggalek masih lebih rendah dibandingkan dengan kabupaten lain di kawasan Selingkar Wilis, seperti Blitar (di atas 3.000 ton), Kediri (lebih dari 2.000 ton), Madiun (lebih dari 800 ton), Pacitan (lebih dari 700 ton), dan Ponorogo (di atas 600 ton). Meskipun produksi kopi Trenggalek sedikit lebih tinggi dibandingkan Tulungagung (sekitar 200 ton), kapasitas rantai pasok dan volume produk hilir kopi di Tulungagung

jauh lebih besar. Sebagian besar kafe di Trenggalek bahkan masih menggunakan roasted bean yang dipasok dari Tulungagung. Kondisi tersebut antara lain disebabkan oleh kualitas kopi Trenggalek yang belum sepenuhnya memenuhi standar pasar ritel modern. Selain itu, penanganan pascapanen kopi di Trenggalek masih terbatas pada konsumsi pribadi, penjualan gabah kopi secara tradisional, serta volume panen yang relatif kecil (Rustandi & Farid, 2024).

Badan Perencanaan Pembangunan, Riset, dan Inovasi Daerah (BAPPERIDA) Kabupaten Trenggalek menetapkan kopi sebagai salah satu komoditas unggulan daerah dalam periode riset 2025–2029. Kebijakan tersebut tertuang dalam Rencana Induk dan Peta Jalan Riset dan Inovasi Daerah (RIPJRID) Kabupaten Trenggalek 2025–2029, yang memuat rencana aksi pengembangan kopi Trenggalek untuk periode 2025–2030. Pada tahun pertama pelaksanaannya, fokus kajian diarahkan pada pemetaan kondisi pasar serta ekosistem kopi dari hulu hingga hilir di Kabupaten Trenggalek (RIPJPID Trenggalek 2025-2029, 2025).

DESKRIPSI MASALAH

Beberapa masalah dan potensi yang dapat dipetakan pada awal kajian adalah sebagai berikut :

Potensi hulu : Berdasarkan data Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten trenggalek pada tahun 2025, produktivitas kopi di Trenggalek cukup baik (mendekati rataan nasional), namun dapat ditingkatkan baik secara intensifikasi dan ekstensifikasi.

Kec. Munjungan	Kec. Dongko	Kec. Bendungan	Kec. Kampak
979 Petani 136,25 Ha 64,7 ton 0,93 ton/ha	723 Petani 101,87 Ha 33,7 Ton 0,92 ton/ha	440 Petani 61,45 Ha 43,02 Ton 0,88 ton/ha	442 Petani 37,35 ha 34,5 ton 0,92 ton/ha
Basis petani terbesar, peluang peningkatan produktivitas dan kualitas	Sentra kualitas unggulan *(Kopi Sengunglung)*	Kawasan wisata bersejarah Dillem Wilis, dikelola UPT	Kawasan pertanian perkebunan yang tengah berkembang

Potensi Hilir : Potensi pasar kopi di sektor hilir, khususnya pada kafe dan konsumen, cukup besar dan menunjukkan tren pertumbuhan yang positif. Namun, mengalami kendala antara lain

- Rantai pasok belum terintegrasi dengan baik
- Kapasitas pengolahan pascapanen yang masih terbatas dan sporadis

- *Branding* produk tersebar, berskala kecil, dan belum memiliki identitas kolektif sebagai kopi khas Kabupaten Trenggalek.

Adapun tujuan kajian ini di antaranya

- Memetakan potensi peningkatan nilai tambah komoditas kopi pada setiap mata rantai nilai.
- Membangun kesepahaman pelaku usaha dalam pengembangan kopi Kabupaten Trenggalek.
- Menyusun rencana aksi pengembangan kopi Kabupaten Trenggalek 2025 – 2030

KEBIJAKAN YANG DISASAR

Berikut beberapa kebijakan dan regulasi daerah yang terkait dengan *policy brief* ini, di antaranya:

1. **Undang - Undang Nomor 39 Tahun 2014** tentang Perkebunan
2. **Peraturan Menteri Pertanian No 40 Tahun 2023** tentang peningkatan Produksi dan Produktivitas, Nilai Tambah dan Daya Saing Produk Tanaman Perkebunan
3. **Peraturan Menteri Pertanian Nomor 50/Permentan/OT.010/8/2015** tentang Produksi, Sertifikasi, Peredaran dan Pengawasan Benih Tanaman Perkebunan
4. **Peraturan Daerah Kabupaten Trenggalek Nomor 7 Tahun 2020** tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani.
5. **Peraturan Daerah Kabupaten Trenggalek Nomor 15 Tahun 2013** tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa Hutan.
6. **Peraturan Bupati Trenggalek Nomor 17 Tahun 2024** tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Pertanian dan Pangan
7. **Peraturan Bupati Trenggalek Trenggalek Nomor 56 Tahun 2025** tentang Rencana Induk dan Peta Jalan Pemajuan IPTEK Kabupaten Trenggalek Tahun 2025–2029.

TEMUAN UTAMA

HULU

Beberapa permasalahan di hulu dapat dipetakan sebagai berikut.



Pertama, terjadi kebocoran nilai pada tahap pengolahan dan distribusi akibat praktik penjualan kopi dalam bentuk ceri atau gabah asalan langsung dari petani ke pasar. Praktik tersebut menyebabkan nilai tambah pascapanen tidak dinikmati oleh petani sehingga kopi hanya memiliki nilai ekonomi yang rendah. Selain itu, budaya budi daya kopi di kalangan petani juga belum berkembang secara optimal (Khamidah et al., 2023). Di beberapa desa, kopi masih dipandang sebagai komoditas sampingan yang dipanen ketika petani mencari pakan ternak di lahan pertanian.



Kedua, kapasitas pascapanen masih terbatas, baik dari aspek ketersediaan peralatan maupun pengetahuan mengenai pengolahan dan pengeringan biji kopi di tingkat Gapoktan maupun pelaku usaha lainnya. Kondisi tersebut menyebabkan proses pascapanen belum berjalan secara optimal sehingga kualitas kopi yang dihasilkan belum mampu memenuhi standar pasar. Akibatnya, dari total produksi yang ada, hanya sebagian kecil kopi petani Trenggalek yang dapat diserap oleh pasar HORECA serta pasar premium.



Ketiga, ketersediaan fasilitas roastery bersama di Kabupaten Trenggalek masih sangat terbatas. Akibatnya, sebagian besar kopi masih dipasarkan dalam bentuk green bean yang belum terstandarisasi (asalan). Kondisi tersebut menyebabkan hanya sebagian kecil produksi kopi lokal yang dapat diolah menjadi produk berkualitas dengan nilai jual tinggi, seperti Anda, Nawasena, Sengunglung, dan Van Dillem.

Data menunjukkan sebaran produksi yang sangat kontras di beberapa wilayah:

Pusat Produksi Terbesar	**Desa Paling Produktif**	**Efisiensi Tinggi di Kec. Pule**	***Outlier* Produktivitas**	**Luas Lahan Signifikan**
Kecamatan Munjungan adalah penyumbang kopi terbesar dengan total hasil panen mencapai 64,7 ton dari 979 petani	Desa Besuki di Kecamatan Munjungan mencatatkan angka panen tertinggi untuk skala desa, yaitu 13,4 ton kopi	Berbeda dengan Munjungan yang memiliki hampir seribu petani, Kecamatan Pule mampu menghasilkan 56,92 ton kopi hanya dengan 261 petani	Di Desa Tanggaran (Kec. Pule), hanya dari 10 petani mampu menghasilkan 8,5 ton kopi, yang berarti rata-rata satu petani menghasilkan hampir 1 ton kopi.	Kecamatan Dongko memiliki konsentrasi lahan yang luas, mencapai 101,87 hektar untuk mendukung produksi sebesar 33,7 ton

HILIR : MEMETAKAN KONSUMEN DAN DAYA BELI

Kajian ini mencoba memetakan pasar kopi di Trenggalek dengan konsentrasi pada populasi pekerja aktif usia muda dan pelajar di wilayah Trenggalek.

- **Profil Generasi**: Sebagian besar responden termasuk dalam kelompok Gen Z (1997-2012) dan Gen Milenial (1981-1996), dengan representasi minoritas dari Gen X.
- **Profil Pekerjaan**: Segmen utama yang mendominasi pasar meliputi:
  - Pegawai Pemerintah / ASN / TNI / POLRI / BUMN.
  - Karyawan Swasta.
  - Wiraswasta / Pengusaha Lokal.
  - Mahasiswa / Pelajar.
- **Pengeluaran Bulanan**: Sebagian besar responden melaporkan tingkat pengeluaran bulanan di bawah Rp3.000.000, diikuti oleh kelompok pengeluaran Rp3.000.000 – Rp5.000.000. Sebagian kecil kelompok konsumen dengan pengeluaran tinggi tercatat melebihi Rp5.000.000 per bulan.

POLA KONSUMSI KOPI

Konsumsi kopi di Trenggalek telah terintegrasi secara mendalam ke dalam rutinitas sehari-hari, meskipun karakteristik kunjungannya bervariasi antara kebutuhan fungsional (minum cepat) hingga kebutuhan sosial (durasi panjang).

A. Waktu dan Frekuensi Kunjungan

- Kebiasaan Harian: Sebagian besar sampel konsumen mengonsumsi kopi secara rutin sebanyak 2-3 kali per hari, meskipun beberapa lainnya mengidentifikasi diri sebagai peminum "sesekali".
- Waktu Puncak (*peak times*):
  - KOPAG (Kopi Pagi): Minum kopi di pagi hari sangat lazim, terutama di kalangan pekerja kantoran (ASN/Swasta) dan penikmat kopi tradisional sebelum memulai aktivitas.
  - Sore & Malam Hari: Sesi sore (*"Anak Senja"*) hingga larut malam merupakan waktu puncak untuk berkumpul secara sosial.
  - Berbasis Aktivitas: Minum kopi setelah berolahraga, sepulang kerja, atau saat melakukan perjalanan menjadi pola yang sering muncul.
- Hari Operasional: Mayoritas konsumen bersikap fleksibel (berkunjung pada hari kerja maupun akhir pekan), meskipun sebagian kecil membatasi agenda keluar ke kafe hanya pada akhir pekan.

B. Durasi dan Penggunaan Tempat

- Kunjungan Singkat (Fungsional): Banyak konsumen (khususnya segmen ASN dan pekerja) hanya menetap kurang dari 30 menit atau lebih memilih layanan Bawa Pulang (*Takeaway*) untuk dinikmati di ruang kerja.
- Kunjungan yang Diperpanjang (Sosial/Produktif): Kelompok pelajar, mahasiswa,

dan pekerja jarak jauh sering menghabiskan waktu lebih dari 2 jam di lokasi untuk keperluan *"Work from Coffee Shop"* atau berdiskusi.

PREFERENSI PRODUK DAN PROFIL SENSORI

Konsumen di Trenggalek menunjukkan preferensi yang jelas berdasarkan segmentasi tempat yang mereka kunjungi. Berikut adalah visualisasi data preferensi konsumen:

Kategori Preferensi	Pilihan Dominan Konsumen
Item Menu Utama	Kopi Hitam/Tubruk (Tradisional), Americano, Kopi Susu Kekinian (gaya Kafe), Latte, dan Cappuccino.
Profil Sensori Kepekatan	KUAT (STRONG): Menyukai efek "tendangan" kafein yang kuat untuk menjaga fokus dan tetap terjaga. LEMBUT (SOFT): Sebagian minoritas yang signifikan lebih menyukai kopi dengan tekstur lebih encer dan ringan.
Catatan Rasa (*Taste Notes*)	Hitam tanpa gula, cenderung asam/buah (Single Origin), atau karakteristik manis dan gurih berbasis susu (untuk pengunjung kafe modern).
Sensitivitas Harga	Rp5.000: Standar baku untuk sektor Warkop tradisional .Rp10.000 - Rp15.000: Titik ideal (*sweet spot*) untuk sektor Kafe modern .Catatan: Harga premium di atas Rp25.000 - Rp30.000 masih sangat jarang diminati.

LANSKAP PASAR: LOKASI POPULER DI TRENGGALEK

Survei ini memetakan beberapa pemain utama yang menguasai ekosistem perkopian di Trenggalek saat kajian ini dilakukan (semester 1 2026):

- Merek kedai kopi lokal paling populer:
  - **Anda**: Kerap dipilih karena konsistensi rasa yang terjaga dan reputasinya sebagai tempat favorit yang sudah lama berdiri.
  - **Mbah Kuwot**: Pemain utama yang sukses menggabungkan konsep hibrida antara tradisional warkop dengan kenyamanan semi-modern.
  - **Lore Coffee & Ruang Luang**: Menjadi pilihan utama bagi Gen Z yang mencari estetika tempat (visual kafe) yang modern dan *instagramable*.
- Waralaba Nasional/Regional (*Franchise*):
  - **Belikopi & Tomoro Coffee:** Mulai menarik perhatian besar dari masyarakat lokal karena keunggulan efisiensi pelayanan, sistem *takeaway* yang cepat, dan harga yang kompetitif.

- Tempat favorit masyarakat Trenggalek Lainnya: Madju Jaya, Delevasi Coffee, Moromoro, dan "Warkop Trotoar" nampak memiliki pasarnya sendiri.

V. SALURAN PEMASARAN DAN PENINGKATAN MEREK

Bagaimana cara konsumen di Trenggalek mengidentifikasi dan memilih destinasi kopi baru mereka?

1. Rekomendasi Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*): Ulasan langsung dari teman, keluarga, atau kerabat tetap menjadi pendorong paling kuat yang memicu konsumen untuk mencoba merek baru.
2. Media Sosial Visual: Instagram dan TikTok menjadi alat promosi digital paling efektif. Konten berbasis video pendek (iklan kreatif atau ulasan jujur dari kreator konten) sangat cepat menangkap perhatian audiens muda.
3. Visibilitas Fisik (Faktor Jalan): Lokasi fisik kedai sangat menentukan; kedai yang memiliki fasad mencolok dan "terlihat jelas dari jalan raya" memiliki peluang tinggi memicu kunjungan spontan (*impulse visit*).
4. Google Maps: Penilaian bintang (rating) dan ulasan foto di Google Maps menjadi faktor dengan tingkat kepercayaan tinggi (*high-trust factor*) sebelum konsumen memutuskan mendatangi lokasi baru.

PERSEPSI TERHADAP KOPI LOKAL TRENGGALEK

Dengan tujuan jangka panjang kajian sebagai pengembangan kopi asli Trenggalek, mengukur sejauh mana reputasi komoditas "Kopi Trenggalek" di mata masyarakatnya sendiri menjadi salah satu titik penting.

A. Pengetahuan Komoditas & Reputasi Asal

Konsumen lokal secara kolektif mengidentifikasi bahwa kopi lokal terbaik mereka berasal dari wilayah geografis Kecamatan Bendungan, Dongko, Munjungan, dan Pule. Beberapa produk dan merek lokal yang sudah memiliki kesadaran merek (*brand awareness*) di antaranya adalah Kopi Van Dillem, Kopi Sengunglung, Kopi Jimat, dan Kopi Brontoyudho. Dari segi karakteristik, kopi lokal dinilai memiliki keunikan aroma "pegunungan" yang khas, karakter gilingan kasar (*grasak*), serta cenderung aman atau ramah di lambung.

B. Tantangan dan Kritik Konsumen

Meskipun bangga, konsumen memberikan beberapa catatan kritis untuk perbaikan ke depan:

- Kurangnya Promosi & Aktivasi: Produk kopi lokal dinilai masih sangat "*under-promoted"* dan jarang dijadikan menu utama atau ditonjolkan secara visual di kafe-kafe modern lokal.
- Kelemahan Standarisasi Pasca-Panen: Konsumen merasakan perlunya peningkatan standar pengolahan pascapanen. Hal ini meliputi ketepatan sortasi (*grading*), konsistensi tingkat penyangraian (*roasting*), serta pemilihan ceri kopi petik-merah secara disiplin agar mampu bersaing dengan kualitas biji kopi luar

daerah. Masih tingginya praktik penjualan kopi dalam gabah asalan di pasar lokal menjadi tantangan tersendiri.

- Masalah Aksesibilitas: Terdapat persepsi yang kurang tepat di masyarakat bahwa kopi lokal berkualitas tinggi bersifat "eksklusif" dan sulit diperoleh di warung-warung kopi sehari - hari.

C. Potensi Hilirisasi Pasar

Minat masyarakat untuk membeli dan mengonsumsi produk asli Trenggalek berada pada angka yang sangat positif, dengan catatan kualitas fisik kopi dan stabilitas harga dapat bersaing.

Identitas Kopi Trenggalek

Keberadaan Komunitas Hulu–Hilir Kopi Trenggalek yang berhimpun dalam naungan Mantri Kopi Trenggalek menjadi harapan baru dalam pengembangan ekosistem kopi daerah. Pada sektor hulu, kopi robusta Trenggalek dipandang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai komoditas unggulan. Potensi tersebut didukung oleh permintaan pasar yang terus meningkat serta kesesuaian kondisi agroklimat, khususnya ketinggian lahan, yang mendukung pengembangan kopi robusta **(Winarno & Harijani, 2022)**. Selain itu, kopi robusta Trenggalek memiliki karakter cita rasa khas pegunungan yang menjadi keunggulan kompetitif. Namun, pengembangan sektor hulu masih menghadapi sejumlah kendala. Sebagian besar kopi masih dipasarkan dalam bentuk ceri, meskipun sebagian petani telah menerapkan sistem panen petik merah. Kondisi ini menyebabkan kopi dijual pada tingkat nilai ekonomi terendah karena belum melalui proses yang menghasilkan nilai tambah. Oleh karena itu, petani perlu didorong untuk mampu memasarkan kopi dalam bentuk *green bean* dengan mutu yang terstandarisasi. Upaya tersebut memerlukan peningkatan kapasitas petani dalam pengolahan pascapanen, mulai dari proses *pulping*, *hulling*, pengeringan, hingga menghasilkan *green bean* yang siap dipasarkan. Selain itu, ketersediaan sarana dan prasarana pendukung, seperti *pulper, huller*, dan *dryer*, juga perlu diperkuat untuk meningkatkan kualitas dan nilai tambah kopi Trenggalek.

REKOMENDASI KEBIJAKAN

Kajian ini menunjukkan adanya kesenjangan antara sektor hulu dan hilir pada komoditas kopi di Kabupaten Trenggalek. Dari sisi hilir, permintaan terhadap kopi untuk penyajian modern, terutama menu berbasis *espresso* dan susu, terus meningkat. Namun, kebutuhan tersebut belum dapat dipenuhi oleh produksi kopi lokal. Permasalahan ini tidak semata-mata disebabkan oleh keterbatasan kuantitas produksi, tetapi juga oleh mutu kopi hasil petani yang belum terstandarisasi. Akibatnya, produk kopi dari sektor hulu memiliki nilai tambah yang rendah dan belum mampu memenuhi standar kualitas yang dibutuhkan oleh pasar, termasuk kafe-kafe modern di Trenggalek. Di sisi lain, pasar kopi olahan tradisional masih memiliki prospek yang baik. Di berbagai warung kopi, minuman kopi yang disajikan dengan cara tradisional dan bercita rasa pekat tetap menjadi menu utama serta memiliki basis konsumen yang loyal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan kopi Trenggalek perlu diarahkan pada dua segmen

pasar secara bersamaan, yaitu peningkatan mutu pascapanen untuk memenuhi kebutuhan pasar kopi modern serta penguatan identitas kopi tradisional sebagai produk khas daerah.

	POTENSI	TANTANGAN	REKOMENDASI
HULU	Sejarah panjang (sejak 1929), ribuan petani, dengan lanskap pegunungan yang ideal	Kondisi bibit tua, atau terlalu muda, minim praktik petik merah, kopi hanya selingan tanaman lain	• Penguatan Kelompok Tani melalui edukasi, pendampingan dan dukungan sarana prasarana perkebunan • Penguatan Bibit Unggul dan Kaji tanah sebagai bagian dari intensifikasi • Perlu pemetaan kapasitas produksi kopi dengan kualitas yang baik (bukan asalan)
PENGOLAHAN	Adanya Gapoktan/BUMDES/ UMKM Pelopor, terdapat tradisi pengolahan yang kuat	Kurang fasilitas bersama untuk proses dan roasting kopi, minim koperasi agregator khusus kopi	• Peningkatan nilai pasca panen dengan pengenalan proses pada pasca panen kopi • Penguatan sarana prasana pascapanen kopi dengan standar yang baik
DISTRIBUSI	Adanya dukungan langsung dari Dinas Pertanian dan Pangan, Dinas Koperasi dan Perindustrian dan PHRI	Rantai tengkulak yang panjang, dan minimnya Koperasi Agregator khusus Kopi Dengan gabah asalan yang mendominasi, kopi Trenggalek belum masuk pasar kopi modern	• Meningkatkan sinergitas hulu dan hilir, roastery – coffee shop dengan petani, sehingga menghasilkan kopi Trenggalek yang mampu memenuhi pasar Trenggalek sendiri • Membentuk Koperasi agregator Kopi di Trenggalek untuk menjaga keseimbangan permintaan dan pasokan
HILIR	Tren kopi cafe lokal, permintaan bahan es kopi susu tinggi	Kualitas dan kuantitas Kopi asli Trenggalek belum mampu memenuhi	• Menjaga konsistensi rasa, ambience, dan fasilitas kerja bagi coffee shop yang sudah ada, serta mempertimbangkan lokasi geografis dan akses bagi coffee shop yang akan didirikan • Mengutamakan value for money dalam strategi pengembangan bisnisnya

Dalam jangka menengah, Kabupaten Trenggalek perlu menyusun peta jalan pengembangan komoditas kopi yang berfokus pada peningkatan kualitas dan kuantitas produksi. Peta jalan tersebut diharapkan menjadi acuan bagi organisasi perangkat daerah (OPD) serta para pemangku kepentingan dalam merancang dan melaksanakan program pengembangan kopi secara terpadu. Apabila pengembangan komoditas kopi dapat dilakukan secara konsisten, pengajuan Indikasi Geografis (IG) Kopi Trenggalek

berpotensi menjadi tahapan strategis berikutnya. Namun, pencapaian status Indikasi Geografis juga menuntut kesiapan pelaku usaha untuk memenuhi standar mutu, menjaga konsistensi kualitas, serta memastikan ketersediaan pasokan guna memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang

PUD	Tahun ke-1	Tahun ke-2	Tahun ke-3	Tahun ke-4	Tahun ke-5	OPD Terkait
Kopi Trenggalek Skala Nasional	Kajian potensi *agroklimat* dan identifikasi varietas unggul kopi lokal	Pengembangan teknologi pasca panen (*roasting, cupping*, pengemasan) dan standardisasi cita rasa	Model usaha tani kopi berkelanjutan berbasis kemitraan petani–industri	Hilirisasi produk kopi dan penguatan *branding* "Kopi Trenggalek" Indikasi Geografis Kekayaan Intelektual	Evaluasi rantai pasok dan ekspansi ke pasar nasional–ekspor	BAPPERIDA, DPMPTSP, Dispertapan, Diskomidag, Dinas PMD, Dinsos PPA, BPKPD, CDK Trenggalek, dan instansi terkait lainya.
	HULU					
		PENGOLAHAN				
			DISTRIBUSI			
				HILIR		

KESIMPULAN

Sebagai panduan strategis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan kopi sebagai Produk Unggulan Daerah (PUD), penguatan sektor hulu perlu menjadi prioritas utama. Secara topografis, sebagian besar wilayah Kabupaten Trenggalek berada pada ketinggian 100–800 mdpl, sedangkan sebagian kecil berada pada ketinggian 900–1.000 mdpl. Kondisi tersebut sangat mendukung pengembangan kopi robusta, sementara kopi arabika berpotensi dikembangkan di sebagian kecil wilayah di Kecamatan Bendungan, Dongko, Pule, Munjungan, dan Watulimo. Pengembangan komoditas kopi perlu didukung melalui pendampingan yang berkelanjutan dengan fokus pada pemilihan bibit unggul, pemeliharaan tanaman, serta penerapan praktik panen dan pascapanen yang baik. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan produktivitas sekaligus mutu kopi yang dihasilkan. Di sektor hilir, preferensi konsumen menunjukkan bahwa faktor utama dalam memilih merek atau kedai kopi meliputi konsistensi cita rasa, suasana yang nyaman, kemudahan akses, serta kesesuaian antara harga dan kualitas *(value for money)* sesuai dengan karakteristik pasar di Kabupaten Trenggalek.

REFERENSI

Doni Gunarso, M., Irfan Efendi, M., Benny Mareta, Y., Zainuddin, A., & Anik Suwandari, dan. (2025). Menelusuri Potensi Pengembangan Kopi di Jawa Timur: Identifikasi Klaster Basis Produksi melalui Location Quotient (LQ). *Jurnal Manajemen Agribisnis Terapan*, *3*(1), 10–18. https://doi.org/10.25181/jumaat.v3i1.4203

Hakim, L. (2021). Coffee: Ethnobotany, tourism and biodiversity conservation in East Java. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *743*(1). https://doi.org/10.1088/1755-1315/743/1/012063

Khamidah, A., Syafitri, W., Handoko, H., Pratomo, A. G., Zubaidi, T., Fauziah, L., Daroini, P. B., Astuti, D. W., Nuarie, L. R. B., Susanti, I., Jumadi, J., Supriyanto, S., & Abdurrahman, A. M. (2023). Utilization of pruning leaves of coffee plants as a functional drink. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *1177*(1), 012043. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1177/1/012043

Nurhadi, I. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata di Perkebunan Dillem Wilis Kabupaten Trenggalek. *Magister Agribisnis*.

Putri, D. M., Sayono, J., Ridhoi, R., & Thoriquttyas, T. (2023). The Dilem Wilis Agro Tourism Community's Development Using the Sociopreneurship Model to Achieve Sustainable Tourism Development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *1248*(1), 012026. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1248/1/012026

RIPJPID Trenggalek 2025-2029 (2025).

Rustandi, Y., & Farid, A. (2024). Involvement of Millennial Farmers in the Implementation of Integrated Agriculture in Trenggalek District, East Java, Indonesia. *Anuário Do Instituto de Geociências*, *47*, 60967. https://doi.org/10.11137/1982-3908_2024_47_60967

Viartasiwi, N., & Trihartono, A. (2020). Café in small towns: A picture of the weakening social engagement. *Coffee Science*, *15*(1), 1–6. https://doi.org/10.25186/.V15I.1687

Wijaya, T., & Savitri, A. D. (2021). PENAMAAN KEDAI KOPI DI TRENGGALEK KOTA: KAJIAN LANSKAP LINGUISTIK. *BAPALA: JURNAL PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA*, *8*(07), 57–70. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/43824

Winarno, S. T., & Harijani, W. S. (2022). Robusta coffee (Coffea canephora) value chain in East Java, Indonesia[La cadena de valor del café Robusta (Coffea canephora) en el Este de Java, Indonesia]. *Agronomia Mesoamericana*, *33*(3). https://doi.org/10.15517/am.v33i3.48082