

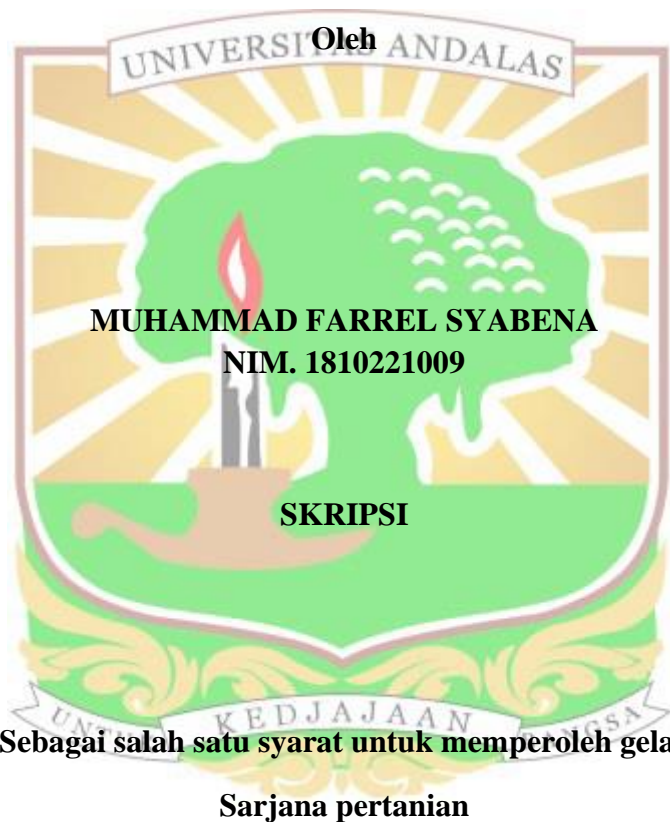
**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI  
KOPI BUBUK DI NAGARI KOTO TUO KECAMATAN  
SUNGAI TARAB KABUPATEN TANAH DATAR**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

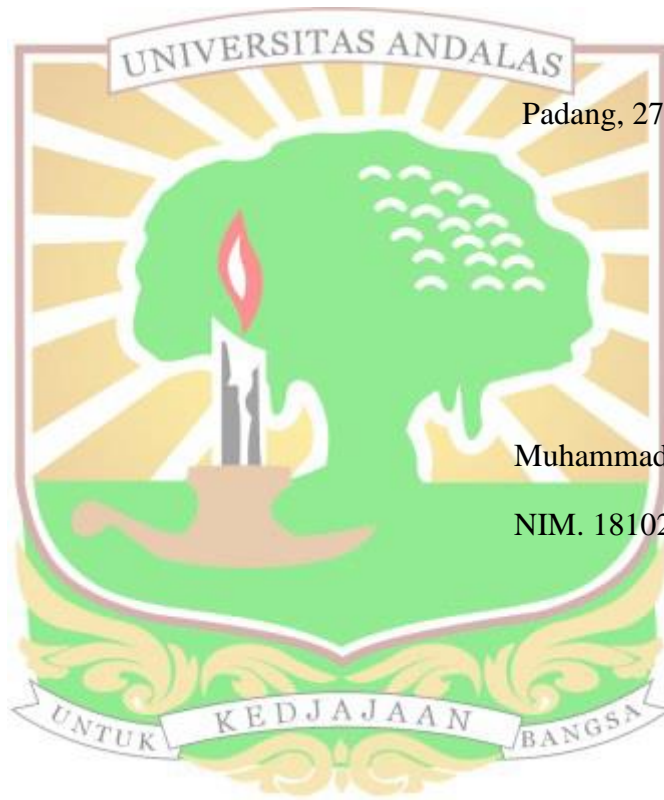
**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI  
KOPI BUBUK DI NAGARI KOTO TUO KECAMATAN  
SUNGAI TARAB KABUPATEN TANAH DATAR**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

## **PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI**

Dengan ini dinyatakan bahwa skripsi berjudul “Strategi pengembangan agroindustri kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar” adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.



Padang, 27 Juli 2022

Muhammad Farrel Syabena

NIM. 1810221009

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI  
KOPI BUBUK DI NAGARI KOTO TUO KECAMATAN  
SUNGAI TARAB KABUPATEN TANAH DATAR**

**OLEH**

**MUHAMMAD FARREL SYABENA  
1810221009**

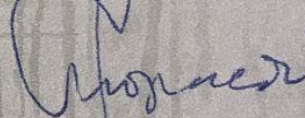
**MENYETUJUI:**

**Dosen Pembimbing I**



**Prof. Ir. Yohariza, M.Sc, Ph.D  
NIP. 196505051991031003**

**Dosen Pembimbing II**

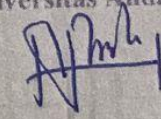


**Dr. Ir. Nofaldi, MSi  
NIP. 196811021997031001**

**Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Andalas**



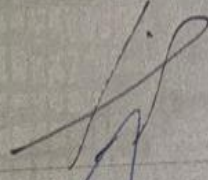
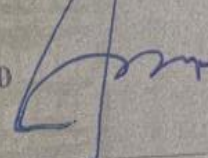
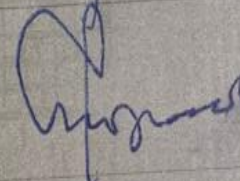
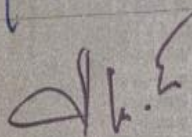
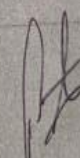
**Kepala Departemen Sosial Ekonomi  
Fakultas Pertanian  
Universitas Andalas**



**Hasnah, S.P, Dip. AgEc, M.Ec Ph.D  
NIP. 196808181994032003**

Tanggal disahkan :

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana  
Fakultas Pertanian Universitas Andalas, pada tanggal 04 Agustus 2022.

NO	NAMA	TANDA TANGAN	JABATAN
1	Ir. M. Refdinal, M.Si		Ketua
2	Prof. Ir. Yonariza, M.Sc. Ph.D		Sekretaris
3	Dr. Ir. Nofialdi, M.Si		Anggota
4	Dr. Muhammad Hendri, SP. MM		Anggota
5	Lora Triana, SP, MM		Anggota



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT atas karunia, rahmat, nikmat yang tiada taranya, dan berbagai kemudahan yang telah Engkau berikan. Shalawat beriringkan salam untuk Nabi Muhammad SAW *Allahumma Sholli'ala Muhammad, wa'ala ali Muhammad* sang pemimpin umat sedunia dan sebagai suri tauladan dalam menjalankan kehidupan ini.

Atas ridho-Mu Ya Allah ku persembahkan karya kecilku ini dengan segenap ketulusan hati kepada kedua orang tua ku Papa Dr. Ir. Benni Satria MP dan Bunda Ir Syahyana Raesi, M.Sc, pahlawan yang sangat berjasa dalam hidup ku, yang selalu mendoakan ku, menasehatiku dan memberi kasih sayang yang tiada henti. Terima kasih atas semua perjuangan yang telah diberikan sehingga aku bisa berada dititik ini. Terima kasih juga untuk saudara-saudaraku, bang dr. M. Syukran G Syabena dan bang M. Fadlan Syabena ST, yang telah mensupport sehingga sebuah karya kecil ini dapat ku selesaikan.

Teruntuk pembimbingku Bapak Prof. Ir. Yonariza, M.Sc. Ph.D selaku pembimbing 1 dan Bapak Dr. Ir. Nofialdi, M.Si selaku pembimbing 2, terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, saran, serta bimbingannya selama proses pembuatan skripsi ini. Serta terima kasih kepada bapak ibuk pengujiku Bapak Ir. M. Refdinal, M.Si, Bapak Dr. M. Hendri, SP, MM dan Ibu Lora Triana SP, MM yang telah memberikan kritikan, saran dan masukan dalam penyempurnaan penulisan karya kecil ini.

Teruntuk teman - temanku yang selalu ada disaat senang dan susah terima kasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah yang telah mengisi hari – hari kuliah ku dari masih menjadi mahasiswa baru sampai saat ini, berkat kalian masa – masa perkuliahanku menjadi sangat berwarna. Teruntuk teman angkatanku Rangkiang Sagonjong 18 terima kasih atas semua cerita, pengalaman dan kenangan indah selama perkuliahan. Dan yang paling special untuk Himpunanku, HIMASEKTA FP-UNAND yang telah membawaku dan mengajarkanku berorganisasi selama 3 tahun ini. Semoga selalu jaya kedepannya himpunanku !. Tak lupa juga senior dan junior ku yang tak bisa ku sebutin satu persatu terima kasih sudah memberikan semangat dan tawa bahagia perkuliahan. See u !

## BIODATA

Penulis di lahirkan di Padang, Sumatera Barat, pada tanggal 16 September 1999 sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Benni Satria dan Ibuk Syahyana Raesi. Taman Kanak Ekasakti Padang (2006) Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SD Angkasa 1 Lanud Padang (2006 - 2012). Sekolah Menengah Pertama (SMP) ditempuh di SMPN 12 Padang (2012 – 2015) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) ditempuh di SMA Adabiah Padang (2015-2018). Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan dan diterima melalui jalur SNMPTN di Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas, Padang.



Padang, 27 Juli 2022

M F S

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar”. Shalawat beserta salam tidak lupa disampaikan kepada Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri tauladan dalam kehidupan, yang telah membawa kita dari zaman kebodohan ke zaman yang penuh pengetahuan seperti saat sekarang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulusnya kepada Bapak Prof. Ir. Yonariza, MSc, Ph.D dan Bapak Dr. Ir. Nofialdi, M.Si selaku pembimbing yang telah banyak memberi bimbingan, masukan, dan saran selama proses penyelesaian skripsi ini. Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ir. M Refdinal, M.Si selaku penguji 1, Bapak Dr. M. Hendri, SP, MM selaku penguji 2 dan Ibu Lora Triana SP, MM selaku penguji 2 yang telah memberikan saran dan arahnya untuk perbaikan skripsi ini.

Ucapan terimakasih yang paling istimewa saya ucapkan kepada kedua orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan dukungan, semangat serta doanya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Kemudian ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Seluruh dosen pengajar dan karyawan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian serta teman-teman, sahabat dan semua pihak yang telah memberi dorongan dan semangat selama penulisan skripsi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari segala pihak bagi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Padang, 27 Juli 2022

MFS



# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI KOPI BUBUK DI NAGARI KOTO TUO KECAMATAN SUNGAI TARAB KABUPATEN TANAH DATAR

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor lingkungan internal, eksternal dan merumuskan strategi pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar. Metode data penelitian ini dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Berdasarkan hasil penelitian, perumusan strategi yang dihasilkan pada analisis SWOT adalah sebagai berikut : 1) memfasilitasi dalam peningkatan produk dan memperluas pasar yang sudah ada 2) memberdayakan lembaga penunjang dengan melakukan kerja sama dengan dinas terkait dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan melakukan pengolahan dengan teknologi yang lebih maju, 3) meningkatkan keterampilan pengolah kopi dalam mengolah dan memproduksi kopi bubuk dengan menggunakan teknologi yang lebih modern, dan 4) memperluas pasar melalui kegiatan promosi untuk bisa bersaing. Sedangkan hasil analisis QSPM, yang menjadi strategi prioritas yaitu strategi kedua yakni memberdayakan lembaga penunjang dengan melakukan kerja sama dengan dinas terkait dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan melakukan pengolahan dengan teknologi yang lebih maju dengan nilai TAS yaitu 6,2. Di samping itu, disarankan membentuk suatu lembaga penunjang yang dapat memfasilitasi pengadaan bahan baku dan mengelola produk hasil olahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo untuk pengembangan usaha serta dibutuhkan suatu teknologi yang tepat guna dan modern sehingga dapat meningkatkan hasil dan kualitas dalam pengolahan kopi bubuk.

**Kata Kunci :** *Strategi, Kopi Bubuk, Internal dan Eksternal*

## DI NAGARI KOTO TUO KECAMATAN SUNGAI TARAB KABUPATEN TANAH DATAR

### ABSTRACT

*This research aims to analyze internal and external factors in formulating the business development strategy of the ground coffee business in Koto Tuo Village, Sungai Tarab District, Tanah Datar Regency. Data are analyzed using SWOT and QSPM methods. SWOT analysis results in the following strategies : (1) facilitation is required to improve the product and expand the existing market, (2) empowering supportive institutions through a partnership with related agencies to fulfill raw material needs and application of advanced technology in processing, (3) improving coffee producer skills in producing ground coffee using modern technology, and (4) expanding market and improving competitiveness through promotion. The QSPM analysis reveals the second strategy as the priority with a TAS value of 6.2. It is suggested to form a supportive institution that can facilitate supplying raw materials, managing the product of ground coffee in Nagari Koto Tuo for business development, and providing an efficient and modern technology to increase the production and quality of ground coffee.*

**Keywords :** *Strategy, Groud Coffe, Internal dan External*



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Agroindustri Kopi .....	7
B. Manajemen Strategis .....	10
C. Strategi Bisnis .....	12
D. Analisis Lingkungan Perusahaan .....	15
E. Alat Analisis Perumusan Strategi .....	19
F. Kerangka Pemikiran .....	25
G. Penelitian Terdahulu .....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	30
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	30
B. Unit Analisis .....	30

C. Metode Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	30
D. Metode Pengambilan Sampel dan Penentuan Informan Kunci.....	32
E. Variabel dan Aspek yang Diamati .....	32
F. Analisis Data .....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum Nagari Koto Tuo.....	44
B. Gambaran Umum Agroindustri Kopi Bubuk Nagari Koto Tuo.....	44
C. Karakteristik Responden .....	47
D. Visi dan Misi Usaha Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo .....	48
E. Analisis lingkungan.....	48
F. Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tara Kabupaten Tanah Datar .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>78</b>
A. KESIMPULAN .....	78
B. SARAN.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian.....	26
2. Variabel dan indikator pada lingkungan internal.....	33
3. Variabel dan indikator pada lingkungan eksternal.....	34
4. Matriks IFE ( Internal Factor Evaluation ).....	38
5. Matriks EFE ( External Factor Evaluation ).....	38
6. Matriks SWOT.....	40
7. Luas Wilayah, Jumlah Penduduk per Nagari Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Sungai Tarab Tahun 2020.....	44
8. Jumlah Penduduk Usia 15 Tahun ke Atas yang Bekerja Menurut Mata Pencaharian di Nagari Koto Tuo Tahun 2019.....	43
9. Luas Lahan Menurut Penggunaanya Di Nagari Koto Tuo Per Lima Tahun 1986-2016.....	44
10. Rata rata penggunaan jumlah tenaga kerja pada pengolahan kopi.....	45
11. Asal pembelian bahan baku biji kopi robusta pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo.....	46
12. Karakteristik responden pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo.....	47
13. Ukuran kemasan plastik dan rata-rata harga jual kopi bubuk di Nagari.....	47
14. Rata Rata Kebutuhan bahan baku biji kopi untuk satu kali proses produksi pada pengolah biji kopi di Nagari koto tuo.....	54
15. Ringkasan Faktor Strategis Lingkungan Internal Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo.....	66
16. Ringkasan Faktor Strategis Lingkungan Eksternal Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo.....	67
17. Analisis Matriks IFE ( Internal Factor Evaluation ) Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo.....	68
18. Analisis Matriks EFE (External Factor Evaluation ) Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo.....	70
19. Analisis Matriks SWOT pada Usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo ...	72
20. Matriks QSPM.....	74

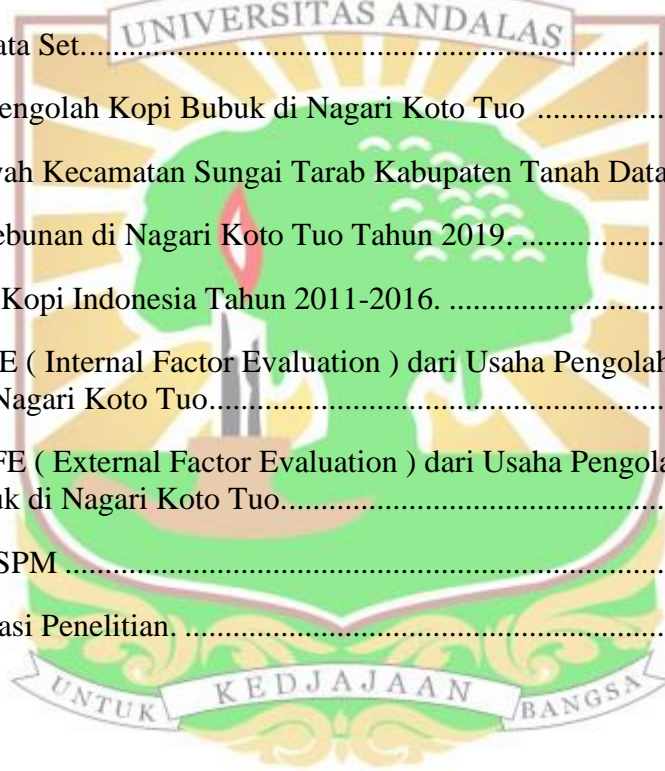
## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Manajemen Strategi.....	12
2. Kerangka Pemikiran.....	25
3. Saluran distribusi pada para pengolah kopi bubuk di Nagari Koto tuo .....	52
4. Diagram alir proses produksi kopi bubuk di Nagari Koto Tuo.....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Kopi Arabika Menurut Kecamatan di Kabupaten Tanah Datar tahun 2018.....	82
2. UKM Pengolah Kopi di Sumatera Barat Tahun 2019 .....	83
3. Merk Dagang Kopi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar.....	84
4. Penggunaan Tenaga Kerja dan Bahan Baku pada pengolahan Kopi .....	88
5. Matriks Data Set.....	89
6. Identitas Pengolah Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo .....	90
7. Peta Wilayah Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar.....	91
8. Luas Perkebunan di Nagari Koto Tuo Tahun 2019. ....	92
9. Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2011-2016. ....	93
10. Matriks IFE ( Internal Factor Evaluation ) dari Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo.....	94
11. Matriks EFE ( External Factor Evaluation ) dari Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo.....	96
12. Matriks QSPM .....	97
13. Dokumentasi Penelitian.....	100



## BAB 1 PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pembangunan pertanian subsektor perkebunan memiliki arti penting, terutama di negara berkembang yang selalu berupaya untuk memanfaatkan kekayaan sumber daya alam secara lestari dan berkelanjutan. Tanaman perkebunan merupakan salah satu tanaman yang bisa diandalkan sebagai sentra bisnis yang menggiurkan. Produk – produk tanaman perkebunan juga banyak permintaanya, baik di pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Selain itu, harga jual yang tinggi juga membuat tanaman perkebunan menjadi salah satu penyumbang devisa negara yang tidak sedikit. Saat ini ada puluhan jenis komoditas perkebunan yang cukup potensial di Indonesia salah satunya kopi (Tim Penulis PS, 2008: 3).

Berdasarkan dalam peta perdagangan kopi di dunia, posisi Indonesia sangat diperhitungkan karena negeri ini merupakan pemasok terbesar keempat setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Jumlah produksi kopi Indonesia tahun 2018 sebanyak 612.000 ton. Brazil merupakan negara tertinggi yang memproduksi kopi sebanyak 3.750.000 ton, Vietnam sebanyak 1.800.000 ton. Kolombia sebanyak 837.000 ton dan negara kelima terbesar memproduksi kopi yaitu negara Ethiopia sebanyak 450.000 ton (International Coffee Organization (ICO), 2019). Konsumsi kopi Indonesia tahun 2018 hingga 2019 mencapai 4.700 kantong. Seiring dengan meningkatnya gaya hidup minum kopi di Indonesia pada tahun 2019 hingga 2020 konsumsi kopi Indonesia diperkirakan naik menjadi 4.900 sampai 5.500 kantong (GAIN, 2019).

Kopi juga merupakan salah satu tanaman yang sudah lama dibudidayakan di Indonesia yang memegang peranan penting bagi perekonomian nasional sebagai salah satu komoditi ekspor. Selain sebagai sumber penghasilan rakyat, juga sebagai sumber lapangan kerja, dan sumber pendapatan devisa negara. Pengembangan usahatani maupun agroindustri kopi terdapat faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dari adanya peluang dan tantangan. Tersedianya lahan, sumber daya manusia, pasar lokal



dan pasar internasional. Perlu adanya penunjang sarana dan prasarana sebagai fasilitas serta kelembagaan (Hariance et al.,2016).

Secara komersial terdapat dua jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia, yaitu arabika dan robusta. Menurut Anggara (2011:117) tanaman jenis kopi arabika dapat tumbuh pada ketinggian 1000 m di atas permukaan laut, sedangkan tanaman jenis kopi robusta dapat tumbuh pada ketinggian 600-800 m di atas permukaan laut. Jenis kopi robusta memiliki kualitas buahnya lebih rendah dari kopi arabika. Kopi robusta mempunyai ciri-ciri rasa yang lebih menyerupai coklat, aroma yang dihasilkan khas dan manis, warna bijinya bervariasi, tergantung dari cara pengolahannya, teksturnya lebih kasar dari kopi arabika.

Agroindustri merupakan suatu bentuk perpaduan antara dua sektor yakni sektor pertanian dan sektor industri. Sektor pertanian sebagai penyedia bahan baku sedangkan sektor industri berperan dalam mengolah hasil olahan pertanian untuk memperoleh nilai tambah. Sektor agribisnis sangat ditentukan oleh kondisi agroindustri dalam masa sekarang dan masa yang akan datang dan pada akhirnya akan mempengaruhi struktur ekonomi secara keseluruhan dari masa mendatang (Soekartawi, 2003 : 5).

Agroindustri Kopi merupakan industri yang memanfaatkan kopi sebagai bahan baku untuk menghasilkan berbagai produk olahannya. Agroindustri kopi biasanya menggunakan bahan baku biji kopi arabika dan robusta dengan komposisi perbandingan tertentu. Kopi arabika digunakan sebagai sumber cita rasa, sedangkan kopi robusta digunakan sebagai campuran untuk memperkuat daya tahan. Kopi arabika memiliki cita rasa yang lebih baik, namun memiliki daya tahan yang lebih lemah dibandingkan kopi robusta. Selain biji kopi, agroindustri kopi juga memerlukan bahan tambahan seperti gula dan bahan penolong seperti bahan kemasan (packing), pallet , krat dan lain-lain ( Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia, 2009).

Agroindustri kopi memiliki peluang yang cukup tinggi untuk dikembangkan di Indonesia karena memiliki prospek besar di pasar domestik dan internasional, namun permasalahan yang dialami agroindustri kopi saat ini juga sangat kompleks, antara lain kualitas dan kontinuitas bahan baku kopi yang kurang terjamin, teknik budidaya yang masih sederhana, kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana

agroindustri, jaringan pemasaran kopi yang belum terkelola dengan baik, dan kualitas SDM yang kurang memadai (Hariyati et al., 2013).

Menurut (Novita et al., 2012) Sebagai bagian dari pembangunan berkelanjutan, pengembangan agroindustri kopi hendaknya didasarkan pada kriteria pembangunan berkelanjutan yang berlandaskan pada tiga pilar utama, yaitu ekonomi, sosial, dan ekologi (lingkungan). Selain itu, petani kopi juga harus mampu membentuk badan usaha yang berorientasi pada profit dan mengadopsi teknologi produksi yang bercirikan efisiensi tinggi dan produk yang kompetitif agar agroindustri kopi yang dijalankan dapat berkembang dengan baik dan menghasilkan produk kopi yang bermutu tinggi.

Menurut David (2009:19) strategi merupakan aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu, strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan, biasanya untuk lima tahun ke depan dan karenanya berorientasi ke masa yang akan datang. Manajemen strategi berusaha mengorganisasikan informasi kualitatif dan kuantitatif sedemikian rupa, sehingga memungkinkan diambilnya keputusan yang efektif dalam kondisi ketidakpastian yang melingkupinya.

Dalam proses pengembangan sebuah usaha, perlu diperhatikan lingkungan internal dan eksternal. Suatu agroindustri akan tetap bertahan jika pengusaha mampu mengidentifikasi potensi dan kelemahan yang ada. Dengan mengetahui potensi kelemahan, maka dapat membantu pengusaha untuk menyusun alternatif strategi yang tepat yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri. Untuk itu, dibutuhkan suatu analisis strategi untuk mempertahankan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan ancaman dalam pengembangan agroindustri ini.

## **B. Rumusan Masalah**

Selain di ekspor, kopi juga banyak diolah sendiri oleh petani maupun masyarakat menjadi kopi bubuk sehingga mampu menghasilkan nilai tambah dan ditujukan untuk pasar dalam negeri. Usaha pengolahan yang dilakukan oleh masyarakat tersebut masih dalam skala industri rumah tangga dan industri sedang. Selama ini pengembangan belum diupayakan secara optimal karena berbagai faktor teknis dan non-teknis sehingga timbul berbagai kendala dalam pengembangannya.

Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Sumatera Barat, dengan pusat ibu Kabupaten di Batusangkar. Kabupaten ini merupakan Kabupaten terkecil kedua dengan luas wilayahnya yaitu 133.600 Ha (1.336 km<sup>2</sup>). Kabupaten Tanah Datar merupakan daerah agraris, lebih dari 70% penduduknya bekerja pada sektor pertanian, baik pertanian tanaman pangan, perkebunan, perikanan, maupun peternakan. Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Sumatera Barat yang telah mengembangkan lahan pertanaman kopi dan Kecamatan Sungai Tarab merupakan salah satu daerah yang termasuk dalam 5 besar daerah penghasil kopi robusta terbanyak di Kabupaten Tanah Datar dengan produksi kopi robusta sebesar 90,9 ton/ha (Lampiran 1)

Menurut Afriza (2017:2) masyarakat Nagari Koto Tuo sekitar 75 persen warganya hidup dari pengolahan kopi sejak dari merendang, menggiling, mengemas hingga pemasarannya. Berdasarkan surat dari Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kabupaten Tanah Datar No. 560/288/Sosnaker-2015 tanggal 6 April 2015, sudah terdaftar 177 merek dagang kopi bubuk hasil olahan masyarakat Nagari Koto Tuo. Satu merek dagang kopi biasanya menguasai satu hingga beberapa wilayah pemasaran. Usaha pengolahan kopi ini menyerap banyak tenaga kerja. Setiap unit usaha mempekerjakan antara dua hingga lima orang (Lampiran 4).

Usaha pengolahan kopi memerlukan strategi pengembangan untuk meningkatkan kesejahteraan petani sekitar. Strategi pengembangan tersebut meliputi analisis kondisi internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan analisis kondisi eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Survei pendahuluan yang telah dilakukan menunjukkan adanya permasalahan pada bahan baku, harga dan proses produksi pada usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar.

Permasalahan bahan baku pada usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo yaitu pada umumnya bahan baku biji kopi berasal dari daerah Nagari Koto Tuo Kabupaten Tanah Datar. Jika tidak mencukupi maka bahan baku dibeli dari pedagang pengumpul yang dipasok dari luar daerah Nagari Koto Tuo Kabupaten Tanah Datar yaitu daerah Jambi dan Bengkulu.

Selanjutnya permasalahan pada harga dalam usaha pengolahan bubuk

kopi di Nagari Koto Tuo yaitu ketergantungan sumber bahan baku yang dipasok dari luar daerah Tanah Datar sangat berpengaruh terhadap harga beli bahan baku itu sendiri. harga berfluktuasi dari Rp.22.000/kg sampai Rp.28.000/kg. Sehingga ini berpengaruh terhadap proses produksi, dimana jika harga naik membuat para pengolah usaha kopi bubuk juga mengurangi pengolahan kopi bubuk tersebut.

Permasalahan proses produksi pada usaha pengolahan kopi bubuk daerah tersebut yaitu pada umumnya pengolah kopi bubuk menggunakan heller untuk mengolah kopi bubuk yang terdiri dari proses perendangan, proses penggilingan dan pengayakan. Proses pengolahan bubuk kopi dalam penyangraian masih menggunakan alat yang sederhana yaitu menggunakan wadah tong yang diputar dengan menggunakan tenaga manusia dan kayu bakar sebagai bahan bakar.

Dari permasalahan tersebut membuat para pengolah kopi tidak bisa berproduksi sesuai dengan keinginannya. Dengan adanya permasalahan di atas tersebut diharapkan proses pelaksanaan pengolahan kopi bubuk bisa dikelola oleh Nagari Koto Tuo setempat mengingat usaha itu sangat berpotensi untuk meningkatkan ekonomi masyarakatnya. Oleh Karena itu, perlu merumuskan suatu strategi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Diharapkan dengan adanya strategi para pengolah kopi dapat memenuhi ketersediaan bahan baku dan mempunyai alat-alat pengolah kopi yang memadai sehingga para pengolah kopi bisa berproduksi terus menerus serta harga bahan baku yang stabil.

Bedasarkan survey pendahuluan dan penjelasan di atas, masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar?
2. Strategi apa yang tepat dilakukan untuk pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar?

Dari uraian di atas, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul “ **Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Kopi Bubuk Di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupate Tanah Datar** ”.

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal dalam pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar
2. Merumuskan strategi pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar.

### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak diantaranya:

1. Bagi Pelaku Usaha  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan mengenai pemilihan strategi pengembangan usaha yang tepat sebagai upaya untuk memenuhi dan memuaskan harapan pelanggan.
2. Bagi Akademis  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta referensi mengenai penelitian yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha.
3. Bagi Penulis  
Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pembelajaran dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan serta untuk menambah pengetahuan dan memahami manajemen strategi khususnya pengembangan usaha dan sebagai pengalaman nyata dalam bidang sosial.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Agroindustri Kopi

Agroindustri berasal dari dua kata yaitu *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian. Definisi agroindustri dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut, dengan demikian agroindustri meliputi industri pengolahan hasil pertanian, industri yang memproduksi peralatan dan mesin pertanian, industri input pertanian (pupuk, pestisida, herbisida dan lain-lain) dan industri jasa sektor pertanian (Udayana, 2011:9).

Agroindustri dapat diartikan dalam dua hal yaitu pertama, agroindustri adalah industri yang memanfaatkan produk pertanian sebagai bahan baku. Yang kedua, agroindustri merupakan suatu tahapan pembangunan sebagai dari kelanjutan pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahap pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2000: 10).

Agroindustri sebagai salah satu subsistem yang penting dalam sistem agribisnis, memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lebih tinggi dengan pangsa pasar yang besar dan produk standar nasional. Oleh karena itu, membutuhkan dorongan agar subsistem agroindustri tumbuh sehingga mampu menopang kemajuan agroindustri guna memperluas akses pasar. Disamping itu, agroindustri juga mampu mempercepat transformasi pada struktur perekonomian dari pertanian ke agroindustri (Khoiriyah dkk, 2012: 135).

Menurut Rahardjo (2012), secara umum terdapat dua cara pengolahan biji kopi. Yaitu dengan cara pengolahan kering disebut juga dengan *Ost Indische Bereiding* (OIB) dan pengolahan basah atau disebut juga dengan *West Indische Breiding*

(WIB). Perbedaan mendasar dari keduanya ialah dalam penggunaan air yang diperlukan untuk pengupasan kulit buah kopi maupun pencucian biji kopi.

a. Pengolahan secara kering

Pengolahan ini banyak dilakukan oleh petani, terutama di daerah yang kesulitan mendapat air. Hal yang perlu diperhatikan dalam pengolahan kopi secara kering (Rahardjo, 2012).

- i. Pengolahan ini dilakukan hanya jika pengolahan secara basah tidak bisa dilakukan.
- ii. Pengolahan ini dilakukan hanya pada buah kopi yang belum masak dan atau kelewat masak.
- iii. Buah kopi disortasi, yaitu Pengkategorikan keadaan kopi
- iv. Untuk kopi robusta, buah kopi dijemur atau dikeringkan dengan mesin pada suhu maksimum 80°C hingga kadar air mencapai kurang dari 13%
- v. Buah kopi kering yang diperoleh dikupas kulitnya menggunakan mesin penggerbus (*heller*)

b. Pengolahan secara basah

Pengolahan ini banyak dilakukan oleh perusahaan besar perkebunan negara maupun swasta. Umumnya melalui pengolahan secara basah, kualitas kopi lebih baik daripada pengolahan secara kering. Tahapan pengolahan secara basah : (Rahardjo, 2012)

- i. Sortasi buah kopi, yaitu memilah buah kopi masak dan baik dari buah busuk, buah mentah, maupun kotoran lainnya.
- ii. Buah kopi dimasukkan ke bak sortasi yang berisi air bersih. Buah kopi yang mengapung menandakan kualitasnya tidak bagus. Sehingga dipisahkan dengan buah yang tenggelam. Selanjutnya diolah terpisah
- iii. Pengupasan kulit buah kopi merah menggunakan pulper serta dilakukan pencucian lender
- iv. Biji kopi basah yang masih berkulit tanduk dikenal kopi HS (*Horn skin*) ditiriskan beberapa jam.
- v. Khususnya untuk biji kopi robusta, biji kopi HS dijemur atau dikeringkan langsung dengan alat mesin pengering pada suhu

maksimal 80°C berangsur-angsur diturunkan sampai 60°C hingga kadar air biji kopi lebih rendah 12%

Menurut Anggara dan Sri Marini (2011) terdapat tiga metode pengolahan biji kopi yaitu : (1) metode basah, (2) metode kering, (3) metode semibasah. Metode basah dan metode kering hampir sama caranya dengan metode yang dikemukakan oleh Rahardjo di atas. Sedangkan metode semibasah sebenarnya hampir mirip dengan metode basah. Tetapi ada perbedaan pada saat pengeringannya. Dimana setelah fermentasi dan pencucian, biji kopi akan dikeringkan terlebih dahulu setelah itu baru di *hulling* dan kembali dikeringkan. Ciri khas kopi yang diolah dengan metode semibasah adalah bijinya berwarna gelap dan bentuknya agak melengkung. Kelebihannya adalah pengolahan dengan metode ini lebih singkat.

Setelah melakukan pengolahan terhadap biji kopi menjadi kopi beras, tahapan selanjutnya agar menjadi kopi bubuk menurut Anggara dan Sri Marini (2011) adalah sebagai berikut :

i. Sortasi biji kopi beras

Sebelum kopi beras dijual, terlebih dahulu dilakukan penyortiran. Penyortiran dapat dilakukan secara manual menggunakan ayakan, maupun menggunakan mesin sortasi untuk membuang kopi beras yang memiliki kerusakan tak kasat mata.

ii. Pengemasan dan Penyimpanan

Ada beberapa cara pengemasan dan penyimpanan kopi beras, antara lain : (1) kemas dengan karung yang bersih dan sesuai standar SNI, (2) beri label menggunakan cat untuk label berbahan pelarut non-minyak, (3) atur tumpukan karung dan letakkan di atas landasan kayu, dan jaga jaraknya dari dinding, (4) lakukan pengontrolan berkala selama kopi beras disimpan.

iii. Pemanggangan ( *roasting* )

Proses ini dapat meningkatkan cita rasa kopi dan merubah warna kopi beras. Secara fisik, bentuknya akan berubah karena mengalami penurunan bobot secara keseluruhan. Selain itu pori-pori di sekeliling permukaan kopi beras akan terlihat lebih jelas dan warna coklatnya semakin pekat.

iv. Penggilingan

Salah satu penentu kualitas dalam industri kopi bubuk adalah proses



penggilingan kopinya. Penggilingan yang baik akan menghasilkan cita rasa, aroma, dan penampilan yang baik. Agar terhindar dari perubahan cita rasa kopi, hasil penggilingan harus segera dimasukkan ke dalam wadah kedap udara.

## **B. Manajemen Strategis**

Menurut David (2006), manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Seperti tersirat dalam definisi, mengintegrasikan manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan, operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi.

Proses manajemen strategis merupakan hal yang bersifat dinamis dan berkelanjutan. Manajemen strategis merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Hunger & Wheelen 2003). Maka dari itu jika terjadi perubahan pada salah satu komponen utama dalam model akan menyebabkan perubahan pada salah satu atau pada seluruh komponen lainnya.

Tiga tahapan dalam merumuskan teknik-teknik strategi sehingga dapat diintegrasikan ke dalam kerangka pengambilan keputusan yaitu (David, 2009) :

### **1. Tahap masukan (*input stage*)**

Tahap input/masukan berisi informasi dasar yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi. Kerangka perumusannya dapat dilakukan dengan menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan matriks *External Factor Evaluation* (EFE). Informasi yang diperoleh dari matriks tersebut menjadi informasi dasar untuk matriks-matriks pada tahap selanjutnya.

### **2. Tahap pencocokkan (*matching stage*)**

Tahap pencocokkan berfokus kepada penciptaan strategi alternatif yang masuk akal dengan memperhatikan faktor-faktor eksternal dan internal utama. Dalam pengaplikasiannya digunakan matriks *Strength-Weakness-Opportunities-Threats* (SWOT), matriks *Internal* dan *Eksternal* (IE), dan

mencocokkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal merupakan kunci untuk menciptakan strategi alternatif.

### 3. Tahap keputusan (*decision stage*)

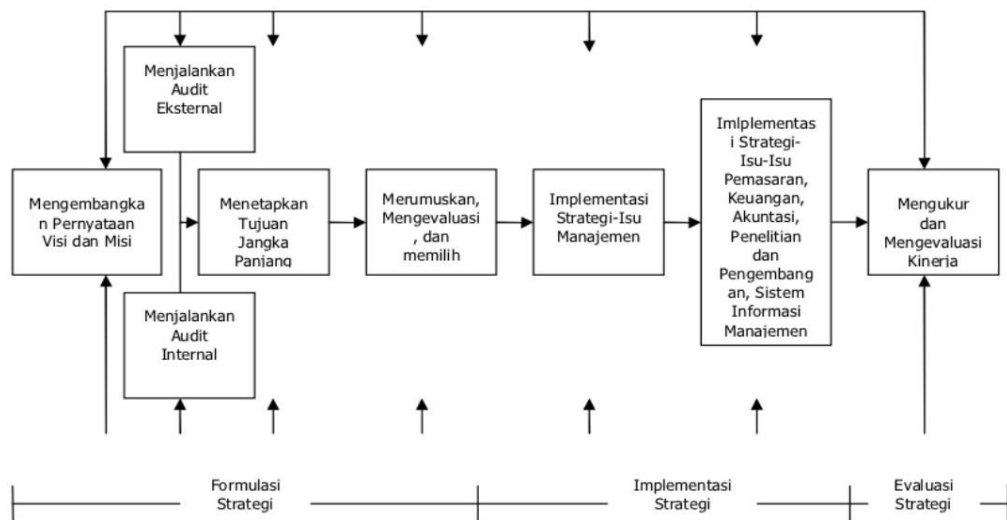
Tahap keputusan strategi bergantung pada dua tahap sebelumnya, pada tahap keputusan ini digunakan matriks perencanaan strategi kuantitatif, *Quantitative Strategy Planning Matrix* (QSPM). Karena para penyusun strategi akan melihat dan memeriksa kembali matriks-matriks yang digunakan dalam dua tahapan sebelumnya untuk meningkatkan kualitas keputusan strategi, namun matriks-matriks tersebut tidak bisa digunakan dalam mendikte pemilihan strategi.

Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.

Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya dan mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif dan mengarahkan usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memberdayakan sistem informasi, dan menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi.

Evaluasi strategi adalah tahapan final dalam manajemen strategis. Manajer sangat ingin mengetahui kapan strategi tidak dapat berjalan seperti yang diharapkan, evaluasi strategi adalah alat utama untuk mendapatkan informasi ini. Dimana semua strategi dapat dimodifikasi di masa datang karena faktor internal dan eksternal secara konstan berubah.

Model manajemen strategi secara umum dapat model manajemen strategi dalam (David, 2006) dipaparkan sebagai berikut:



Gambar 1. Proses Manajemen Strategis

### C. Strategi Bisnis

David (2009) Menjelaskan bahwa beberapa jenis strategi alternatif. Berikut ini adalah jenis – jenis strategi alternatif yang dibagi ke dalam 4 yaitu :

#### 1. Strategi Integrasi

Strategi integrasi adalah jenis strategi yang memungkinkan sebuah organisasi memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan atau pesaing. Jenis – jenis integrasi adalah sebagai berikut :

##### a. Integrasi ke depan

Integrasi ke depan adalah jenis integrasi yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau paritel.

##### b. Integrasi ke belakang

Integrasi ke belakang adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok organisasi.

##### c. Integrasi Horizontal

Integrasi Horizontal adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing.

#### 2. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya –

upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah organisasi dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.

a. Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar adalah jenis strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya – upaya pemasaran yang lebih besar.

b. Pengembangan pasar

Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis yang baru.

c. Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah jenis strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.

3. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi adalah suatu jenis strategi dimana organisasi menambah produk atau jasa baru untuk membantu meningkatkan penjualan organisasi.

a. Diversifikasi Terkait

Diversifikasi terkait adalah jenis strategi dimana organisasi menambah produk atau jasa yang baru namun masih berkaitan dengan produk atau jasa organisasi yang lama Integrasi ke belakang.

b. Diversifikasi tak terkait

Diversifikasi tak terkait adalah jenis strategi dimana organisasi menambah produk atau jasa yang baru namun tidak berkaitan sama sekali dengan garis bisnis organisasi sebelumnya.

4. Strategi Defensif

Strategi Defensif adalah jenis strategi dimana kondisi organisasi sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan asset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.

a. Penciutan

Penciutan adalah strategi dimana dilakukan pengelompokan ulang (regrouping) melalui pengurangan biaya dan asset untuk membalik penjualan dan laba yang menurun.

## b. Divestasi

Divestasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan suatu divisi atau bagian dari sebuah organisasi. penjualan dan laba yang menurun.

## c. Likuidasi

Likuidasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan seluruh asset organisasi, secara terpisah - pisah, untuk kekayaan berwujudnya

Setiap para pelaku usaha bisnis dalam melakukan pengembangan usahanya diperlukan kekuatan, kemampuan dan kapasitas untuk mengelola sumber daya menjadi suatu kegiatan yang menguntungkan. Dalam Kurnia (2018) ada delapan kemungkinan mengenai definisi pengembangan usaha, diantaranya :

1. Pengembangan usaha yang dilakukan untuk optimalisasi kapasitas produksi. Pengembangan usaha ini dilakukan dibidang produksi sehingga kualitas produk dan peningkatan produk ini dijual/ditarik kepasar dengan pendekatan intensifikasi pasar yang sudah ada (*market intensification*).
2. Pengembangan usaha yang dilakukan dengan pendirian pabrik baru (investasi baru) namun sudah memproduksi barang yang sudah dibuat.
3. Pengembangan usaha yang dilakukan dengan investasi baru dan produk yang dibuat masih mempunyai karakter yang kurang lebih sama dengan produk yang ada.
4. Pengembangan usaha dengan investasi baru memproduksi barang yang masih mempunyai kaitan dengan produk lama.
5. Pengembangan usaha melalui kerjasama mitra usaha dengan pemberian lisensi dan hak-hak eksklusif dimana semua investasi dilaksanakan oleh mitra di daerah baru/pasar baru (*franchising*).
6. Pengembangan usaha dengan ekspansi horizontal.
7. Pengembangan usaha dengan ekspansi pada sektor usaha baru.

Harrisfadilah (2012) mengatakan pengembangan usaha memiliki tingkat yang berbeda. Level atau tingkatan tersebut menjadi produk, komersial dan korporasi. Berikut ini akan dijelaskan tentang tingkatan – tingkatan yang ada pada pengembangan usaha yaitu :

### 1. Tingkat Produk

Pada level produk pengembangan usaha artinya melakukan pengembangan

produk atau teknologi baru. Meskipun tingkat pengembangan dapat berbeda dari perusahaan ke perusahaan. Tingkat perkembangan usaha terdiri dari perkembangan *incremental* artinya perkembangan yang meningkatkan fungsi yang ada *platform* atau teknologi.

## 2. Tingkat Komersial

Bentuk pengembangan usaha di tingkat komersial berarti berburu pelanggan baru di segmen pasar yang baru. Dengan demikian pekerjaan ini memerlukan individu secara psikologis yang kuat dan yang sangat didorong mampu menangani banyak masalah. Tingkat berikutnya dari pengembangan usaha komersial adalah saluran atau setup organisasi penjualan. Saluran atau organisasi penjualan dapat terdiri dari mitra, agen seperti, distributor, pemegang lisensi, *franchise*, atau cabang usahanya. Pada pengembangan rantai nilai tingkat usaha adalah tentang mengembangkan penawaran produk secara keseluruhan.

## 3. Tingkat Korporasi

Organisasi harus memutuskan apakah akan membuat atau membeli kompetensi organisasi tertentu, maka akan memasuki bidang pengembangan bisnis perusahaan. Fokusnya adalah bukan pada produk maupun komersial tetapi pada korporasi tingkatan usaha.

## **D. Analisis Lingkungan Perusahaan**

Analisis lingkungan adalah suatu proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang-peluang atau ancaman perusahaan (Glueck dan Jauch, 1990 ) dalam Kurnia 2018. Menurut Hunger dan Wheleen (2003), Analisis lingkungan merupakan suatu kegiatan monitoring, evaluasi, dan desiminasi informasi dari lingkungan luar dan lingkungan dalam kepada elemen-elemen kunci manajemen perusahaan yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis, baik eksternal maupun internal, yang akan menentukan masa depan perusahaan.

Analisis lingkungan pada dasarnya mencakup analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Lingkungan eksternal perusahaan adalah lingkungan yang berada di luar kendali perusahaan, terdiri dari variabel-variabel di luar organisasi yang memberikan peluang dan ancaman.

### **1. Lingkungan Eksternal**

Tujuan audit eksternal adalah untuk mengembangkan daftar terbatas tentang peluang yang dapat memberi manfaat dan ancaman yang harus dihindari. Untuk menjalankan audit eksternal, perusahaan harus mendapat informasi tentang pesaing dan informasi tentang tren ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, dan teknologi. Menurut David bahwa faktor eksternal kunci harus penting untuk mencapai tujuan tahunan dan jangka panjang, terukur, berlaku juga di perusahaan pesaing, dan memiliki hierarki dalam arti beberapa relevan untuk keseluruhan perusahaan dan lainnya terfokus pada sesuatu yang lebih sempit untuk daerah fungsional (David, 2009: 104-107).

Kekuatan internal kunci dapat dibagi kedalam lima kategori besar, yaitu:

#### 1. Kekuatan Ekonomi

Faktor ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap potensi menarik tidaknya berbagai strategi. Ketika harga saham meningkat, ketertarikan atas saham sebagai sumber modal untuk mengembangkan pasar meningkat. Begitu juga ketika pasar meningkat, kekayaan konsumen dan bisnis bertambah (David, 2009: 108).

#### 2. Kekuatan Sosial, Budaya, Demografi, dan Lingkungan

Perubahan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan memiliki pengaruh besar terhadap hampir semua produk, jasa, pasar, dan pelanggan. Tren baru menciptakan tipe konsumen yang berbeda dan, akibatnya kebutuhan akan barang dan jasa yang berbeda, dan strategi yang berbeda (David, 2009: 112).

#### 3. Kekuatan Politik, Pemerintah, dan Hukum

Faktor politik, pemerintah, dan hukum, oleh karenanya, dapat menjadi peluang atau ancaman utama untuk perusahaan kecil maupun besar. Untuk perusahaan dan industri baru yang bergantung pada kontrak pemerintah atau subsidi, ramalan politik dapat menjadi bagian yang paling penting dalam audit eksternal (David, 2009: 116-117).

#### 4. Kekuatan Teknologi

Perubahan teknologi yang revolusioner dan penemuan memiliki pengaruh yang dramatis terhadap organisasi. Kekuatan teknologi menggambarkan peluang dan ancaman utama yang harus dipertimbangkan dalam formulasi strategi. 15 Kemajuan teknologi dapat mempengaruhi produk, jasa, pasar, pemasok, distributor, pesaing, pelanggan, proses produksi, praktik pemasaran, dan posisi kompetitif

perusahaan secara dramatis. Kemajuan teknologi dapat menciptakan pasar baru dan produk yang lebih baik, perubahan biaya kompetitif dalam suatu industri. Kemajuan teknologi dapat mengurangi atau menghilangkan hambatan biaya antar perusahaan, menciptakan siklus produksi yang lebih pendek, meningkatkan keterampilan teknis. Tidak ada perusahaan atau industri saat ini yang dapat mengisolasi diri dari kemajuan teknologi (David, 2009: 120-122).

## 5. Kekuatan Kompetitif

Mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing merupakan hal yang penting untuk keberhasilan formulasi strategi. Identifikasi pesaing utama tidak selalu mudah karena banyak perusahaan memiliki divisi yang berkompetisi dalam industri yang berbeda. Sebagian besar perusahaan multidivisi tidak memberikan informasi penjualan dan laba dengan basis divisi untuk alasan kompetitif. Selain itu, perusahaan milik pribadi tidak mempublikasikan informasi keuangan dan pemasaran apapun (David, 2009: 123).

## 2. Lingkungan Internal

Lingkungan internal perusahaan adalah lingkungan yang berada di dalam kendali perusahaan terdiri dari variabel-variabel yang dimiliki perusahaan, mencakup struktur, kultur, dan sumber daya perusahaan yang merupakan kekuatan kunci. Lingkungan internal memberikan kekuatan dan kelemahan yang sesungguhnya berada di dalam kontrol perusahaan.

Lingkungan internal perusahaan merupakan suatu kondisi yang ada di dalam suatu perusahaan. Faktor internal perusahaan mempengaruhi arah dan tindakan perusahaan dalam pencapaian tujuannya berdasarkan faktor-faktor yang berasal dari kondisi internal perusahaan. Analisis lingkungan internal mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang menjadi landasan strategi perusahaan. Kekuatan adalah sumberdaya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau yang ingin dilayani oleh perusahaan. Sedangkan kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan (Jauch dan Glueck 1988). Faktor-faktor penentu keberhasilan terdiri atas kekuatan dan kelemahan, dapat diidentifikasi dan diprioritaskan (David, 2009: 161).



## 1. Manajemen

Fungsi manajemen terdiri atas lima aktivitas dasar: perencanaan, pengorganisasian, pemberi motivasi, pengelolaan staf, dan pengendalian. Perencanaan adalah jembatan penting antara saat ini dan masa depan yang meningkatkan kemungkinan tercapainya hasil yang diharapkan. Perencanaan adalah proses dimana seseorang menentukan apakah akan menjalankan suatu usaha, menjalankan cara yang paling efektif untuk mencapai tujuan yang diharapkan, dan menyiapkan bagaimana mengatasi kesulitan yang tidak diharapkan dengan sumberdaya yang cukup (David, 2009: 171-171).

Tujuan pengorganisasian adalah untuk mencapai usaha terkoordinasi dengan mendefinisikan hubungan pekerjaan dengan otoritas. Pemberian motivasi merupakan proses mempengaruhi orang untuk mencapai tujuan tertentu. Pengelolaan staf atau manajemen sumber daya manusia mencakup aktivitas seperti perekrutan, wawancara, pengujian, penyeleksian, pengorientasian, pelatihan, pengembangan, pemberian perhatian, pengevaluasian, pengkompensasian, pendisiplinan, promosi, pemindahan, dan pemecatan karyawan, serta pengelolaan hubungan dengan serikat pekerja. Pengendalian dari manajemen mencakup semua aktivitas yang dijalankan untuk memastikan aktivitas yang dijalankan untuk memastikan operasi aktual sesuai dengan operasi yang direncanakan (David, 2009: 174-178).

## 2. Pemasaran

Pemasaran dapat digambarkan sebagai proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa. Ada tujuh fungsi dasar pemasaran, yaitu: analisis pelanggan, penjualan produk/jasa, perencanaan produk dan jasa, penetapan harga, distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang. Pemahaman fungsi-fungsi ini membantu penyusunan strategi mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan pemasaran (David, 2009: 179).

## 3. Keuangan/Akuntansi

Faktor keuangan sering kali mengubah strategi dan mengubah rencana implementasi. Likuiditas, leverage, modal kerja, profitabilitas, utilisasi aset, arus kas, dan modal perusahaan dapat menghapuskan beberapa strategi secara efektif.

Menentukan kekuatan dan kelemahan keuangan suatu organisasi merupakan hal yang penting guna memformulasikan strategi secara efektif (David, 2009: 185).

#### 4. Produksi/Operasi

Fungsi produksi/operasi dari suatu bisnis terdiri atas semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang dan jasa. Manajemen produksi/operasi berhubungan dengan input, transformasi, dan output yang bervariasi antar industri dan pasar. Fungsi dasar dari manajemen produksi terdiri atas lima bagian yaitu: proses, kapasitas, persediaan, tenaga kerja, dan kualitas (David, 2009: 191).

#### 5. Penelitian dan Pengembangan

Banyak perusahaan saat ini tidak menjalankan litbang, tetapi banyak juga perusahaan yang mengandalkan keberhasilan aktivitas litbang untuk bertahan hidup. Perusahaan yang menjalankan strategi pengembangan produk khususnya harus memiliki orientasi litbang yang kuat. Manajemen yang efektif dari fungsi litbang membutuhkan kerjasama strategi dan operasional antara fungsi litbang dan fungsi bisnis penting lainnya (David, 2009: 199).

#### 6. Sistem Informasi

Manajemen Kegunaan sistem informasi manajemen adalah untuk memperbaiki kinerja suatu perusahaan dengan memperbaiki kualitas keputusan manajerial. Sistem informasi yang efektif dengan demikian mengumpulkan, memberi simbol/kode, menyimpan, mensintesis, dan menyajikan informasi dalam bentuk yang dapat menjawab pertanyaan penting operasi dan strategis. Jantung dari sistem informasi manajemen adalah database yang berisi berbagai catatan dan data yang penting bagi manajer (David, 2009: 202).

### **E. Alat Analisis Perumusan Strategi**

Teknik-teknik perumusan strategi dapat diintegrasikan ke dalam kerangka analirperumusan strategi. Alat yang ditampilkan dalam kerangka tersebut dapat membantu para penyusun strategi dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memilih strategi. Kerangka perumusan strategi tersebut dapat ditempuh melalui beberapa cara dengan menggunakan matriks IFE dan EFE sebagai tahap input (*input stage*), matriks SWOT sebagai tahap pencocokkan (*matching stage*), dan matriks QSP sebagai tahap keputusan (David, 2009).

#### **1. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)**

IFE Matriks merupakan alat perumusan strategi untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis. Langkah untuk membuat IFE matriks ini hampir sama dengan pembuatan EFE matriks.

Berikut adalah lima langkah dalam pembuatan IFE matriks menurut David (2009), yaitu :

- a. Membuat daftar faktor-faktor internal utama dari lingkungan yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari perusahaan.
- b. Menentukan bobot pada setiap faktor yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot ini mengindikasikan signifikan relatif dari suatu faktor terhadap keberhasilan perusahaan. Dan yang perlu diperhatikan bahwa total seluruh bobot atau timbangan harus sama dengan 1,0.
- c. Menentukan peringkat untuk masing-masing faktor mulai dari angka 1 sampai 4 untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut sangat lemah (peringkat = 1), lemah (peringkat = 2), kuat (peringkat = 3), atau sangat kuat (peringkat = 4). Perlu diperhatikan bahwa kekuatan harus mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus mendapat peringkat 1 atau 2.
- d. Mengalikan bobot atau timbangan pada langkah kedua dengan peringkat yang telah ditentukan pada langkah ketiga untuk mendapatkan nilai tertimbang (*weighted score*).
- e. Jumlahkan nilai tertimbang untuk setiap variabel untuk mengetahui total nilai tertimbang untuk perusahaan tersebut

Berapapun faktor internal yang dipertimbangkan, baik itu kekuatan dan kelemahan, total nilai yang dihasilkan akan berkisar dari 1,0 untuk yang sangat rendah sampai dengan 4,0 untuk sangat tinggi, dan untuk skor rata-ratanya adalah 2,5, dengan demikian jika hasil IFE matriks ditemukan bahwa hasil yang diperoleh dibawah 2,5 berarti perusahaan tersebut lemah secara internal. Sedangkan jika hasilnya lebih besar dari 2,5 maka bisa disimpulkan bahwa perusahaan mempunyai kekuatan internal yang kuat (David, 2009)

## **2. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)**

Matriks EFE adalah alat formulasi strategi yang memungkinkan para penyusun

strategi untuk merangkum dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan. Berikut adalah lima tahapan dalam mengembangkan matriks EFE menurut David (2009), yaitu:

- a. Membuat daftar faktor-faktor eksternal utama dari lingkungan yang menjadi peluang (*opportunities*) maupun ancaman (*threats*) bagi perusahaan.
- b. Menentukan bobot pada setiap faktor yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot ini mengindikasikan signifikansi relatif dari suatu faktor terhadap keberhasilan perusahaan. Dan yang perlu diperhatikan bahwa total seluruh bobot atau timbangan tersebut harus sama dengan 1,0.
- c. Menentukan peringkat untuk masing-masing faktor dari angka 1 sampai 4. Peringkat ini menggambarkan seberapa besar efektivitas strategi yang sekarang dalam merespon berbagai faktor eksternal. Nilai 1 jika perusahaan merespon dengan sangat buruk. Nilai 2 jika respon perusahaan sama saja dengan respon rata-rata perusahaan lain yang berada dalam industri. Nilai 3 jika respon perusahaan terhadap faktor-faktor eksternal tadi lebih baik jika dibandingkan dengan respon perusahaan lain yang berada pada industri. Selanjutnya nilai 4 diberikan jika respon perusahaan terhadap lingkungan eksternal sangat baik dan optimal.
- d. Mengalikan bobot atau timbangan pada langkah kedua dengan peringkat yang telah ditentukan pada langkah ketiga untuk mendapatkan nilai tertimbang (*weighted score*)
- e. Jumlahkan nilai tertimbang setiap variabel untuk mengetahui total nilai tertimbang untuk perusahaan tersebut. Total nilai tertimbang tertinggi pada matriks EFE untuk suatu organisasi adalah 4,0 dan nilai tertimbang terendah adalah 1,0. Total nilai tertimbang rata-rata adalah 2,5. Total nilai tertimbang sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa organisasi merespon dengan sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam industrinya. Dengan kata lain, strategi perusahaan secara efektif mengambil keuntungan dari peluang yang ada saat ini dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternal. Total nilai 1,0 mengindikasikan bahwa strategi perusahaan tidak

memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal (David, 2009)

### **3. Matriks SWOT (*Strength-Weakness-Opportunities-Threats*)**

Matriks Kekuatan- Kelemahan – Peluang – Ancaman atau *Strength-Weakness-Opportunities-Threats* (SWOT) adalah sebuah alat pencocokan yang penting membantu untuk mengembangkan empat jenis strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), strategi WT (kelemahan-ancaman). Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal (David, 2009:327). Keempat sel strategi yang diberi nama SO, WO, ST, WT dikembangkan setelah melengkapi keempat sel faktor utama yang diberi nama S, W, O, T. Menurut David (2009) terdapat delapan langkah dalam membentuk sebuah matriks SWOT:

- a. Buat daftar peluang-peluang eksternal perusahaan
- b. Buat daftar ancaman-ancaman eksternal perusahaan
- c. Buat daftar kekuatan-kekuatan internal utama perusahaan
- d. Buat daftar kelemahan-kelemahan internal perusahaan
- e. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi SO.
- f. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi WO
- g. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi ST.
- h. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi WT.

### **4. Matriks QSPM (*Quantitative Strategies Planning Matrix*)**

QSPM (*Quantitative Strategies Planning Matrix*) adalah alat yang direkomendasikan bagi para ahli strategi untuk melakukan evaluasi pilihan strategi

alternatif secara objektif, berdasarkan *key success* faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya (Umar, 2008). Sedangkan menurut David (2009) QSPM adalah alat ukur terakhir yang akan dipergunakan peneliti untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif, berdasarkan tahap-tahap sebelumnya.

Secara konseptual QSPM adalah untuk memberikan prioritas strategi dan untuk menetapkan tingkat ketertarikan relatif (*relative attractiveness*) dari variasi-variasi strategi yang telah dipilih, untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan. Keuntungan dengan menggunakan matriks QSP adalah strategi dapat diperiksa secara berurutan dan bersamaan, serta tidak ada batas untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi secara sekaligus (David, 2009). Adapun unsur-unsur yang terdapat di dalam QSPM adalah strategi-strategi alternatif, faktor-faktor kunci, bobot, AS = nilai daya tarik, TAS = total nilai daya tarik, dan jumlah total nilai daya tarik. Menurut David (2009), langkah-langkah untuk mengembangkan matriks QSP adalah :

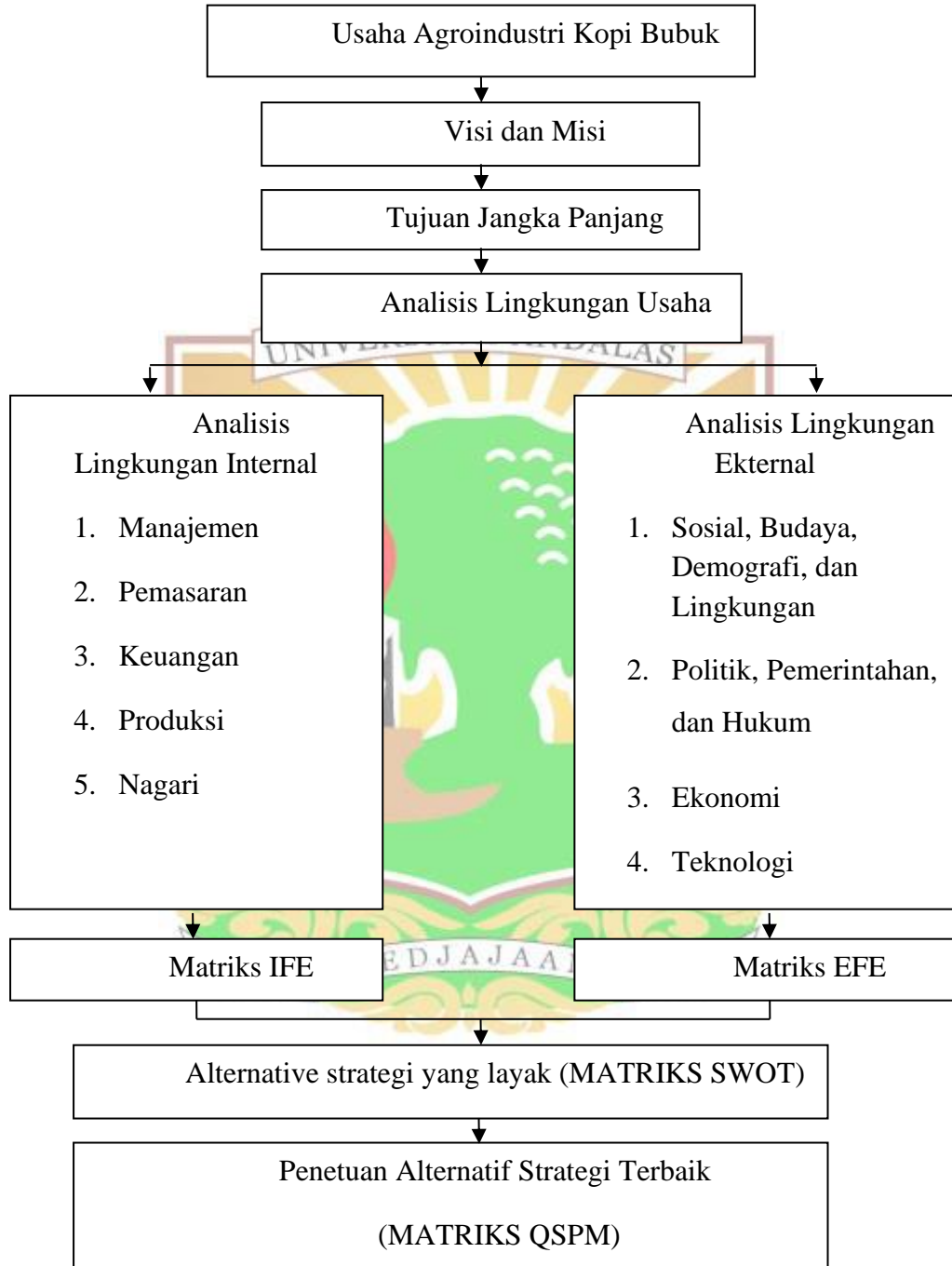
- a. Menyusun daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang sama dengan matriks SWOT.
- b. Memberikan bobot untuk masing-masing kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Bobot ini sama dengan bobot yang diberikan pada matriks IFE dan EFE.
- c. Menyusun alternatif strategi yang akan dievaluasi.
- d. Menetapkan nilai daya tarik (*Attractiveness Scores (AS)*) yang berkisar antara 1 sampai 4. Nilai 1 = tidak menarik, nilai 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik. Bila tidak ada pengaruhnya terhadap alternatif strategi yang sedang dipertimbangkan tidak diberikan nilai AS.
- e. Menghitung nilai total daya tarik (*Total Attractiveness Score (TAS)*), kemudian mengalikan bobot dengan nilai daya tarik (AS)
- f. Menghitung jumlah total nilai daya tarik (TAS). Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar merupakan strategi yang paling menarik.

Besaran total nilai dalam matriks QSP inilah yang menjadi informasi kuantitatif sebagai dasar bagi perumusan strategi bisnis. Rumus strategi ini dengan demikian menjadi rumusan hasil akhir dari penelitian ini



## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran operasional penelitian ini dapat digambarkan dalam Gambar 2.





## G. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang berhubungan dan menjadi acuan dalam penelitian ini diantaranya yang terdapat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian Terdahulu	Analisis yang digunakan	Hasil Penelitian
1	Ari Arsyadi Fattarani, Elvira Iskandar dan Fajri (2017) "Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika Studi Kasus "Kampung Kupa Gayo", Kabupaten Aceh Tengah"	Strategi Agresif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor strategis internal yang menjadi faktor kekuatan dan kelemahan usaha Kampung Kupa Gayo ada tujuh faktor. Adapun faktor yang menjadi kekuatan dominan usaha Kampung Kupa Gayo yaitu Lokasi usaha strategis, dan harga produk bersaing. Sedangkan yang menjadi kelemahan dominan usaha Kampung Kupa Gayo yaitu Jenis produk yang dihasilkan masih kurang. Faktor-Faktor Strategis Eksternal yang menjadi faktor peluang dan ancaman bagi usaha "Kampung Kupa Gayo" ada lima faktor. Adapun faktor yang menjadi peluang dominan usaha Kampung Kupa Gayo yaitu pangsa pasar kopi olahan masih sangat besar. Sedangkan yang menjadi ancaman dominan bagi usaha "Kampung Kupa Gayo" yaitu persaingan usaha sejenis. Strategi yang dapat digunakan Kampung Kupa Gayo yang diperoleh dari analisis SWOT adalah strategi agresif, yaitu strategi yang memungkinkan usaha ini untuk terus mengembangkan usahanya, meningkatkan pertumbuhan, melakukan ekspansi dan meraih kemajuan secara maksimal.
2	Rika Hariance, Rudi Febriamansyah dan Faidil	Strategi Agresif	Melalui perumusan strategi dengan menggunakan matriks SWOT sebagai tahap pencocokan strategi dan matriks QSPM sebagai tahap

---

Tanjung ( 2016)  
“Strategi  
Pengembangan  
Agribisni Kopi  
Robusta di  
Kabupaten Solok”

pengambilan keputusan strategi dapat diperoleh strategi utama dalam pengembangan agribisnis kopi robusta yaitu Pembangunan Sistem Agribisnis Kopi Robusta. Diarahkan Pada Peningkatan Daya Saing Melalui Pembinaan Perbaikan Mutu Dan Tampilan Produk Kopi Robusta Dan Olahannya. Dari strategi ini diharapkan nanti permasalahan utama agribisnis kopi robusta di Kabupaten Solok yaitu rendahnya kualitas beras kopi yang dihasilkan dan daya saing yang masih lemah dapat diatasi dengan kebijakan-kebijakan yang akan mendatangkan keuntungan bagi petani kopi robusta dan pembangunan ekonomi daerah Kabupaten Solok, karena pembangunan pada sektor agribisnis kopi robusta yang intensif dapat diarahkan untuk peningkatan pendapatan rumah tangga petani dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah.

3 Tiur Mariani Sihaloho (2009)  
“Strategi  
Pengembangan  
Agribisnis Kopi  
Di Kabupaten  
Humbang  
Hasundutan  
Sumatera Utara”

Strategi  
Agresif

Didapatkan hasil IFE adalah sebesar 2,330 yang menunjukkan bahwa Pengembangan Agribisnis Kopi di Humbang Husundutan dibawah rata-rata dalam kekuatan internal secara keseluruhannya, nilai bobot skor untuk elemen kekuatan lebih besar dari nilai bobot skor elemen kelemahan, maka kita dapat menyatakan 31 bahwa dalam Pengembangan Agribisnis Kopi di Humbang Husundutan kekuatan yang dimiliki daerah mampu mengatasi kelemahan yang ada. Sedangkan pada matriks EFE didapat hasil sebesar 2,795, dengan demikian dapat dikatakan bahwa dalam Pengembangan Agribisnis Kopi Humbang Husundutan dapat memanfaatkan peluang sebaik mungkin.

---

---

4	Dina Yulasty Lamefa, Sukardi, Sapta Raharja (2020) “ Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi di Kabupaten Kerinci”	Strategi Pertumbuhan dan Strategi Stabilitas	Bedasarkan Hasil Penelitian diperoleh nilai faktor internal sebesar 2,759 dan nilai faktor eksternal sebesar 2,88. Jika dipetakan pada matriks IE maka nilai tersebut berada pada sel V (Lima). Strategi yang sesuai untuk pengembangan agroindustry kopi di Kabupaten Kerinci adalah strategi pertumbuhan (growth) dan strategi stabilitas (stability) strategi tersebut berupa penetrasi pasar dan pengembangan atau peningkatan produk.
---	---	---	--

---



## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar. Daerah penelitian ditentukan secara purposive yaitu berdasarkan pertimbangan Nagari Koto Tuo merupakan tempat terkonsentrasinya industri pengolahan kopi bubuk dan daerah Kabupaten Tanah merupakan daerah yang terbesar unit pengolahan kopi bubuk di Sumatera Barat (Lampiran 1). Penelitian ini dilakukan pada tanggal 9 Maret sampai 31 Mei 2022.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*). Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang dapat berupa kata-kata tertulis atau lisan yang didapatkan dari berbagai sumber yang terkait dengan penelitian. Studi kasus menurut Bungin (2005) dalam Kurnia 2018, metode studi kasus lebih banyak berupaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan “*how*” (bagaimana) dan “*why*” (mengapa), serta pada tingkatan tertentu juga menjawab pertanyaan “*what*” (apa/apakah) dalam kegiatan penelitian.

Menurut Sugiyono (2009) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan.

### B. Unit Analisis

Unit Analisis adalah satuan yang diteliti yang berkaitan dengan benda, individu, kelompok, sebagai subjek penelitian (Hamidi, 2005: 75-76). Unit yang dianalisis pada penelitian adalah Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar.

### C. Metode Pengumpulan Data dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2005), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi dan wawancara.

Teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dai dekat

kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004) . Observasi merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan yang dilakukan oleh peneliti guna menyempurnakan penelitian agar mencapai hasil yang maksimal.

Menurut Sugiyono (2010) teknik wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pedoman wawancara yang disusun untuk mengumpulkan data yang sistematis. Wawancara pada penelitian ini dilakukan pada informan kunci.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang berhubungan dengan masalah penelitian :

1. Data primer diperoleh melalui studi lapangan dengan melakukan observasi langsung dan melakukan wawancara mendalam kepada informan kunci (*key informan*) yang berasal dari Wali Nagari koto Tuo, Kepala Pengembangan bidang Perindustrian pada Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar dan expert dari Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Andalas dan pengolah usaha kopi bubuk. Proses pengumpulan data primer dilakukan dengan beberapa cara, pertama dengan melakukan pengamatan (observasi) ke lapangan, kemudian melakukan wawancara kepada informan kunci yang sudah ditetapkan dan usaha pengolah kopi bubuk yang terpilih. Sehingga didapatkan gambaran umum terhadap faktor-faktor terkait yang akan menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha pengolah kopi bubuk sehingga dapat dirumuskan strategi yang tepat.

2. Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu Badan Pusat Statistik, Wali Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar, dan data lainnya yang diperoleh dari literatur yang relevan seperti data jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Provinsi Sumatera Barat.

#### **D. Metode Pengambilan Sampel dan Penentuan Informan Kunci**

Untuk mendapatkan gambaran usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo perlu diambil sampel dari populasinya yaitu semua usaha pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar, dimana jumlahnya sebanyak 177 usaha pengolah kopi bubuk. Variasi populasi dari usaha pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah seragam, hal ini dikarenakan rata-rata usaha pengolah kopi bubuk adalah usaha kecil dengan jumlah tenaga kerja sekitar 2-5 orang. Untuk rata-rata jumlah produksi sebesar 300 kg/bulan sehingga usaha pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab adalah homogen (Lampiran 4). Pengambilan sampel menurut Arikunto (2010:112), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil berdasarkan persentase 5-15% atau 20 dan 25%. Maka dalam penelitian ini jumlah sampelnya 17 usaha pengolah kopi yaitu 10% dari total usaha pengolah kopi. Cara pengambilan sampel dilakukan secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*) didalam Ruqoiye (2013) menyatakan defenisi sampel acak sederhana adalah cara pengambilan sampel dengan memilih langsung dari populasi dan besar peluang setiap anggota populasi untuk menjadi sampel sangat besar. Jenis Metode simple random sampling yang digunakan metode lotere atau undian. Dengan metode lotere ini, setiap pengolah kopi bubuk diberi nomor kemudian setelah itu nomor dipilih secara acak sebanyak 17 pengolah kopi bubuk. Nomor yang terpilih secara acak tersebut mewakili populasi pengolah kopi bubuk. Dengan demikian peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak.

Informan kunci diteliti, dipilih dan ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan informan kunci tersebut kaya akan informasi, pengalaman serta mempunyai kemampuan dalam upaya pengembangan usaha pengolahan kopi di Nagari Koto Tuo ini. Dalam hal ini yang menjadi informan kunci adalah Wali Nagari Koto Tuo, dan Kepala Pengembangan Bidang Perindustrian Dinas Koperasi Usaha Kecil, Perindustrian dan Perdagangan (Koperindag) Kabupaten Tanah Datar dan Dosen Teknologi Hasil Pertanian Jurusan Teknologi Industri Pertanian Universitas Andalas.

#### **E. Variabel dan Aspek yang Diamati**

Data yang diperlukan dalam penelitian adalah hal-hal yang termasuk ke dalam faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal dari agroindustri kopi bubuk. Faktor internal dalam penelitian adalah Nagari Koto Tuo yakni Wali Nagari Koto Tuo dan pengolah kopi bubuk yang berada di Nagari Koto Tuo. Sedangkan yang menjadi faktor eksternalnya adalah yang berada diluar di Nagari Koto Tuo yaitu Kepala Pengembangan Bidang Perindustrian Dinas Koperasi Usaha Kecil, Perindustrian dan Perdagangan (Koperindag) Kabupaten Tanah Datar dan Dosen Teknologi Hasil Pertanian Jurusan Teknologi Industri Pertanian Universitas Andalas.

Berdasarkan tujuan pertama dan kedua dari penelitian ini yaitu menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal dan merumuskan strategi pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo maka variabel dan aspek yang diamati dalam penelitian ini adalah :

- 1 Menggambarkan secara umum nagari Koto Tuo, agroindustri kopi bubuk dan karakteristik responden di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab.
- 2 Mengidentifikasi lingkungan internal yaitu faktor - faktor yang berasal dari dalam usaha yang mempengaruhi pengembangan agroindustri kopi bubuk Nagari Koto Tuo

Tabel 2. Variabel dan indikator pada lingkungan internal

No.	Variabel	Indikator
1.	Aspek Manajemen	a. Kebijakan b. Dukungan c. Kelembagaan
2.	Aspek Pemasaran	a. Produk b. Penetapan harga c. Penjualan produk d. Distribusi
3.	Aspek Keuangan	Sumber modal
4.	Aspek Produksi/operasi	a. Bahan baku b. Sumber daya c. Proses produksi
5.	Aspek Nagari	a. Sarana prasana b. Masyarakat dan budaya

3. Mengidentifikasi lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman sebahagian besar berada diluar kendali yang akan mempengaruhi pengembangan usaha

agroindustri kopi bubuk Nagari Koto Tuo

Tabel 3. Variabel dan indikator pada lingkungan eksternal

No.	Variabel yang diamati	Indikator
1.	Sosial, budaya, dan demografi	a. Perubahan gaya hidup b. Letak daerah strategis
2.	lingkungan hukum dan politik	a. Dampak lingkungan usaha kopi bubuk b. Kebijakan peraturan pemerintah terkait
3.	Ekonomi	Tingkat inflasi
4.	Teknologi	Teknologi baru
5.	Pesaing	Produk sejenis yang mempunyai daerah pemasaran yang sama

## F. Analisis Data

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis diskriptif kualitatif adalah mengidentifikasi dan menggambarkan faktor internal dan faktor eksternal pada usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo serta perumusan strategi yang tepat pada usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo. Sedangkan analisis kuantitatif dilakukan pada perhitungan *Internal Factor Evaluation* (IFE) adalah alat perumusan strategi untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama. *Matrix External Factor Evaluation* (EFE) adalah alat formulasi strategi untuk merangkum dan mengevaluasi peluang dan ancaman, *Matrix SWOT* merupakan alat yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, dan *Quantitative Strategies Planning Matrix* (QSPM) adalah alat untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan.

### 1. Analisis tujuan pertama

Untuk tujuan pertama yaitu menganalisis lingkungan internal dan eksternal dan menggambarkan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab dengan menggunakan alat deskriptif kualitatif sehingga mampu menggambarkan fakta – fakta yang terkait dengan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab.

### 2. Analisis tujuan kedua

Untuk tujuan kedua merumuskan strategi pengembangan usaha



pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab dilakukan melalui lima tahap yaitu : tahap identifikasi tujuan pengembangan, tahap identifikasi faktor – faktor internal dan eksternal, tahap analisis yaitu tahap masukan dengan matriks IFE dan EFE, tahap pencocokan dengan matriks SWOT, dan tahap keputusan dengan matriks QSPM.

a) Tahap identifikasi tujuan pengembangan

Tahap pertama yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi tujuan dari pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab, tahap ini penting dilakukan karena dalam merumuskan strategi pengembangan haruslah berfokus pada tujuan dari dilakukannya pengembangan supaya strategi yang dirumuskan bisa menjawab dari tujuan yang dilakukan dalam kegiatan pengolahan usaha kopi bubuk.

b) Tahap identifikasi faktor – faktor internal dan eksternal

Tahap identifikasi faktor internal dan eksternal perlu dilakukan karena kegiatan identifikasi faktor internal dan eksternal pada usaha pengolahan kopi bubuk dapat mencapai tujuan dari pengembangan dan mampu menjadi strategi utama yang harus dijalankan dalam upaya pengembangan usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab.

c) Tahap masukan

Tahap ketiga yaitu tahap meringkas informasi input dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi berupa lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan matriks IFE dan matriks EFE. Ada beberapa langkah dalam membuat matriks IFE dan EFE yaitu: menggambarkan lingkungan strategis internal dan eksternal, lalu mengeliminasi lingkungan strategis internal dan eksternal dari usaha pengolahan kopi bubuk yang telah didapatkan. Tahap eliminasi ini dilakukan oleh pakar yang telah dipilih, pakar yang dipilih merupakan pakar yang mengetahui secara internal dan eksternal dari usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab.

Tahap eliminasi dilakukan melalui pemeringkatan oleh informan kunci yang telah ditetapkan untuk memilih faktor-faktor kunci berupa kekuatan dan kelemahan

utama, serta peluang dan ancaman utama yang paling berpengaruh terhadap pengembangan usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab. Pemingkatan ratingan yang dilakukan oleh pakar dalam merumuskan faktor-faktor kunci internal dan eksternal tersebut dapat dilakukan dengan pemberian peringkat yaitu :

4 = penting

3 = cukup penting

2 = kurang penting

1 = tidak penting

Berdasarkan kriteria yang dilakukan oleh pakar tersebut, maka dipilihlah faktor yang memiliki rating 4 dan 3 sebagai faktor-faktor kunci dengan pertimbangan bahwa faktor-faktor tersebutlah yang merupakan faktor kunci internal berupa kekuatan dan kelemahan utama serta faktor kunci eksternal berupa peluang dan ancaman utama yang paling mempengaruhi usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab.

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor kunci internal dan eksternal tersebut ke dalam tabel daftar ringkasan faktor internal dan eksternal, faktor-faktor kunci tersebut dinilai melalui pembobotan. Penentuan nilai bobot berdasarkan pada sejauh mana keberhasilan dari usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab, setiap variabel dilakukan dengan langkah mengajukan hasil identifikasi faktor-faktor kunci internal dan eksternal kepada pakar ahli yang dipilih. Hasil identifikasi tersebut dinilai oleh pakar melalui wawancara dimana para pakar dibimbing dalam memberikan penilaian sesuai dengan persepsi masing-masing pakar dan indikator penilaian yang telah dirumuskan. Faktor-faktor kunci tersebut diberi bobot berdasarkan pada bagaimana usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab serta tingkat kepentingan faktor-faktor strategis tersebut terhadap keberhasilan pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab dengan penilaian sebagai berikut :

Penting (P)	= 4
Cukup Penting (CP)	= 3
Kurang Penting (KP)	= 2
Tidak Penting (TP)	= 1

Nilai bobot diperoleh dari penilaian pakar yang dijumlahkan, kemudian dicari bobot setiap faktor kunci dengan membagi nilai setiap faktor kunci yang diberikan pakar dengan total nilai faktor kunci yang diberikan pakar. Hasil ini yang dijadikan untuk nilai bobot pada matriks EFE dan IFE. Total bobot sama dengan 1,00. Faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja perusahaan harus diberikan bobot yang paling tinggi.

Selanjutnya dilakukan penentuan nilai peringkat dari usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab, dilakukan berdasarkan pada seberapa efektif usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo saat ini merespon faktor tersebut. Menurut David (2009:143-144) untuk mengukur masing-masing variabel terhadap kondisi digunakan skala 1,2,3, dan 4 terhadap masing-masing faktor strategis yang menandakan seberapa efektif strategi pengembangan saat ini, dimana untuk matriks EFE, skala nilai peringkat yang digunakan adalah :

- 1 = Rendah, respon jelek
- 2 = Sedang, respon rata – rata
- 3 = Tinggi, respon di atas rata – rata
- 4 = Sangat tinggi, respon superior

Sedangkan untuk matriks IFE, skala nilai peringkat yang digunakan adalah

:

- 1 = Kelemahan mayor
- 2 = Kelemahan minor
- 3 = Kekuatan minor
- 4 = Kekuatan mayor

Tahap terakhir adalah menghitung rata-rata tertimbang dengan mengalikan nilai dari penggabungan bobot dikalikan dengan *rating* pada setiap faktor, kemudian hasil kali tersebut dijumlahkan secara vertikal untuk mendapatkan nilai rata-rata tertimbang pada masing-masing matriks. Total skor EFE berkisar antara

1,0 - 4,0 dengan rata-rata 2,5. Total skor 4,0 menunjukkan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab merespon peluang maupun ancaman yang dihadapi dengan sangat baik. Sedangkan total skor 1,0 menunjukkan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo tidak dapat memanfaatkan peluang atau menghindari ancaman eksternal (David, 2009:144).

Total skor IFE berkisar antara 1,0 - 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total skor pembobotan IFE di bawah 2,5 maka menggambarkan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo yang lemah secara internal. Sedangkan jika di atas 2,5 maka menunjukkan posisi internal yang kuat (David, 2009:208).

Tabel 4. Matriks IFE ( Internal Factor Evaluation )

Faktor Internal	Bobot	Rating	Rata-Rata Tertimbang
Kekuatan		Skala 3 - 4	Bobot x rating
Kelemahan		Skala 1 - 2	Bobot x rating
<b>Total</b>	1,00		1,00 - 4,00

Sumber : David (2009:207)

Tabel 5. Matriks EFE ( External Factor Evaluation )

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Rata-Rata Tertimbang
Peluang			Bobot x rating
Ancaman			Bobot x rating
<b>Total</b>	1,00		1,00 - 4,00

Sumber : David (2009:145)

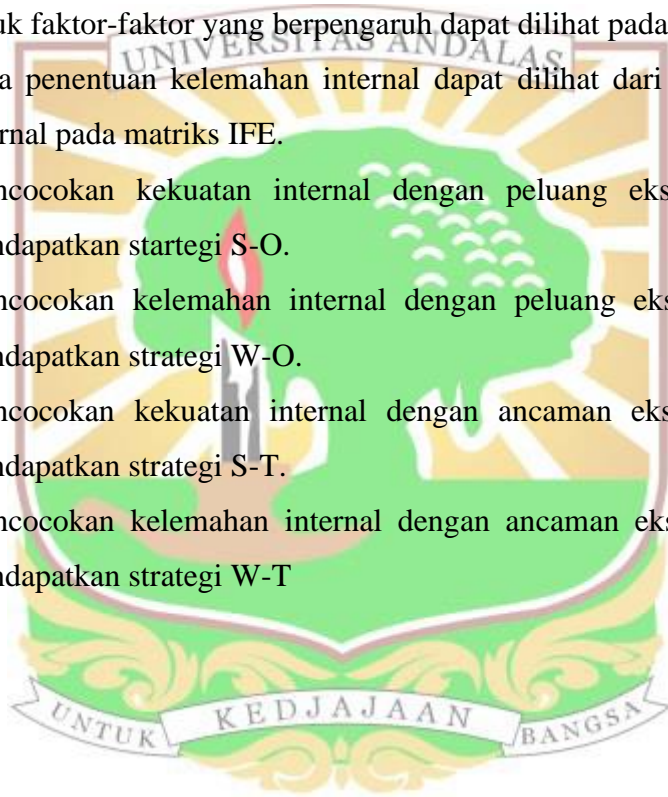
d) Tahap pencocokan

Tahapan pencocokan (*matching stage*) dapat dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT. Matrik SWOT yang secara langsung menganalisis dari faktor-faktor internal dan eksternal dengan tujuan mendapatkan beberapa strategi yang telah dipilih beberapa ahli yang telah ditentukan dan pada tahap masukan tadi, dilakukan dengan memasukannya kedalam empat tipe strategi, yaitu SO (*strenghts-opportunities*, kekuatan-peluang), WO (*weaknesses-opportunities*, kelemahan-peluang), ST (*strenghts-threats*, kekuatan-ancaman), WT (*weaknesses- threats*, kelemahan-ancaman). Langkah yang dilakukan sebagai berikut:

- i. Dilakukan penentuan peluang eksternal apa saja yang dapat

memberikan pengaruh terhadap usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab, faktor ini dapat diperoleh dari analisis pada matriks EFE.

- ii. Selanjutnya dilakukan penentuan ancaman eksternal yang dapat memberikan dampak terhadap pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab, faktor ini pun dapat diperoleh dari analisis pada matriks EFE.
- iii. Proses berikutnya dengan penentuan kekuatan internal dari usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab, untuk faktor-faktor yang berpengaruh dapat dilihat pada matriks IFE.
- iv. Pada penentuan kelemahan internal dapat dilihat dari faktor-faktor internal pada matriks IFE.
- v. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi S-O.
- vi. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi W-O.
- vii. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi S-T.
- viii. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi W-T



Tabel 6. Matriks SWOT

<b>Internal</b>	<b>STRENGTHS-S</b>	<b>WEAKNESS-W</b>
<b>Eksternal</b>	Kekuatan Internal Perusahaan	Kelemahan Internal Perusahaan
<b>OPPORTUNITIES-O</b>	<b>STRATEGI S-O</b>	<b>STRATEGI W-O</b>
Peluang Eksternal Perusahaan	Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Meminimumkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang
<b>THREATS-T</b>	<b>STRATEGI S-T</b>	<b>STRATEGI W-T</b>
Ancaman Eksternal Perusahaan	Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Meminimumkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: (David, 2009:327)

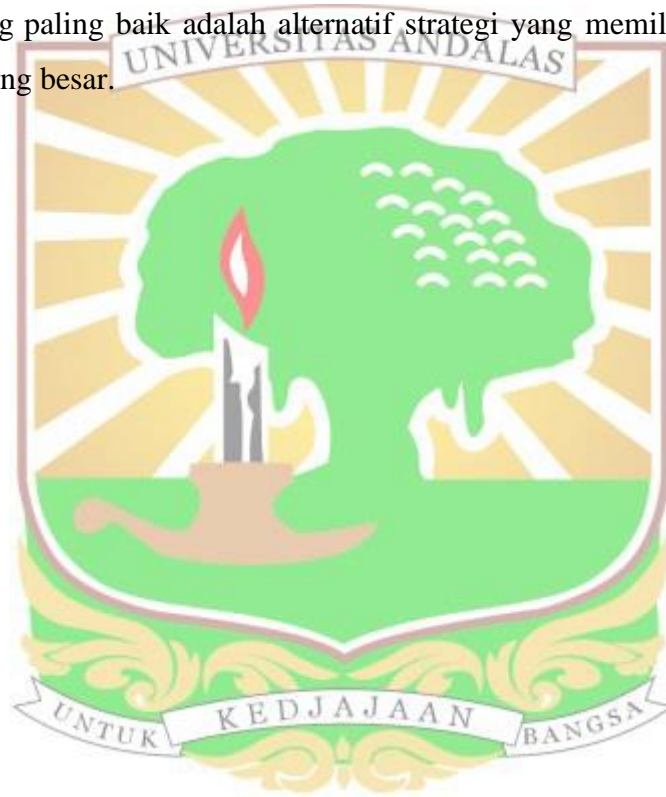
e. Tahap keputusan

Secara konseptual tujuan QSPM adalah untuk memberikan prioritas strategis dan untuk menetapkan tingkat ketertarikan relatif (*relative attractiveness*) dari variasi strategi-strategi yang telah dipilih, untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan. Keuntungan dengan menggunakan matriks QSPM adalah strategi-strategi dapat diperiksa secara berurutan dan bersamaan, serta tidak ada batas untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi secara sekaligus (David, 2009:356).

Adapun unsur-unsur yang terdapat di dalam QSPM : strategi-strategi alternatif, faktor-faktor kunci, bobot, AS = nilai daya tarik, TAS = total nilai daya tarik, dan jumlah total nilai daya tarik. Tahapan QSPM menurut David (2009:352) adalah sebagai berikut :

- a. Buatlah daftar peluang/ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal utama di kolom kiri QSPM.
- b. Berilah bobot pada setiap faktor eksternal dan internal utama tersebut.
- c. Cermatilah matriks-matriks tahap 2 (pencocokan), dan mengidentifikasi berbagai strategi alternatif yang harus dipertimbangan untuk diterapkan pada usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab.

- d. Tentukanlah *Attractiveness Score* (AS) atau nilai daya tarik, yaitu dengan cara meneliti masing-masing faktor internal dan eksternal dan menentukan peran faktor-faktor tersebut dalam pemilihan strategi. Nilai AS adalah 1 = Tidak menarik, 2 = Agak menarik, 3 = Cukup menarik, 4 = Sangat menarik.
- e. Hitung total AS (TAS) atau total nilai daya tarik yang diperoleh dari perkalian bobot dengan nilai AS rata-rata pada masing-masing baris. Nilai TAS menunjukkan daya tarik relatif dari segi alternatif strategi.
- f. Jumlahkan nilai TAS pada setiap kolom QSPM. Alternatif strategi yang paling baik adalah alternatif strategi yang memiliki nilai TAS paling besar.



## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Nagari Koto Tuo

Nagari Koto Tuo adalah salah satu Nagari yang termasuk dalam Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat Indonesia. Nagari ini terletak di dekat Batu Sangkar, ibu kota dari Kabupaten Tanah Datar. Secara astronomis, Kecamatan Sungai Tarab berada antara  $00^{\circ} 22' 08''$  dan  $00^{\circ} 27' 18''$  Lintang Selatan dan antara  $100^{\circ} 28' 26''$  -  $100^{\circ} 36' 03''$  Bujur Timur. Berdasarkan letak geografisnya, Kecamatan Sungai Tarab mempunyai batas: sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Salimpaung; sebelah Selatan berbatasan dengan Lima Kaum, sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Pariangan, sebelah Timur berbatasan dengan Nagari Sungayang. Kecamatan Sungai Tarab mempunyai luas wilayah  $71,85 \text{ km}^2$  ( 7185 Ha ) dan terdiri dari 10 nagari dengan 32 jorong. Peta wilayah Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar dalam angka 2021 dapat dilihat pada lampiran 7.

Nagari Koto Tuo mempunyai luas wilayah  $1,25 \text{ km}^2$  yang merupakan Nagari dengan luas wilayah terkecil. Sedangkan luas wilayah terluas adalah Nagari Pasie Laweh yaitu  $13,75 \text{ km}^2$  ( 1375 Ha ) di Kecamatan Sungai Tarab hal ini dapat dilihat pada Tabel 7 berikut dibawah ini.

Tabel 7. Luas Wilayah, Jumlah Penduduk per Nagari Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Sungai Tarab Tahun 2020.

Nagari	Jumlah Jorong	Luas Wilayah ( $\text{km}^2$ )	Jumlah (jiwa)		Total	Kepadatan Penduduk
			Laki-Laki	Perempuan		
Sungai Tarab	4	12,96	5.144	5.086	10.230	789
Rao Rao	4	7,50	1.636	1.558	3.194	425
Kumango	2	3,75	1.137	1.156	2.293	611
Koto Baru	3	4,71	606	570	1.176	282
<b>Koto Tuo</b>	<b>3</b>	<b>1,25</b>	<b>670</b>	<b>642</b>	<b>1.312</b>	<b>1.049</b>
Simpuruik	2	2,82	2.025	2.026	4.051	1.421
Gurun	4	7,50	2.393	2.308	4.701	501
Pasie Laweh	4	13,75	1.467	1.491	2.958	215
Talang Tengah	2	4,71	552	537	1.089	311
Padang Laweh	4	12,75	840	850	1.960	132
Jumlah	32	71,85	16.470	16.244	32.994	455

Sumber : Kecamatan Sungai Tarab dalam Angka (2021)



Dari Tabel diatas terlihat bahwa jumlah penduduk di Nagari Koto Tuo laki – laki 670 jiwa dan lebih banyak dibandingkan perempuan yaitu 642 jiwa. Sex Ratio sebesar 104 artinya jika 100 penduduk perempuan maka ada 104 penduduk laki – laki di Nagari Koto Tuo, dimana total keseluruhannya 1.312 jiwa.

Penduduk di Nagari Koto Tuo memiliki berbagai jenis mata pencaharian seperti dalam bidang pertanian, pertambangan dan penggalian, industri pengolahan dan lain sebagainya. Mata Pencaharian yang paling banyak dilakukan adalah pada bidang industri pengolahan. Salah satu industri pengolahan tersebut adalah pengolahan kopi bubuk. Berbagai mata pencaharian dan jumlah masyarakat yang bekerja dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jumlah Penduduk Usia 15 Tahun ke Atas yang Bekerja Menurut Mata Pencaharian di Nagari Koto Tuo Tahun 2019

No	Jenis Pekerjaan	Laki – Laki	Perempuan	Jumlah
1	Pertanian	148	53	201
2	Pertambangan dan Penggalian	-	-	-
<b>3</b>	<b>Industri Pengolahan</b>	<b>115</b>	<b>160</b>	<b>275</b>
4	Listrik dan Air	-	-	-
5	Bangunan/konstruksi	20	-	20
6	Perdagangan, hotel dan restoran	-	-	-
7	Pengangkutan dan komunikasi	10	-	10
8	Lembaga keuangan, jasa perserwaan	1	-	1
9	Jasa-jasa	-	-	-
10	Lainnya ( real estatic, penyediaan air, dll )	2	-	2
	Jumlah	296	213	509

Sumber : Database Wali Nagari Koto Tuo (2019)

Jarak Nagari Koto Tuo ke pusat Kecamatan Sungai Tarab sekitar 3 km, dan ke pusat ibukota Kabupaten Tanah datar sekitar 8 Km sedangkan jarak ke ibukota Propinsi Sumatera Barat (Padang) sekitar 110, 5 Km. Nagari Koto Tuo berada pada ketinggian antara 650 sampai dengan 850 m di atas permukaan laut dan mempunyai curah hujan rata rata 73 mm/bulan. Kondisi topografi Nagari Koto Tuo berbukit bukit serta bergelombang, beriklim tropis dan sebahagian besar lahannya terdiri dari kawasan hutan. Lahan Nagari Koto Tuo banyak diusahakan penggunaanya untuk sektor pertanian yaitu perkebunan (Lampiran 8).

Secara administratif, Nagari Koto Tuo memiliki batasan wilayah yaitu sebelah utara berbatasan dengan Nagari Pasie Laweh, sebelah Selatan berbatasan dengan Nagari Sungai Tarab, sebelah Barat berbatasan dengan jorong Koto Hiliang Nagari Sungai Tarab, sebelah Timur berbatasan dengan Jorong Babussalam, Nagari Pasie Laweh.

Nagari Koto Tuo terdiri atas 3 Jorong dimana Jorong Babussalam memiliki wilayah yang terluas yaitu 0,5 Km kemudian diikuti oleh Jorong Pematang Tinggi 0,4 Km dan terakhir Jorong Koto Tuo dengan luas wilayah 0,35 Km. Nagari Koto Tuo mempunyai fasilitas sebuah mesjid dan empat surau, sebuah sekolah dasar yaitu SDN 33 Sungai Tarab, tetapi belum memiliki rumah sakit atau puskesmas. Tabel berikut menggambarkan luas lahan menurut penggunaannya di Nagari Koto Tuo pada Tabel 9

Tabel 9. Luas Lahan Menurut Penggunaannya Di Nagari Koto Tuo Per Lima Tahun 1986-2016

Tahun	Pengguna Lahan			
	Sawah (Ha)	Perkebunan (Ha)	Hutan (Ha)	Perumahan (Ha)
1986	41	50	30	9
1991	41	52	28	9
1996	37	54	27	11
2001	30	60	25	14
2006	28	65	20	16
2011	25	67	20	17
2016	24	69	18	18

Sumber : Kantor Wali Nagari Koto Tuo 2016

## B. Gambaran Umum Agroindustri Kopi Bubuk Nagari Koto Tuo

Nagari koto Tuo terkenal dengan Nagari penghasil kopi bubuk di Kecamatan Sungai Tarab dan yang terbesar karena memiliki alat dan prasarana yang memadai. Hampir 75% masyarakat nagari Koto Tuo perekonomiannya bertumpu dalam pengolahan kopi bubuk mulai dari proses merandang, menggiling, mengemas sampai pemasarannya. Selain itu karena banyaknya jumlah usaha pengolahan kopi bubuk ini, dimana setiap minggunya dilakukan pengolahan kopi bubuk sehingga Nagari Koto Tuo mendapatkan julukan kampung kopi di Tanah Datar. Pengolahan kopi bubuk ini sudah berlangsung cukup lama yaitu sejak tahun 1958 dan merupakan keahlian yang diperoleh secara turun temurun dari generasi ke generasi.

Usaha pengolahan kopi bubuk Nagari Koto Tuo ini berdasarkan surat Dinas sosial dan tenaga kerja Kabupaten Tanah Datar No 560/288/Sosnaker-2015 tanggal 6 april 2015 sudah terdaftar sebanyak 177 merek dagang kopi bubuk, dimana setiap merek dagang mempunyai beberapa wilayah pemasarannya. Walaupun usaha pengolahan kopi bubuk ini sudah ada sejak tahun 1950 an, usaha ini masih tergolong skala rumah tangga (industri kecil) dimana rata rata setiap usaha pengolahan kopi bubuk mempunyai tenaga kerja 2 sampai 5 orang. Dapat dilihat pada Tabel 10 berikut.

Tabel 10. Rata rata penggunaan jumlah tenaga kerja pada pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo

No	Frekuensi Penggunaan Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Jumlah Usaha (Unit)	Persentase (%)
1	< 5	11	64,7
2	6 – 10	5	29,4
3	> 10	1	5,9
<b>Total</b>		17	100

Dari Tabel 10 di atas, terlihat penggunaan rata rata jumlah tenaga kerja pada pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo paling banyak menggunakan 5 tenaga kerja yaitu sebesar 64,7%. Dengan adanya industri kecil sangat membantu menciptakan lapangan pekerjaan yang dapat mengurangi pengangguran dan berperan penting dalam memperbaiki perekonomian dan meningkatkan pembangunan.

Perkembangan usaha pengolahan bubuk kopi di Nagari Koto Tuo digolongkan kedalam dua periode (zaman) berdasarkan pengolahan dan pemasarannya. Periode pertama yaitu sebelum tahun 1970-1986. Dimana pada periode ini pengolahan kopi bubuk masih bersifat tradisional dengan peralatan seperti lesung untuk menumbuk, tampian niru, periuk belanga untuk menyanggrai, sendok kayu dan ketiding. Hasil pengolahan kopi bubuk dikemas dengan daun pisang yang telah dikeringkan (*Karisiak*) diikat dengan tali yang berasal dari batang pisang kering. Kopi bubuk ini hanya dijual dipasar pasar tradisional yang bersifat mingguan seperti pakan *Raba'a*, pakan *Kamih*, pakan *Jum'aik* dan pakan *Akaid*.

Periode kedua mulai tahun 1986 sampai saat sekarang sudah banyak kemajuan dan perkembangannya sejalan dengan kemajuan zaman. Dimana pengolahan sudah mulai beralih dari menggunakan kincir air ke pengolahan menggunakan jasa tempat penggilingan yang memakai mesin penggiling (heller) dan daerah pemasarannya sudah menjangkau luar daerah nagari Koto Tuo seperti Padang, Pariaman, Bukittinggi, Payukumbuh dan bahkan sudah menjangkau daerah luar Sumatera Barat yaitu daerah Riau.

Pada umumnya pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo mendapatkan bahan baku biji kopi robusta dari toke H Basri yang merupakan pedagang pengumpul biji kopi terbesar di Nagari Koto Tuo. Selain itu, pengolah kopi bubuk juga mendapatkan bahan baku dari pedagang pengumpul luar yang berasal dari Jambi, Bangko, Solok Selatan, Alahan Panjang, dan Muara Labuah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat Tabel 11 dibawah ini :

Tabel 11. Asal pembelian bahan baku biji kopi robusta pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo

No	Asal Pembelian Bahan Baku	Jumlah Usaha (Unit)	Persentase (%)
1	Jambi, Bangko	3	17,65
2	Bangko, Koto Tuo	1	5,88
3	Bangko	2	11,77
4	H. Basri ( Koto Tuo )	9	52,94
4	Muara Labuh, Solok Selatan, Bangko	1	5,88
5	Alahan Panjang, Bengkulu, Bangko	1	5,88
Total		17	100

Berdasarkan Tabel diatas, terlihat bahwa asal bahan baku lebih banyak berasal dari toke yang berada di dalam Nagari Koto Tuo yaitu Toke H Basri sebesar 52,94 %. Hal ini dilakukan karena kemudahan memperoleh biji kopi dari toke yang sudah merupakan langganan tetap. Pedagang pengumpul tersebut juga memasok bahan baku dari daerah lain. Setiap usaha pengolahan kopi bubuk sudah mempunyai merek dagang yang sudah terdaftar pada Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar (Dinas Koperasi Usaha Kecil Industri Menengah, Perindustrian dan Perdagangan). Pengemasan sudah lebih baik dengan menggunakan plastik dengan berbagai ukuran dan lebih higienis.

### C. Karakteristik Responden

Karakteristik responden mempengaruhi jalannya kegiatan usaha dan akan menentukan kemajuan dari usaha yang dijalankan dan tercapainya tujuan usaha. Beberapa karakteristik pengolah kopi bubuk akan digambarkan pada Tabel 12 dibawah berikut ini :

Tabel 12. Karakteristik responden pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo

No	Jenis Kelamin	Persentase (%)
1	a. Laki – Laki	35
	b. Perempuan	65
	Total	100
2	Tingkat Pendidikan	
	a.SD	23,5
	b.SMP	41,2
	c SMA	23,5
	d Sarjana	11,8
Total	100	
3	Umur ( Tahun )	
	a. < 25 Tahun	5
	b. 26 – 50 Tahun	60
	c. 51 – 75 Tahun	30
	d. > 75 Tahun	5
Total	100	
4	Lama Usaha ( Tahun )	
	a. 1 – 12 Tahun	29,4
	b. 13 – 25 Tahun	17,6
	c. 25 – 38 Tahun	29,4
	d. 39 – 51 Tahun	17,6
	e. > 52 Tahun	6
Total	100	

Tabel 12 menunjukkan bahwa pengolah kopi bubuk lebih banyak dilakukan oleh perempuan sebagai mata pencahariannya yang menyokong perekonomian rumah tangga mereka. Dari Tabel 12 diatas terlihat bahwa rata rata pendidikan yang ditempuh pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo beragam jenisnya, yang terbanyak adalah Tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP). Golongan usia terbanyak berada pada interval 26- 50 tahun yaitu sebanyak 10 orang atau 60 %. Rentang usia pengolah kopi bubuk ini termasuk kategori penduduk yang usia produktif dan termasuk angkatan kerja menurut tenaga kerja Indonesia. Menurut UU no No 13 tahun 2003 Bab 1 pasal 1 ayat 2 penduduk usia kerja adalah penduduk yang berumur 15 tahun – 64 tahun. Menurut BKKBN (2020) penduduk yang tidak produktif adalah penduduk yang memiliki usia dibawah 15 tahun, karena penduduk tersebut belum mampu menghasilkan barang maupun jasa dalam

kegiatan ketenagakerjaan. Sedangkan penduduk usia produktif antara 15 -64 karena pada usia tersebut penduduk dianggap sudah mapu menghasilkan barang dan jasa dalam proses produksi. Pada usia yang lebih besar dari 64 tahun sudah tidak mampu menghasilkan barang dan jasa untuk kelangsungan hidupnya. Keahlian dalam mengolah biji kopi menjadi kopi bubuk membutuhkan waktu yang ditunjukkan oleh pengalaman pengolah kopi bubuk dalam berusaha. Dari Tabel 12 diatas terlihat bahwa rata-rata pengolah kopi bubuk sudah mempunyai pengalaman yang cukup lama yaitu terlama pada pengalaman lebih besar dari 52 tahun.

#### **D. Visi dan Misi Usaha Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo**

Bedasarkan hasil wawancara dengan informan kunci, peneliti merumuskan visi dan misi usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah “Menjadikan usaha kopi bubuk Nagari Koto Tuo memiliki pengolahan yang terbaik dan berkembang terus menerus melalui produk berkualitas dan dikenal orang banyak”. Sedangkan misi dari usaha kopi bubuk Nagari Koto Tuo yaitu :

- a. Mempertahankan keberadaan usaha pengolahan kopi bubuk
- b. Memenuhi kebutuhan bahan baku sendiri.
- c. Menggunakan peralatan pengolahan yang lebih maju
- d. Menggunakan bahan baku yang berkualitas.

#### **E. Analisis lingkungan**

##### **1. Analisis lingkungan internal**

Dalam menggambarkan lingkungan internal dari usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan. Adapun beberapa aspek dari lingkungan internal ini antara lain aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek produksi/operasi dan aspek nagari.

##### **1.1 Aspek Manajemen**

Aspek manajemen merupakan suatu rangkaian aktivitas termasuk perencanaan dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian yang diarahkan pada sumber daya organisasi ( Manusia, Finansial, Fisik dan informasi ) untuk mencapai tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien (Griffin, 2008: 7). Aspek Manajemen berkaitan dengan kemampuan manajerial dalam mengembangkan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto

Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar. Berdasarkan wawancara dan pengamatan yang dilakukan di lapangan dengan *key informan*. Belum semuanya usaha kopi bubuk memiliki struktur organisasi perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Selain itu usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo merupakan usaha yang diwariskan secara turun-temurun oleh nenek moyang terdahulu. Sehingga seiring berjalannya waktu, pengolah usaha pengolahan kopi bubuk kopi memiliki pengetahuan dan kemampuan manajemen yang baik dalam mengolah usaha kopi bubuk. Hampir 75 % masyarakat Nagari Koto Tuo tersebut menggantungkan hidupnya pada usaha pengolahan kopi bubuk mulai dari merendang, menggiling, mengemas hingga memasarkannya. Dalam arti kata usaha pengolah kopi bubuk menjadi mata pencaharian utama masyarakat Nagari Koto Tuo.

Tenaga kerja yang digunakan pada usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo diantaranya ada tenaga kerja yang berasal dalam keluarga dan ada tenaga kerja yang berasal luar keluarga yang juga merupakan tetangga dari pemilik pengolah usaha kopi bubuk yang berada disekitar lingkungan usaha pengolah kopi bubuk tersebut. Jumlah tenaga kerja rata rata pada usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo berkisar antara 2 hingga 5 orang. Masing – masing tenaga kerja memiliki tugas aktivitas yang berbeda-beda, diantaranya ada aktivitas perendangan, ada aktivitas menggiling serta ada aktivitas dalam pengemasan.

Kebijakan adalah batasan bagi usaha (organisasi) atau pejabat dalam pengambilan keputusan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Kebijakan sering juga disebut dengan *standar operating procedures*, akan meningkatkan keefektifan bekerja dengan cara menstandarisasi keputusan keputusan rutin. Berdasarkan wawancara dengan *key informan*, kebijakan bersama yang dilakukan oleh para pengolah usaha kopi bubuk yaitu dalam penetapan upah tenaga kerja pada setiap usaha pengolah kopi bubuk. Pemilik pengolah usaha kopi bubuk membayar upah tenaga kerja pengemasan antara Rp.50.000 – Rp.55.000/hari. Kebijakan dalam perizinan usaha sangat penting bagi pelaku usaha yang ingin membuka usahanya. Dengan adanya perizinan usaha sehingga usaha tersebut memiliki legalitas yang resmi dari pemerintah dan hasil produk tersebut dapat dipercaya kalangan masyarakat. Berdasarkan wawancara dengan informan kunci,

sebagian besar usaha kopi bubuk yang ada di Nagari Koto Tuo sudah memiliki perizinan usaha dalam bentuk P-IRT, hal ini dikarenakan usaha kopi bubuk tersebut merupakan usaha industri rumah tangga kecil.

Dukungan dari beberapa kelembagaan atau pemerintah pada pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo sudah berjalan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan di lapangan, setiap usaha pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo sudah mendapatkan dukungan dalam bentuk pelatihan dalam mengembangkan usaha maupun skill dan kemampuan manajerial tenaga kerja dalam mengolah kopi bubuk. Adapun pelatihannya seperti pelatihan dalam pengemasan, pelatihan menyablon produk kemasan serta pembinaan dalam mengelola usaha kopi bubuk. Salah satu lembaga atau instansi pemerintah yang mendukung pengembangan usaha kopi bubuk yakni Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar.

## **1.2 Aspek Pemasaran**

### **a. Produk**

Produk kopi bubuk Nagari Koto Tuo merupakan produk yang memiliki cita rasa dan aroma yang khas. Selain itu, daya tahan kopi bubuk Nagari Koto Tuo cukup lama, selama kemasan dari produk terjaga dalam kondisi baik dan ketika melakukan penyimpanan produk ditutup rapat agar kualitas tetap terjaga. Kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung untuk produk tetapi juga digunakan untuk mengangkat citra produk sehingga mempunyai daya tarik tersendiri. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, pengolah usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo belum sepenuhnya mencoba melakukan inovasi-inovasi. Penyajian produk kopi bubuk masih menggunakan kemasan (*packaging*) plastik. Selain itu juga pengolah usaha kopi bubuk juga belum melakukan promosi dan mengencarkan penjualan produknya melalui media sosial.

### **b. Penetapan Harga**

Penetapan harga adalah salah satu keputusan yang sangat penting dalam sebuah usaha. Penetapan harga yang dilakukan oleh pengolah kopi bubuk rata rata berdasarkan nilai bahan baku dan bahan penolong, serta harga juga ditetapkan untuk dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan sehingga menghasilkan laba. Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya



baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor yang mempengaruhi secara tidak langsung erat hubungannya dengan penetapan harga produk sejenis yang dijual oleh pesaing (Mustika, 2016).

Berdasarkan hasil wawancara di Lapangan, rata - rata harga jual kopi bubuk bervariasi sesuai dengan beratnya atau kemasannya. Untuk ukuran kecil seharga Rp 3.000 hingga Rp.5.000. Untuk ukuran 250 gr dijual dengan harga Rp.10.000 serta untuk ukuran 1 Kg dijual dengan Harga Rp.40.000/Kg. Untuk lebih jelasnya harga jual berikut kemasan dari bubuk kopi dapat dilihat pada Tabel 13 dibawah ini.

Tabel 13. Ukuran kemasan plastik dan rata-rata harga jual kopi bubuk di Nagari Koto Tuo

No	Ukuran kemasan	Rata rata harga jual (Rp)
1	0,5 ons	3.000
2	1 ons	5.000
3	¼ Kg	10.000
4	1 Kg	40.000

Dari Tabel 13 diatas terlihat bahwa penjualan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo ini dikemas dengan berbagai ukuran dan harga. Variasi ukuran kemasan ini disesuaikan dengan tempat tujuan pemasarannya. Ukuran kecil biasanya dijual di kedai-kedai kopi dimana sering dihidangkan langsung kepada bapak bapak penikmat kopi disana. Ukuran yang besar lebih banyak dijual kepada pedagang pengecer yang akhir dijual eceran lagi ke konsumen.

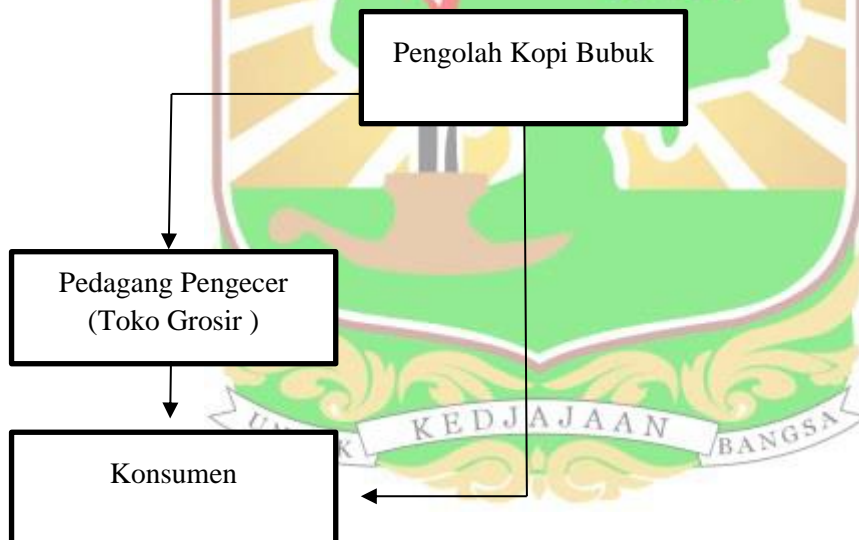
### c. Penjualan Produk

Strategi produk kopi bubuk yang ditawarkan oleh pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah dengan menawarkan berbagai macam varian ukuran kemasan. Bahan-bahan yang digunakan untuk pengolahan kopi bubuk adalah bahan-bahan yang berkualitas baik sehingga hasil yang ditawarkan pun juga cukup baik. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, terlihat bahwa produk yang ditawarkan oleh pengolah kopi bubuk rata-rata memiliki rasa aroma yang cukup enak hal ini dikarenakan proses pengolahannya dilakukan secara tradisional dalam penyangraian yang menggunakan kayu bakar yang berasal dari kulit manis, sehingga terasakan aroma yang harum dan hiegenis. Sedangkan untuk penggilingan pada umumnya pengolah kopi bubuk menggunakan mesin heller. Penjualan produk

kopi bubuk tetap stabil dalam memasarkan kepada konsumen maupun ke pedagang pengecer. Sedangkan harga bahan baku pada saat penelitian berkisar antara Rp.22.000 – Rp.25.000/Kg

#### d. Distribusi

Saluran distribusi merupakan saluran yang digunakan produsen untuk menyalurkan barang dan jasa yang dihasilkan kepada konsumen. Menurut Kotler (2002), saluran distribusi terdiri atas a) saluran distribusi langsung yaitu saluran yang terdiri dari perusahaan manufaktur yang langsung menjual kepada pelanggan akhir, b) saluran distribusi tidak langsung yaitu saluran distribusi yang terdiri dari satu tingkat perantara atau lebih. Di Nagari Koto Tuo rata-rata pengolah kopi bubuk menggunakan dua saluran distribusi untuk menyalurkan produknya. Untuk lebih jelasnya saluran distribusi pengolah kopi bubuk dapat dilihat pada Gambar 3 berikut dibawah ini.



Gambar 3. Saluran distribusi pada para pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo

Berdasarkan Gambar 3 terlihat bahwa pengolah kopi bubuk menggunakan dua pola saluran distribusi dalam menyalurkan kopi bubuk. Pola saluran pertama adalah saluran distribusi tidak langsung, dimana pengolah kopi bubuk menyalurkan kopi bubuknya melalui pedagang pengecer dan kemudian disalurkan kepada konsumen akhir. Pada umumnya pengolah kopi bubuk menyalurkan kopi bubuk kepada pedagang pengecer yang berada di wilayah Sumatera Barat seperti daerah

Tanah Datar, Kota Payakumbuh, Kota Padang, Padang Panjang , Bukittinggi, Pariaman, Lintau Buo, Lubuk Basung, Sungayang. Sedangkan wilayah di luar Sumatera Barat yaitu Riau, Teluk Kuantan, Pasia Pangirai. Kemudian pedagang pengecer memasarkan kepada konsumen akhir.. Kopi bubuk ini langsung diantar oleh pengolah kopi bubuk ke pedagang pengecer dan sistem pembayarannya secara konsinyasi. Dalam arti kata pengolah kopi bubuk belum mempunyai tenaga pemasaran khusus Dalam menyalurkan kopi bubuk, pengolah kopi bubuk tidak memberikan potongan harga kepada pedagang pengecer atau kepada pelanggan yang membeli produk dalam jumlah banyak (tertentu). Biaya yang timbul dalam pendistribusian ini ditanggung oleh pengolah kopi bubuk. Saluran distribusi pertama seperti ini lebih banyak terdapat di Nagari Koto Tuo ini yaitu sekitar 95 %. Dan sekitar 5 % ada pada saluran distribusi kedua. Dapat diartikan bahwa pengolah kopi bubuk lebih mengkonsentrasikan pendistribusiannya kepada pedagang pengecer yang sudah jadi pelanggan dan loyal terhadap kopi bubuk Nagari Koto Tuo yakni yang berada di wilayah Sumatera Barat. Dalam melakukan pendistribusian kopi bubuk pengolah kopi bubuk menggunakan kendaraan keberbagai daerah (*sales canvasing*).

Saluran kedua yaitu adalah pola saluran distribusi langsung dimana pengolah kopi bubuk melakukan dan melayani penjualan langsung kepada konsumen yang datang ketempat ( Rumah) pengolah kopi bubuk. Saluran distribusi tidak langsung adalah bentuk /pola saluran distribusi yang menggunakan jasa perantara dan agen untuk menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen, saluran distribusi langsung adalah bentuk penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen tanpa melalui perantara (Angiopora, 2002).

### **1.3 Aspek Keuangan**

Aspek keuangan merupakan salah satu aspek yang sangat penting bagi kelangsungan usaha. Modal usaha adalah biaya awal yang digunakan oleh pengolah kopi bubuk untuk memulai usaha. Pada umumnya pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo dalam berusaha menggunakan modal sendiri tanpa menggunakan modal pinjaman ke pihak lain. Modal awal yang digunakan untuk menjalankan usaha yaitu berkisar sebesar Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000 yang digunakan untuk membeli bahan baku, upah pengilingan dan kemasan. Hasil penjualan dari kopi bubuk

digunakan kembali sebagai modal untuk melakukan kegiatan produksi berikutnya.

Pengelolaan keuangan merupakan hal yang sangat penting diperhatikan dalam setiap usaha. Pencatatan keuangan yang baik dan benar akan membantu menggambarkan kondisi perkembangan usaha dan pengambilan keputusan untuk pengelolaan usahanya. Salah satu ciri sistem keuangan yang baik adalah dengan membuat laporan keuangan. Dari hasil penelitian pengolah bubuk kopi pada umumnya tidak melakukan pencatatan keuangan sederhana dan mereka hanya mengandalkan daya ingat saja.

#### 1.4 Aspek Produksi dan Operasi

##### a Bahan Baku

Bedasarkan hasil wawaancara di lapangan, bahan baku utama yang digunakan pada proses pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah biji kopi jenis robusta. Biji kopi robusta ini berasal dari biji kopi pilihan yang berkualitas. Biji kopi ini sudah dijemur dikeringkan serta dikupas dan lebih sering dikenal kopi beras. Pada umumnya pengolah kopi bubuk memperoleh bahan baku biji kopi dari toke atau pedagang pengumpul biji kopi yang ada di Nagari Koto Tuo dan jika bahan baku tidak tercukupi maka bahan baku didatangkan oleh pemasok Nagari Koto Tuo dari daerah lain seperti Solok Selatan, Bangko, Jambi dan Bengkulu. Pembelian bahan baku ke toke yang merupakan pemasok tetap berasal dari Nagari Koto Tuo.

Bahan baku yang dibeli biasanya diantar langsung oleh pemasok ketempat usaha sehingga pengolah kopi bubuk tidak kesulitan mengangkut ketempat usaha. Pengadaan bahan baku rata - rata dilakukan 2 x sebulan dengan sistem pembayaran tunai. Harga bahan baku cenderung berfluktuasi yakni rata - rata berkisar antara Rp 22.000 – Rp 25.000/kg. Kebutuhan bahan baku per bulan dalam proses pengolahan kopi bubuk dapat dilihat pada tabel berikut dibawah ini.

Tabel 14. Rata Rata Kebutuhan bahan baku biji kopi untuk satu kali proses produksi pada pengolah biji kopi di Nagari koto tuo

No	Biji Kopi (kg)	Persentase( % )
1	< 200	53

2	210-500	18
3	>600	29
Total		100

Dari Tabel 14 diatas terlihat bahwa rata-rata perbulan kebutuhan biji kopi di Nagari Koto Tuo paling banyak berkisar antara kurang dari 200 kg yakni dengan persentase 53 % sedangkan paling sedikit berada pada kisaran 210-500 kg dengan jumlah 18%. Pada umumnya pengolah kopi bubuk menggunakan bahan baku bervariasi mulai dari 50 kg biji kopi sampai 1500 kg biji kopi untuk satu kali proses produksi.

#### b. Sumber daya

Salah satu aspek yang tak kalah pentingnya untuk pengolah kopi bubuk adalah sumber daya manusai yang dimiliki. Tenaga kerja berperan dalam menciptakan produk dan secara tidak langsung berperan dalam menentukan pertumbuhan usaha. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, waktu operasional tenaga kerja dimulai dari pukul 08.00 pagi sampai pukul 16.00 dengan total jam selama 8 jam. Aktivitas dalam berproduksi juga berbeda-beda yakni aktivitas merendang, aktivitas menggiling hingga aktivitas pengemasan. Rata-rata tempat penyangraian memperkerjakan tiga sampai 4 orang tenaga kerja yang terdiri dari tenaga kerja laki-laki dan perempuan.

Di Nagari Koto Tuo ini terdapat empat tempat penggilingan umum kopi bubuk yakni heller Kopi Aysyah, heller kopi Rustam, heller kopi Syamlinar dan heller kopi Aswarni. Lokasi heller kopi Rustam dan heller Aysyah berada dalam disatu lingkungan yang sama serta berhadapan yakni di Jorong Pematang Tinggi Koto Tuo. Disamping pengilingan (heller) umum ini ada juga heller yang merupakan milik pribadi pengolah kopi yaitu Alfi Doris. Heller kopi Rustam berdiri semenjak tahun 1988 dan hingga sekarang masih tetap beroperasi. Heller kopi Aysyah berdiri tahun 2014 dan nama usaha penggilingan ini diambil dari nama anaknya Aysyah. Lokasi heller ini cukup strategis terletak dipinggir dan persimpangan jalan dan mudah dijangkau oleh para pengolah kopi bubuk. Rata rata heller ini memperkerjakan dua orang tenaga kerja untuk melakukan kegiatan pembubukan biji kopi. Tenaga kerja ini merupakan tenaga kerja laki laki dan umumnya berasal dari luar keluarga. Mereka bekerja secara bergantian setiap tiga atau empat hari yang di mulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 17.00

WIB dengan upah Rp 100.000 /hari. Sistem pengupahan penggilingan biji kopi juga diberikan berdasarkan jumlah *beleg* (kaleng) yaitu Rp 3500/ *beleg*. *Beleg* ini digunakan sebagai satuan untuk menentukan upah penggilingan biji kopi dimana satu *beleg* berisi lebih kurang 8 kg biji kopi yang sudah direndang (sangrai).

Dalam pengolahan biji kopi menjadi bubuk kopi, para pengolah kopi bubuk mempekerjakan tenaga kerja hanya untuk kegiatan pengemasan. Sedangkan proses pengolahan biji kopi menjadi bubuk kopi dilakukan di tempat pengilingan (heller) dan pengolah kopi bubuk menerima biji kopi yang sudah dihaluskan (bubuk). Hanya pengolah kopi bubuk yang punya mesin penggilingan yang melakukan pengolahan sendiri dan itupun sedikit sekali jumlahnya. Rata rata pengolah kopi bubuk mempunyai tenaga kerja untuk pengemasan 3-4 orang. Biasanya pengemasan ini dilakukan oleh tenaga kerja wanita. Rata-rata besarnya upah untuk pengemasan hampir sama untuk semua pengolah kopi di nagari Koto Tuo yaitu sebesar Rp 50.000/hari dan ini tidak termasuk uang makan .dengan hari kerja 8 jam /hari.

#### c. Proses produksi

Kegiatan proses produksi dalam mengolah biji kopi (kopi beras) menjadi kopi bubuk membutuhkan waktu rata rata 2-3 hari. Proses Pengolahan biji kopi untuk dapat menjadi kopi bubuk dilakukan melalui beberapa tahap yakni :

##### 1.Persiapan Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan adalah biji kopi robusta dalam pemilihan biji kopi sangat diperhatikan kebersihannya agar terbebas dari kotoran dan jamur. Hal ini dilakukan untuk menjaga mutu dan kualitas produk agar tidak merubah citarasa kopi dan agar *hygyenes*.

##### 2.Penyangraian (*Perandangan*)

Proses penyangraian merupakan proses pembentukan rasa dan aroma pada biji kopi. Jika biji kopi memiliki keseragaman dalam ukuran, spesifik *gravity*, tekstur, kadar air dan struktur kimia maka proses penyangraian akan lebih mudah dikendalikan. Penyangraian merupakan kunci dalam proses produksi kopi bubuk (Rukmana, 2014). Penyangraian biji kopi pada umumnya menggunakan kayu bakar yang berasal dari batang kulit manis (*Cinnamomum verum* ) dan ini dilakukan sudah sejak dulu yang merupakan warisan dan ciri khas aroma serta

memberikan citarasa pada kopi bubuk Nagari Koto Tuo. Usaha kopi bubuk Nagari koto Tuo selain menggunakan bahan baku biji kopi juga menggunakan bahan penolong seperti jagung, mentega dan lainnya. Tujuan pemberian bahan penolong ini untuk memberikan cita rasa yang khas dan menambah berat kopi bubuk yang di produksi. Bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan yang nilainya relatif kecil dibandingkan dengan bagian produk tersebut.

Perandangan bahan penolong dilakukan selama lebih kurang 4 jam setelah itu baru perandangan biji kopi selama lebih kurang 1 sampai 2 jam pada alat yang sama dengan tujuan supaya alat perandangan sudah sempurna panasnya. Penyangraian dilakukan sampai biji kopi warnanya berubah menjadi coklat kehitaman dan permukaannya sedikit berminyak. Penyangraian dilakukan dengan menggunakan alat yang sederhana yaitu tong yang mempunyai gagang disisinya. Gagang tong ini diputar secara manual menggunakan tenaga manusia dimana dibawahnya terdapat api yang berasal dari kayu bakar. Rata rata kapasitas tong tersebut adalah 40 kg dan penyangraian ini dilakukan oleh 3 orang tenaga kerja satu orang laki-laki dan dua orang perempuan.

### 3. Penggilingan

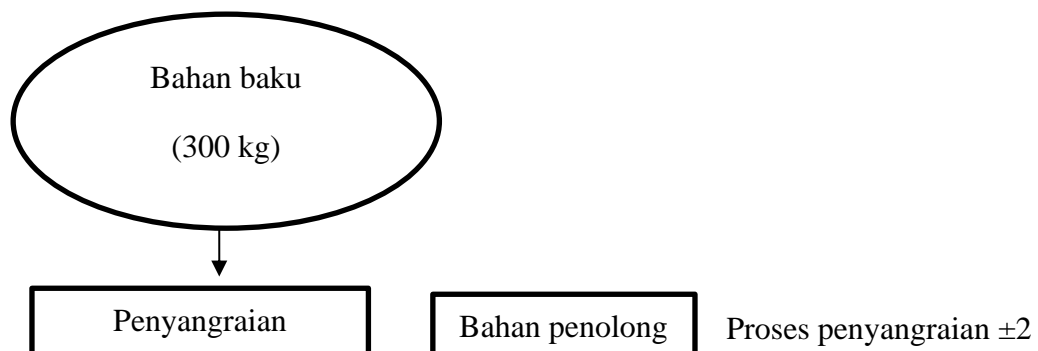
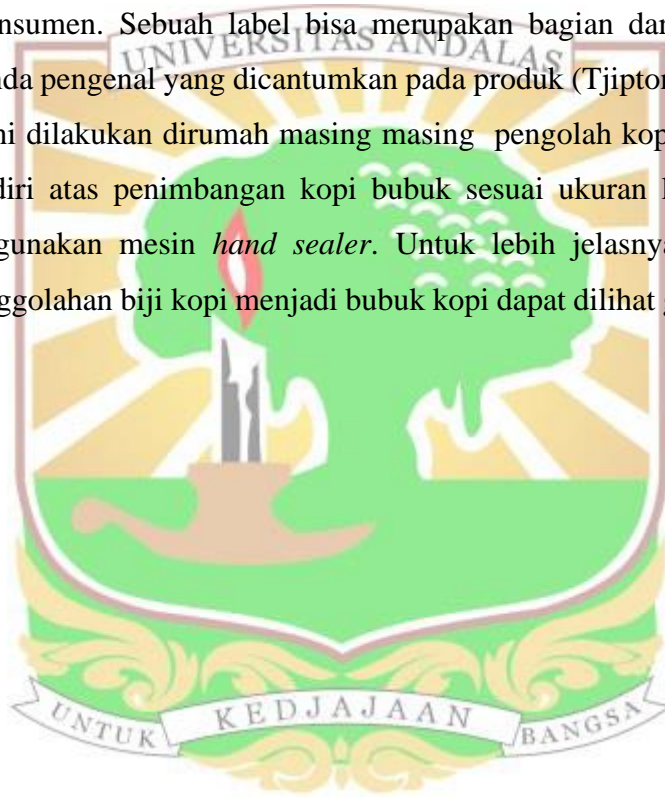
Penggilingan adalah proses penghalusan biji kopi dan bahan penolong menjadi sangat halus seperti tepung. Biji kopi yang sudah disangrai dan dingin dihaluskan dengan menggunakan alat penghalus sampai diperoleh butiran kopi bubuk dengan kehalusan tertentu (Rukmana, 2014). Proses penggilingan ini dilakukan dengan menggunakan mesin penggiling (heller) yang operasionalnya dilakukan oleh satu- dua orang tenaga kerja. Sedangkan untuk mengerakan mesin penggiling ini digunakan rata rata 4 liter solar sebagai bahan bakarnya. Mesin penggiling ini (heller) mampu melakukan penggilingan sampai 2,4 ton biji kopi

perharinya. Dan rata rata setiap 1 kg penggunaan bahan baku biji kopi akan menghasilkan 0,8 kg kopi bubuk.

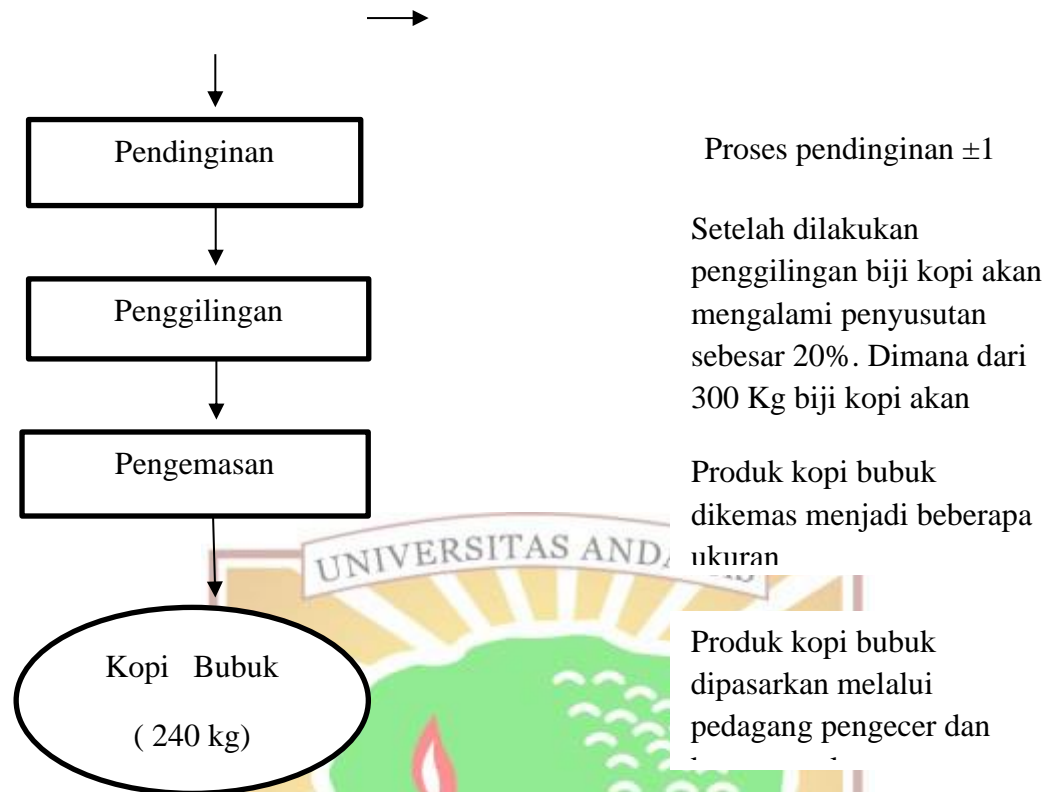
### 4. Pengemasan

Pengemasan bubuk kopi di Nagari Koto Tuo sudah berkembang seiring dengan berjalan waktu. Awalnya pengemasan kopi bubuk dilakukan dengan menggunakan daun pisang kering (karisiak) serta diikat juga menggunakan tali dari

batang pisang kering hal ini berlangsung sampai Tahun 1970 an, Sekarang pengemasan sudah dilakukan dengan menggunakan plastik transparan dengan berbagai ukuran. Bervariasinya ukuran pengemasan tergantung kepada kebutuhan dan tempat pemasaran kopi bubuk, kemasan ukuran kecil biasanya dipasarkan ke warung-warung kecil sedangkan untuk ukuran lebih besar dipasarkan keluar daerah nagari Koto Tuo oleh pengolah kopi bubuk. Sejak tahun 1986 setiap kemasan plastik sudah mempunyai label dan merek dagang usaha dari masing-masing pengolah kopi bubuk. Pelabelan berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk ke konsumen. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau merupakan tanda pengenal yang dicantumkan pada produk (Tjiptono, 2007). Proses pengemasan ini dilakukan di rumah masing-masing pengolah kopi bubuk dimana prosesnya terdiri atas penimbangan kopi bubuk sesuai ukuran lalu merekatkannya dengan menggunakan mesin *hand sealer*. Untuk lebih jelasnya skema proses sederhana pengolahan biji kopi menjadi bubuk kopi dapat dilihat gambar dibawah berikut ini :









Gambar 4. Diagram alir proses produksi kopi bubuk di Nagari Koto Tuo

Keterangan gambar :

 = proses

 = input dan output

### 1.5 Aspek Nagari

Kelembagaan pengolahan kopi belum tumbuh, sehingga kegiatan usaha bersama masih menjadi kendala. Di Nagari Koto Tuo memiliki Badan Usaha Milik Nagari (BumNag) yaitu Badan Usaha Milik Nagari Barokah. BumNag tersebut sudah berdiri sejak tahun 2017 tetapi belum berperan sesuai dengan fungsinya dalam pengembangan pengolahan kopi bubuk. Nagari Koto Tuo menjalin hubungan baik dan melakukan kerja sama dengan pemerintah setempat yaitu Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dalam memberikan pelatihan dan pembinaan pemasaran kepada pengolah kopi bubuk. Dan disamping itu, Nagari Koto Tuo juga memfasilitasi pembuatan surat keterangan usaha bagi pengolah kopi bubuk untuk

mendapatkan legalitas usahanya. Pada umumnya, usaha pengolah kopi bubuk masih berskala kecil. Nagari Koto Tuo mempunyai asset seperti mesin penggiling atau heller untuk melakukan pengolahan kopi bubuk.

Di Nagari Koto Tuo ini rata-rata setiap rumah tangga melakukan pengolahan kopi bubuk dan tentu hal ini menunjukkan peningkatan jumlah usaha pengolah kopi bubuk dari tahun 1986. Dengan banyaknya pengolahan kopi bubuk ini sehingga di Nagari Koto Tuo terdapat banyak label produk kopi bubuk. Di samping itu dampaknya terhadap kebutuhan bahan baku, dimana untuk memenuhi bahan baku biji kopi (bean) harus dipasok dari luar karena tidak tercukupi dari Nagari Koto Tuo sendiri. Biji Kopi dipasok dari Bangko, Bengkulu, Jambi, Muaro Labuah dan daerah lainnya.

Nagari Koto Tuo belum mempunyai kemampuan untuk menyediakan bahan baku dari daerah sendiri untuk pengolah kopi bubuk. Disamping itu, masyarakat Nagari Koto Tuo mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi seperti pengolahan kopi bubuk yang merupakan warisan turun – temurun dari nenek moyang terdahulu. Pengolahan kopi bubuk ini dilakukan dengan teknologi dan peralatan yang sederhana. Hal ini karena kurangnya informasi dan teknologi tepat guna untuk peningkatan produktivitas pengolahan kopi bubuk.

## **2.Lingkungan Eksternal**

Menurut William F. Glueck (dalam Buchory dan Djaslim 2010:46) lingkungan eksternal perusahaan adalah faktor – faktor yang berada di luar jangkauan perusahaan yang dapat menimbulkan peluang – peluang atau ancaman – ancaman terhadap perusahaan. Dalam menggambarkan lingkungan lingkungan eksternal dari usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan. Adapun beberapa aspek dari lingkungan eksternal ini adalah aspek sosial budaya dan demografi, aspek lingkungan hukum dan politik, aspek ekonomi, aspek teknologi serta aspek pesaing.

### **2.1 Sosial budaya dan demografi**

#### **a Perubahan Gaya Hidup**

Di Indonesia saat ini minum kopi merupakan kebiasaan yang sudah banyak dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat. Minum kopi menjadi tradisi yang

semakin hari meningkat dan bahkan menjadi bagian dari gaya hidup. Sehingga hal ini berkembang tidak hanya sebagai pemuas kebutuhan para penikmat kopi saja bahkan muncul sebagai gaya hidup tersendiri. Dari data International Coffee Organization (ICO) menunjukkan bahwa konsumsi kopi Indonesia pada periode 2011-2016 mengalami tren kenaikan. Konsumsi kopi Indonesia mencapai 1,68 juta bungkus (60 kg/bungkus) pada tahun 2000, tetapi pada tahun 2016 meningkat menjadi 4,6 juta bungkus atau terjadi peningkatan sebesar 174 % artinya sejak tahun 2011, konsumsi kopi selalu mengalami pertumbuhan hingga tahun 2016 (Lampiran 7).

Sejalan dengan peningkatan konsumsi kopi, bermunculan tumbuh coffe shop yang menyediakan kopi dengan berbagai varian rasa. Keberadaan coffe shop ini menjadi ancaman yang menyebabkan berkurangnya orang mengonsumsi kopi bubuk tradisional.

Disamping itu secara sosial budaya, sebagian besar masyarakat di Nagari Koto Tuo melakukan pengolahan biji kopi ini sudah merupakan pekerjaan yang dilakukan secara turun temurun sejak dulu kala. Sehingga peluang untuk mengembangkan pengolahan kopi sebagai penggerak perekonomian daerah sangat besar khususnya daerah Nagari Koto Tuo dan umumnya Sumatera Barat yang juga termasuk sebagai salah satu Propinsi sentra produksi kopi Robusta di Indonesia.

Aspek demografi juga berpengaruh terhadap usaha pengolah kopi bubuk karena cuaca dan iklim di Nagari Koto Tuo cocok untuk ditanami kopi sehingga ini merupakan peluang dalam memenuhi kebutuhan bahan baku kopi bubuk.

#### b. Letak Daerah Pengolah Kopi Bubuk

Nagari Koto Tuo memiliki letak daerah yang strategis yaitu dekat dengan pasar Kecamatan Sungai Tarab. Hal ini menjadi peluang tersendiri dalam memasarkan produk kopi bubuk Nagari Koto Tuo. Usaha kopi bubuk ini terletak pada suatu kawasan atau satu kampung sehingga daerah tersebut dikenal dengan kampung kopi. Sehingga masyarakat sudah mengenal kampung kopi yang ada pada daerah di Nagari Koto Tuo.

## 2.2 Lingkungan hukum dan politik

### a. Dampak Lingkungan

Bedasarkan wawancara dengan informan kunci, dampak lingkungan yang

ditimbulkan oleh pengolah usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo tidak menimbulkan gangguan lingkungan pada masyarakat setempat. Hal ini dikarenakan proses pengolahan kopi bubuk sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah. Selain itu juga hasil proses pengolahannya menimbulkan aroma yang harum bagi masyarakat yang memasuki ke daerah Nagari Koto Tuo.

#### b. Kebijakan Peraturan Pemerintah Terkait

Dalam menjalankan suatu bisnis, tidak lepas dari suatu intervensi pemerintah sebagai pembuat peraturan, undang – undang dan kebijakan lainnya. Aturan tersebut dibuat untuk mendisiplinkan cara pelaku bisnis agar tidak bertentangan dengan kepentingan dan kesejahteraan umum. Sedangkan situasi yang kondusif diharapkan oleh perusahaan untuk kelancaran usaha mereka.

Bedasarkan wawancara dengan informan kunci, adanya upaya pemerintah dalam meningkatkan usaha yang ada di Kabupaten Tanah Datar dapat terlihat melalui program program. Adapun program – program dari pemerintah yang dapat menunjang peningkatan usaha tersebut, seperti : 1) memfasilitasi dan melakukan pembinaan dalam bentuk legalitas P-IRT agar layak beredar, 2) memfasilitasi dalam bentuk surat izin, 3) memfasilitasi dalam bentuk HKI atau merek dagang, 4) memberikan pelatihan teknik pemasaran.

### 2.3 Ekonomi

Faktor ekonomi akan mempengaruhi usaha misalnya pada waktu pertumbuhan ekonomi tinggi maka permintaan terhadap suatu produk yang dijual perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualannya. Di lain pihak pada pertumbuhan ekonomi tinggi maka tingkat

persaingan juga akan semakin tinggi sehingga tingkat persaingan juga akan semakin tinggi karena banyak perusahaan baru yang terjun di usaha tersebut.

Inflasi adalah kenaikan harga barang atau jasa yang menyebabkan daya beli uang menurun. Kenaikan harga ini terjadi pada sebagian besar barang dan jasa secara terus menerus atau dalam kurun waktu tertentu. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci, harga bahan baku biji kopi mengalami fluktuasi harga akibat pengaruh inflasi.

### 2.4 Teknologi

Teknologi adalah faktor - faktor yang mempengaruhi aktivitas pembuatan produk. Teknologi selalu berubah dan semakin lama semakin cepat, bila pengolahan kopi bubuk mengabaikan hal ini akan mengakibatkan hal yang tidak baik bagi usaha. Sebagian besar usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo masih menggunakan peralatan yang sederhana dimana dalam proses penyangraian menggunakan tong yang disisinya ada gagang yang diputar menggunakan tenaga manusia dan dibawahnya terdapat api dengan bahan bakar kayu. Dalam pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk ada teknologi yang lebih maju sehingga lebih efisien dari segi waktu yang dapat melakukan pengolahan dalam skala lebih besar. Teknologi juga dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Teknologi yang maju akan lebih akurat melakukan proses pengolahan biji kopi terutama dalam penyangraian. Jika dalam proses pengolahan dilakukan secara manual menggunakan tenaga manusia akan memiliki resiko yang besar. Karena manusia mempunyai kemampuan yang terbatas dimana pada waktu pengolahan biji yang disangrai melewati batas kematangan dari yang seharusnya atau sebaliknya hal ini akan berdampak pada rasa dan aroma yang dihasilkan. Selain itu, modal yang kecil juga menyebabkan pengolahan usaha kopi bubuk tidak mampu untuk membeli peralatan yang modern. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, peralatan yang dimiliki pengolah kopi bubuk masih sederhana dan menggunakan tenaga manusia dalam mengolah usaha kopi bubuk dan dalam pengemasan masih menggunakan plastik kaca biasa. Dilihat dari teknologi yang digunakan pesaing dalam pengemasan sudah menggunakan pengemasan lebih baik.

## 2.5 Pesaing

Pesaing adalah usaha yang memproduksi dan memasarkan bubuk kopi pada daerah pemasaran yang sama dan pedagang pengecer yang sama dengan produk bubuk kopi Nagari Koto Tuo. Usaha kopi bubuk tersebut akan bersaing terhadap kualitas produk yang dihasilkan, harga produk tersebut pasar bagi produk – produk yang akan dipasarkan. Sejauh ini yang menjadi ancaman bagi usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo yaitu adanya kopi bubuk sejenis yang berada di luar daerah Nagari Koto Tuo, yakni Kopi Bubuk Rangkiang, Kopi Bubuk Nilam

Brothers. Usaha kopi bubuk tersebut memiliki jangkauan pemasaran lebih luas dan jumlah produksi yang lebih banyak serta pengemasan yang lebih baik. Selain itu juga melakukan usaha promosi secara besar- besaran melalui media sosial. Kopi bubuk yang berasal dari luar Kabupaten Tanah Datar yang menjadi pesaing salah satunya adalah kopi bubuk KUB Rang Bukik Apik yang mengolah kopi bubuk yang dilakukan secara tradisional dan secara turun temurun. Dimana kopi ini pernah begitu terkenal sehingga dicari – cari oleh para wisatawan.

#### **F. Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tara Kabupaten Tanah Datar**

Perumusan strategi pengembangan usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab dilakukan melalui langkah berikut :

##### **1. Tujuan Pengembangan**

Bedasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan kunci dan juga melalui pengamatan yang dilakukan di lapangan yang berkaitan dengan masalah bagaimana strategi yang harus dijalankan sehingga mampu mengembangkan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, maka hal pertama yang harus dilakukan yaitu menetapkan tujuan dari dilakukannya pengembangan. Tujuan dari pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo dirumuskan untuk mengembangkan usaha kopi bubuk dengan meningkatkan produksi dan memperluas pasar serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Tujuan ini dirumuskan untuk waktu jangka panjang yaitu 10 tahun.

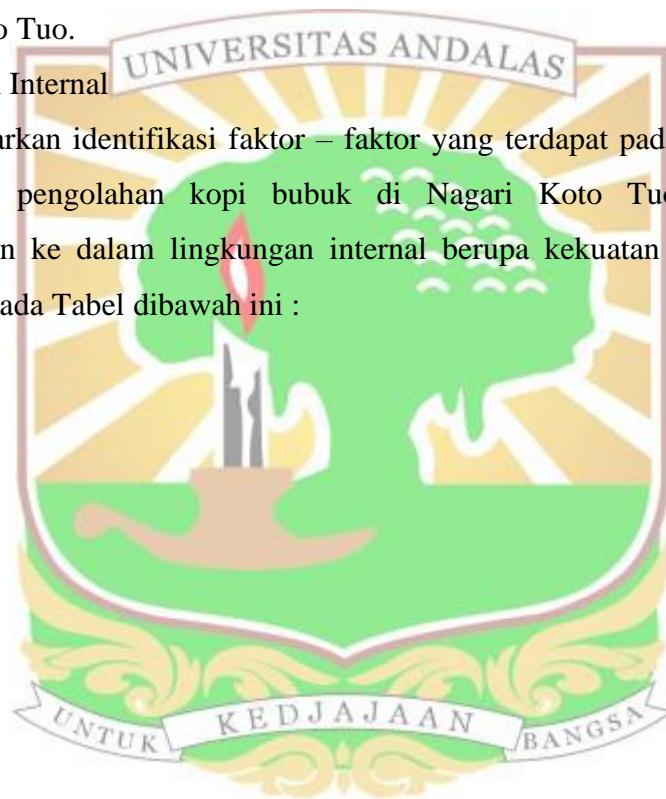
##### **2. Identifikasi faktor – faktor Internal dan Eksternal**

Identifikasi faktor internal dan eksternal dari usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo dilakukan untuk menjawab dari tujuan pengembangan yang akan dilakukan pada usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo dengan melihat Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan ancaman dari faktor – faktor lingkungan strategis. Kekuatan (*strengths*) merupakan suatu keunggulan yang dimiliki oleh usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, keunggulan tersebut dapat dilihat dari produk dan sumberdaya yang dimiliki sehingga dapat menjadikan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo lebih unggul

dibandingkan dengan pesaing. Kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan yang dihadapi oleh usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, baik dalam hal produk maupun sumberdaya yang ada sehingga menjadi penghalang berkembangnya usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo. Peluang (*opportunities*) merupakan berbagai situasi lingkungan yang mampu menunjang dan menguntungkan bagi usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo. Ancaman (*threats*) merupakan berbagai situasi yang dapat menghalangi berkembangnya usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo apabila tidak diatasi sehingga menjadi ancaman yang serius bagi usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo.

a. Lingkungan Internal

Bedasarkan identifikasi faktor – faktor yang terdapat pada aspek – aspek dalam usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, maka dapat dikelompokkan ke dalam lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :



Tabel 15. Ringkasan Faktor Strategis Lingkungan Internal Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo

No	Lingkungan Internal	Kekuatan	Kelemahan
1	Aspek Manajemen	1. Masyarakat Nagari Koto Tuo mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi.. 2. Usaha pengolahan kopi bubuk menjadi mata pencaharian utama masyarakat di Nagari Koto Tuo 3. Sudah memiliki izin usaha ( P-IRT)	1. Belum memiliki struktur organisasi yang terstruktur. 2. Bumrag tidak berperan sehingga Nagari Koto Tuo belum mempunyai lembaga penunjang yang mewadahi pengolah kopi bubuk .
2.	Aspek Pemasaran	4. Produk kopi bubuk di Nagari Koto Tuo tersedia dalam berbagai ukuran dan harga 5. Daerah pemasaran kopi bubuk di Nagari Koto Tuo sudah meluas ke wilayah Sumatera Barat 6. Saluran distribusinya pendek.	3. Produk kopi bubuk Nagari Koto Tuo pada umumnya masih dikemas dalam plastik yang sederhana. 4. Belum banyak melakukan kegiatan promosi melalui media sosial. 5. Belum mempunyai tenaga pemasaran 6. Nagari Koto Tuo mempunyai produk kopi bubuk dengan berbagai label.
3.	Aspek Keuangan	7. Menggunakan sumber modal keuangan sendiri.	7. Belum mempunyai pencatatan keuangan
4.	Aspek Produksi/Operasi	8. Menggunakan Bahan baku yang berasal dari biji kopi pilihan yang berkualitas. 9. Dalam proses penyangraian menggunakan bahan bakar dari kayu manis yang menimbulkan aroma khas. 10. Memiliki pemasok tetap. 11. Nagari Koto Tuo mempunyai mesin penggiling atau heler.	8. Nagari tidak mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, sehingga sebagian bahan baku dipasok dari luar daerah koto tuo. 9. Pengolahan biji kopi menggunakan peralatan yang masih sederhana.

b. Lingkungan Eskternal

Bedasarkan identifikasi faktor – faktor yang berpengaruh, maka dapat dikelompokkan ke dalam faktor – faktor lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman. Ringkasan faktor strategi lingkungan eksternal dari usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah :



Tabel 16. Ringkasan Faktor Strategis Lingkungan Eksternal Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo

No	Lingkungan Eksternal	Peluang	Ancaman
1.	Aspek Sosial, Budaya, dan Demografi	1. Letak Nagari Koto Tuo yang strategis 2. Cuaca dan iklim di Nagari Koto Tuo cocok untuk ditanami kopi.	1. Dengan tumbuhnya coffe shop saat ini menyebabkan berkurangnya orang mengamsumsi kopi bubuk tradisional.
2.	Aspek Lingkungan, Hukum dan Politik	3. Adanya kerjasama Nagari Koto Tuo dengan Dinas terkait.	
3.	Aspek Ekonomi		2. Inflasi menyebabkan kenaikan harga bahan baku.
4.	Aspek Teknologi		3. Adanya usaha sejenis yang sudah memiliki teknologi yang lebih maju.
5.	Aspek Pesaing		4. Terdapat banyak usaha kopi bubuk sejenis

### 3. Tahap Masukan : Analisis Matriks IFE dan EFE

Penilaian yang dilakukan untuk menganalisis matriks IFE dan EFE dilakukan dengan menggunakan pembobotan dan peratingan yang dilakukan oleh pakar yang telah ditentukan. Adapun pakar yang dipilih untuk memberikan nilai pada tahap pembobotan dan peratingan adalah: Wali Nagari Koto Tuo, Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dan Dosen Fakultas Tekhnologi Pertanian Unand.

Matriks IFE merupakan hasil identifikasi faktor-faktor internal pengembangan usaha pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo yang berupa kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan usaha pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo. Sedangkan matriks EFE merupakan hasil identifikasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo yang berupa peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo.

#### a. Analisis Matriks IFE ( *Internal Factor Evaluation* )

Proses pembobotan dan peringkat pada matriks IFE dilakukan oleh pakar yang telah ditentukan, faktor strategis internal yang diberikan bobot dan peringkat diseleksi oleh pakar dan hanya dipilih kekuatan mayor dan kelemahan mayor yang

akan diberikan bobot dan peringkat. Adapun hasil pembobotan dan peratingan pada matriks IFE oleh pakar dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Analisis Matriks IFE ( Internal Factor Evaluation ) Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Peringkat	Rata- Rata Tertimbang
<b>Kekuatan</b>				
1	Masyarakat Nagari Koto Tuo mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi.	0,05	4	0,20
2	Usaha pengolahan kopi bubuk menjadi mata pencaharian utama masyarakat di Nagari Koto Tuo	0,05	3	0,15
3	Sudah memiliki izin (P-IRT)	0,04	3	0,13
4	Produk kopi bubuk di Nagari Koto Tuo tersedia dalam berbagai ukuran dan harga	0,05	4	0,22
5	Daerah pemasaran kopi bubuk di Nagari Koto Tuo sudah meluas ke wilayah Sumatera Barat	0,05	4	0,20
6	Saluran distribusinya pendek.	0,04	3	0,13
7	Menggunakan sumber modal keuangan sendiri.	0,05	3	0,15
8	Menggunakan bahan baku yang berasal dari biji kopi pilihan yang berkualitas.	0,06	4	0,24
9	Dalam proses penyangraian menggunakan bahan bakar dari kayu manis yang menimbulkan aroma khas.	0,05	4	0,22
10	Memiliki pemasok tetap.	0,05	4	0,20
11	Nagari Koto Tuo mempunyai mesin penggiling atau heler.	0,05	4	0,20
<b>Jumlah</b>		0,55		2,03
<b>Kelemahan</b>				
1	Belum memiliki struktur organisasi yang terstruktur.	0,05	2	0,11
2	Bumnag tidak mempunyai peranan sehingga Nagari Koto Tuo belum mempunyai lembaga penunjang yang mawadahi pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo dalam pengembangan	0,05	2	0,10
3	Produk kopi bubuk Nagari Koto Tuo pada umumnya masih dikemas dalam plastik yang sederhana.	0,05	1	0,05
4	Belum banyak melakukan kegiatan promosi melalui media sosial.	0,05	1	0,05
5	Belum mempunyai tenaga pemasaran	0,04	2	0,09
6	Nagari Koto Tuo mempunyai produk kopi bubuk dengan berbagai label	0,04	2	0,09
7	Belum mempunyai pencatatan keuangan	0,04	2	0,09
8	Nagari tidak mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, sehingga sebagian bahan baku dipasok dari luar daerah Koto Tuo	0,05	1	0,05
9	Pengolahan biji kopi menggunakan peralatan yang masih sederhana.	0,05	1	0,05
<b>Jumlah</b>		0,45		0,68
<b>Total</b>		1,00		2,71

Bedasarkan Tabel 17 diatas, diperoleh hasil total nilai matriks IFE berada diatas 2,5, yaitu 2,71. Artinya Nagari Koto Tuo dalam pengembangan pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo memiliki posisi internal yang kuat karena mampu

menggunakan kekuatan yang ada untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki. Faktor yang bobot tertinggi dan rating yang tertinggi merupakan faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo. Menurut David (2009) total nilai rata-rata tertimbang berkisar 1,0 – 4,0 dengan rata – rata 2,5. Total rata – rata tertimbang dibawah 2,5 menggambarkan organisasi yang lemah secara internal, sementara total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat. Kekuatan utama usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah faktor – faktor kekuatan yang memiliki nilai 4,0 yaitu produk kopi bubuk di Nagari Koto Tuo tersedia dalam berbagai ukuran dan harga, daerah pemasaran kopi bubuk di Nagari Koto Tuo sudah meluas ke wilayah Sumatera Barat, menggunakan bahan baku yang berasal dari biji kopi pilihan yang berkualitas, dalam proses penyangraian menggunakan bahan bakar dari kayu manis yang menimbulkan aroma khas, memiliki pemasok tetap, Nagari Koto Tuo mempunyai mesin penggiling atau heler serta masyarakat Nagari Koto Tuo mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi dimana usaha Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo merupakan usaha turun – temurun sehingga pengolah usaha sudah berpengalaman. Sedangkan kelemahan utama dari usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, dimana faktor kelemahan memiliki nilai 1, yaitu Nagari tidak mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, sehingga sebagian bahan baku dipasok dari luar daerah Koto Tuo, produk kopi bubuk Nagari Koto Tuo pada umumnya masih dikemas dalam plastik yang sederhana, belum banyak melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, pengolahan biji kopi masih peralatan yang sederhana.

**b. Analisis Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)**

Proses pembobotan dan peringkat pada matriks EFE dilakukan oleh pakar yang telah ditentukan, faktor strategis eksternal yang diberikan bobot dan peringkat diseleksi oleh pakar. Adapun hasil pembobotan dan peratingan pada matriks IFE oleh pakar dapat dilihat pada Tabel 18

Tabel 18. Analisis Matriks EFE (External Factor Evaluation ) Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo

No	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Peringkat	Rata- Rata Tertimbang
<b>Peluang</b>				
1	Letak Nagari Koto Tuo yang strategis	0,18	4	0,73
2	Cuaca dan iklim di Nagari Koto Tuo cocok untuk ditanami kopi.	0,14	3	0,41
3	Adanya kerjasama Nagari Koto Tuo dengan Dinas terkait.	0,17	4	0,67
<b>Jumlah</b>		0,48	11	1,80
<b>Ancaman</b>				
1	Dengan tumbuhnya coffe shop saat ini menyebabkan berkurangnya orang mengamsumsi kopi bubuk tradisional.	0,08	2	0,15
2	Inflasi menyebabkan kenaikan harga bahan baku.	0,14	3	0,41
3	Adanya usaha sejenis yang sudah memiliki teknologi yang lebih maju.	0,14	4	0,55
4	Terdapat banyak usaha kopi bubuk sejenis	0,17	4	0,67
<b>Jumlah</b>		0,52		1,77
<b>Total</b>		1,00		3,58

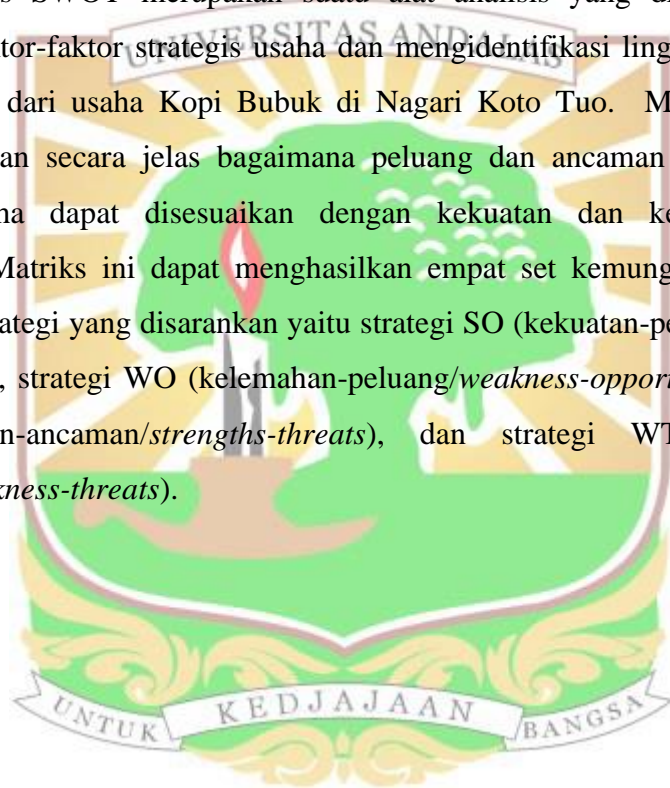
Bedasarkan tabel 18 diatas, diperoleh hasil total nilai matriks EFE sebesar 3,58. Artinya Nagari Koto Tuo dalam pengembangan pengolahan kopi bubuk merespon kuat terhadap peluang eksternal dan menghindari ancaman yang datang. Faktor yang memiliki nilai bobot dan peringkat yang tertinggi yaitu 4,0 menandakan bahwa faktor tersebut faktor penting dan respon yang baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam usahanya. Total nilai tertimbang 1,0 menunjukkan bahwa strategis usaha tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal usaha.

Peluang utama dari usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo yaitu memiliki nilai peringkat 4 yaitu letak nagari Koto Tuo yang strategis dan adanya kerjasama nagari Koto Tuo dengan dinas terkait. Sedangkan ancaman utama dari usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo yaitu adanya usaha sejenis yan sudah memiliki teknologi yang lebih maju dan terdapatnya banyak usaha kopi bubuk sejenis. Teknologi sangat penting untuk keberlangsungan kegiatan usaha. Teknologi yang maju akan dapat meningkatkan tingkat keefesienan baik dari segi biaya, waktu, dan jumlah pengolahan. Berdasarkan pengamatan di lapangan, bahwasanya usaha dalam mengolah kopi bubuk masih menggunakan alat sederhana

dan dilakukan secara manual dalam proses penyangraian (Lampiran 13). Semakin banyaknya tumbuh usaha kopi bubuk sejenis menyebabkan suatu ancaman bagi usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo sehingga faktor tersebut perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo. Salah satu yang menjadi pesaing utama dalam segi pasar yang sama dan kemasan yang berbeda yaitu kopi bubuk rangkiang dan kopi bubuk nilam brother yang berada di Kota Batu Sangkar.

#### **4. Tahap Pencocokan : Matriks SWOT ( Strengths – Weaknees Opportunities- Threats )**

Matriks SWOT merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis usaha dan mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal dari usaha Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usaha dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan strategis. Empat tipe strategi yang disarankan yaitu strategi SO (kekuatan-peluang/*strength-opportunities*), strategi WO (kelemahan-peluang/*weakness-opportunities*), strategi ST (kekuatan-ancaman/*strengths-threats*), dan strategi WT (kelemahan-ancaman/*weakness-threats*).



Tabel 19. Analisis Matriks SWOT pada Usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo

<p>Faktor – Faktor Internal</p> <p>Faktor – Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan ( Strength )</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Masyarakat Nagari Koto Tuo mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi.</li> <li>2. Usaha pengolahan kopi bubuk menjadi mata pencaharian utama masyarakat di Nagari Koto Tuo</li> <li>3. Sudah memiliki izin (P-IRT)</li> <li>4.Produk kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo tersedia dalam berbagai ukuran dan harga</li> <li>5. Daerah pemasaran kopi bubuk di Nagari Koto Tuo sudah meluas ke wilayah Sumatera Barat</li> <li>6. Saluran distribusinya pendek.</li> <li>7.Menggunakan sumber modal keuangan sendiri.</li> <li>8. Menggunakan bahan baku yang berasal dari biji kopi pilihan yang berkualitas.</li> <li>9. Dalam proses penyangraian menggunakan bahan bakar dari kayu manis yang menimbulkan aroma khas.</li> <li>10. Memiliki pemasok tetap</li> <li>11.Nagari Koto Tuo mempunyai mesin penggiling atau heler</li> </ol>	<p>Kelemahan ( Weaknees)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum memiliki struktur organisasi yang terstruktur.</li> <li>2. Bumrag tidak berperan sehingga Nagari Koto Tuo belum mempunyai lembaga penunjang yang mewadahi pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo dalam pengembangan</li> <li>3. Produk kopi bubuk Nagari Koto Tuo pada umumnya masih dikemas dalam plastik yang sederhana.</li> <li>4. Belum banyak melakukan kegiatan promosi melalui media social.</li> <li>5. Belum mempunyai tenaga pemasaran</li> <li>6. Nagari Koto Tuo mempunyai produk kopi bubuk dengan berbagai label</li> <li>7. Belum mempunyai pencatatan keuangan</li> <li>8. Nagari tidak mempunyai kemampuan Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, sehingga sebagian bahan baku dipasok dari luar daerah Koto Tuo.</li> <li>9.Pengolahan biji kopi menggunakan peralatan yang masih sederhana.</li> </ol>
<p>Peluang ( Opportunites)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Letak Nagari Koto Tuo yang strategis.</li> <li>2. Cuaca dan iklim di Nagari</li> </ol>	<p>Strategi S-O</p> <p>.Memfasilitasi dalam peningkatan produksi dan memperluas pasar yang suda ada (S1,S2,S4,S5,S6,S10,S11,O1,O3)</p>	<p>Strategi W-O</p> <p>.Memberdayakan lembaga penunjang dengan melakukan kerja sama dengan dinas terkait dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan</p>

<p>Koto Tuo cocok untuk ditanami kopi.</p> <p>3. Adanya kerjasama Nagari Koto Tuo dengan dinas terkait.</p>		<p>melakukan pengolahan dengan teknologi yang lebih maju. (W2,W8,W9,O2,O3)</p>
<p>Ancaman ( Threats)</p> <p>1. Dengan tumbuhnya coffe shop saat ini menyebabkan berkurangnya orang mengkomsumsi kopi bubuk tradisional.</p> <p>2. Inflasi menyebabkan kenaikan harga bahan baku.</p> <p>3. Adanya usaha sejenis yang sudah memiliki teknologi yang lebih maju.</p> <p>4. Terdapat banyak usaha kopi bubuk sejenis</p>	<p>Stratetgi S-T</p> <p>Meningkatkan keterampilan pengolah kopi dalam mengolah dan memproduksi kopi bubuk dengan menggunakan teknologi yang lebih modern. (S2,S5,S11,T1,T3,T4)</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>Memperluas pasar melalui kegiatan promosi untuk bisa bersaing. (W3,W4,W9,T1,T4)</p>



## 6. Tahap Keputusan : Analisis Matriks QSPM ( *Quantitative Strategic Planning Matrix* )

Setelah diperoleh strategi alternatif melalui tahap pencocokan yaitu menggunakan matriks SWOT maka, tahap akhir dalam analisis strategi adalah pemilihan strategi yang baik. Matriks QSPM ( *Quantitative Strategic Planning* ) adalah alat analisis terakhir yang digunakan dalam tahapan merumuskan strategi untuk pengambilan keputusan. Matriks ini bertujuan untuk memberikan prioritas strategi dan untuk menetapkan tingkat ketertarikan relatif dari variasi strategi-strategi yang telah dipilih, untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan dalam pengembangan usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo. Adapun strategi yang diperoleh dari matriks SWOT yang digunakan oleh peneliti dalam tahap pencocokan adalah :

- a. Strategi 1 : Memfasilitasi dalam peningkatan produksi dan memperluas pasar yang sudah ada.
- b. Strategi 2 : Memberdayakan lembaga penunjang dengan melakukan kerja sama dengan dinas terkait dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan melakukan pengolahan dengan teknologi yang lebih maju.
- c. Strategi 3 : Meningkatkan keterampilan pengolah kopi dalam mengolah dan memproduksi kopi bubuk dengan menggunakan teknologi yang lebih modern.
- d. Strategi 4 : Memperluas pasar melalui kegiatan promosi untuk bisa bersaing.

Teknik ini menggunakan input dari analisis tahap pemanduan untuk menentukan secara objektif diantara alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT pada tahap pencocokan. Nilai AS (*Attractive Score*) didapatkan dari nilai yang diberikan oleh pakar yang telah ditentukan yaitu Kepala Pengembangan bidang Perindustrian pada Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar. Nilai TAS (*Total Attractive Score*) didapatkan dari hasil perkalian antara nilai AS dengan bobot disetiap faktor kunci strategis. Kemudian dilanjutkan dengan STAS (*Sum Total Attractive Score*) dengan cara menjumlahkan seluruh nilai TAS dari faktor internal dan faktor eksternal kunci. Adapun hasil perhitungan matriks QSPM dapat dilihat pada lampiran 12. Adapun Hasil matriks QSPM dapat dilihat pada tabel 20 berikut dibawah ini.

Tabel 20. Matriks QSPM



Faktor Strategis	Bobot	Strategi I		Strategi II		Strategis III		Strategis IV	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Jumlah	1,00	56	2,69	67	3,2	56	2,67	59	2,8
Faktor Internal									
Jumlah	1,00	22	3,33	20	3	21	2,99	20	2,88
Faktor Eksternal									
<b>Total</b>		<b>78</b>	<b>6,02</b>	<b>87</b>	<b>6,2</b>	<b>77</b>	<b>5,66</b>	<b>79</b>	<b>5,68</b>

Berdasarkan tabel 20 diatas, diperoleh hasil nilai TAS pada masing – masing strategi yaitu :

- a. Strategi 1 : Memfasilitasi dalam peningkatan produksi dan memperluas pasar yang sudah ada. ( STAS = 6,02)
- b. Strategi 2 : Memberdayakan lembaga penunjang dengan melakukan kerja sama dengan dinas terkait dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan melakukan pengolahan dengan teknologi yang lebih maju. (STAS = 6,2)
- c. Strategi 3 : Meningkatkan keterampilan pengolah kopi dalam mengolah dan memproduksi kopi bubuk dengan menggunakan teknologi yang lebih modern. (STAS = 5,66)
- d. Strategi 4 : Memperluas pasar melalui kegiatan promosi untuk bisa bersaing. ( STAS = 5,68)

Berdasarkan analisis matriks QSPM maka strategi yang terbaik yang harus dilakukan oleh usaha pengembangan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah strategi kedua yang nilai TAS tertinggi yang berjumlah 6,2 artinya strategi ini merupakan strategi prioritas pertama yang dapat dilakukan dalam pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo yaitu dengan memberdayakan lembaga penunjang dengan melakukan kerja sama dengan dinas terkait dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan melakukan pengolahan dengan teknologi yang lebih maju. Agar strategi pengembangan ini dapat diimplementasikan dilakukan berbagai upaya yang mendukung strategi antara lain dengan adanya kerjasama Nagari Koto Tuo dengan Dinas terkait, diharapkan nanti dapat mensosialisasikan dan memfasilitasi dalam penanaman dan pengadaan bibit sehingga kebutuhan bahan baku dapat dipenuhi dari Nagari Koto Tuo sendiri. Mengingat Nagari Koto Tuo, memiliki cuaca dan iklimnya cocok untuk tanaman kopi. Melalui wadah ini juga dapat memfasilitasi pengadaan bahan baku sehingga harga dapat dikontrol. Di samping itu melalui kerjasama dengan dinas terkait dapat mensosialisasikan

penggunaan peralatan yang lebih maju dan tetap mempertahankan ciri khas kopi bubuk dari Nagari Koto Tuo. Strategi ini dilakukan untuk meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Dengan adanya teknologi yang lebih maju ( modern ) sehingga dapat meningkatkan tingkat keefesienan baik dari segi biaya, waktu, dan jumlah pengolahan serta kualitas produk kopi bubuk. Diharapkan dengan adanya kerjasama dan dukungan pemerintah dalam memberi pelatihan pengemasan kepada pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo agar kemasan produk kopi bubuk lebih baik. Selain itu diharapkan Nagari membentuk suatu lembaga penunjang untuk mewadahi tempat pemasaran produk – produk hasil dari usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo sehingga bisa membentuk pasar baru dengan satu label dari usaha bersama. Dengan adanya teknologi yang lebih maju dan adanya lembaga penunjang ini dapat mengembangkan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo.

Selanjutnya strategi prioritas kedua yang harus dilakukan untuk pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah memfasilitasi dalam peningkatan produksi dan memperluas pasar yang sudah ada dengan nilai TAS sebesar 6,02. Strategi ini perlu dilakukan untuk menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Dengan adanya mesin penggiling serta mayoritas penduduk masyarakat Nagari Koto Tuo mata pencahariannya adalah sebagai pengolah kopi bubuk dan usaha ini merupakan usaha yang sudah dilakukan secara turun – temurun dari generasi ke generasi yang memiliki pengalaman yang cukup lama. Produk dari kopi bubuk di Nagari Koto Tuo memiliki variasi ukuran dan harga sehingga bisa dikonsumsi oleh semua kalangan. Kerjasama Nagari Koto Tuo dengan dinas terkait akan dapat memfasilitasi dalam mewujudkan strategi ini.

Selanjutnya strategi prioritas ketiga yang harus dilakukan untuk pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah memperluas pasar melalui kegiatan promosi untuk bisa bersaing dengan nilai TAS sebesar 5,68. Strategi ini perlu dilakukan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Pasar ini perlu diperluas melalui lembaga penunjang sehingga produk pengolah kopi bubuk Nagari Koto Tuo tersebut semakin dikenal dan tersebar di seluruh wilayah baik itu dalam Provinsi Sumatera Barat maupun luar Provinsi Sumatera Barat. Dalam memperluas pasar, maka kegiatan yang

menunjang yaitu promosi diantaranya para pengolah kopi bubuk aktif dalam mempromosikan produk melalui media sosial seperti *facebook* dan *instagram* serta mengikuti bazar pada even tertentu.

Selanjutnya strategi prioritas terakhir yang harus dilakukan untuk pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah meningkatkan keterampilan pengolah kopi dalam mengolah dan memproduksi kopi bubuk dengan menggunakan teknologi yang lebih modern. Melalui dengan nilai TAS sebesar 5,66 Strategi ini perlu dilakukan untuk menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Keterampilan sangat penting dimiliki oleh seseorang dalam mengaplikasikan suatu kegiatan. Para pengolah perlu meningkatkan keterampilan untuk bisa mengolah dan memanfaatkan teknologi yang lebih modern dalam melakukan kegiatan pengolahan kopi bubuk yang lebih baik dengan hasil olahan yang lebih berkualitas. Peran Nagari Koto Tuo sangat diperlukan dalam memberikan pelatihan dan pembinaan agar pengolah kopi bubuk meningkatkan keterampilannya dengan teknologi tepat guna.



## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. KESIMPULAN**

Bedasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap usaha pengembangan pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Lingkungan strategis internal pada pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo adalah menggunakan bahan baku yang berasal dari biji kopi yang berkualitas, masyarakat Nagari Koto Tuo mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi yaitu usaha pengolahannya merupakan usaha turun - temurun. Selain itu, Di nagari Koto Tuo terdapat mesin penggiling. Kelemahan di Nagari Koto Tuo yaitu Nagari Koto Tuo belum mempunyai lembaga penunjang yang mewadahi usaha kopi bubuk dalam pengembangan. Tidak mempunyai kemampuan dalam memenuhi kebutuhan bahan baku sehingga sebagian masih dipasok dari luar daerah Koto Tuo. Pada lingkungan eksternal usaha pengembangan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo yaitu letak Nagari Koto Tuo yang strategis dan adanya kerjasama Nagari Koto Tuo dengan dinas terkait. Sedangkan yang menjadi ancaman pada usaha pengembangan kopi bubuk yaitu adanya usaha sejenis yang sudah memiliki teknologi yang lebih maju dan terdapat banyak usaha kopi bubuk sejenis.
2. Perumusan strategi yang dihasilkan pada analisis SWOT adalah sebagai berikut : 1) memfasilitasi dalam peningkatan produk dan memperluas pasar yang sudah ada 2) memberdayakan lembaga penunjang dengan melakukan kerja sama dengan dinas terkait dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan melakukan pengolahan dengan teknologi yang lebih maju, 3) meningkatkan keterampilan pengolah kopi dalam mengolah dan memproduksi kopi bubuk dengan menggunakan teknologi yang lebih modern, dan 4 ) memperluas pasar melalui kegiatan promosi untuk bisa bersaing. Sedangkan hasil analisis

QSPM, yang menjadi strategi prioritas yaitu strategi kedua yakni memberdayakan lembaga penunjang dengan melakukan kerja sama dengan dinas terkait dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan melakukan pengolahan dengan teknologi yang lebih maju dengan nilai TAS yaitu 6,2.

## **B. SARAN**

1. Membentuk suatu lembaga penunjang yang dapat memfasilitasi pengadaan bahan baku dan mengelola produk hasil olahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo untuk pengembangan usaha sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat Nagari Koto Tuo
2. Untuk pengembangan usaha kopi bubuk di Nagari Koto Tuo dibutuhkan suatu teknologi yang tepat guna dan modern sehingga dapat meningkatkan hasil dan kualitas dalam pengolahan kopi bubuk.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, Moni. 2017. *Sentra Industri Kopi Bubuk Di Nagari Koto Tuo Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar Tahun 1986-2016* [Skripsi]. Padang. Universitas Andalas
- Anggara, A. dan S. Marini. 2011. *Kopi: si hitam menguntungkan*. Yogyakarta. Cahaya Atma Pustaka.
- Angipora Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis (edisi revisi, 2010)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Prenada Media. Jakarta.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi : (Konsep)*. Edisi Ke-sepuluh. Terjemahan Prenhallindo. Jakarta
- David, F. R. 2009. *Manajemen Strategi (Konsep)*. Jakarta (ID): Salemba Empat
- Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia. (2009). *Roadmap Industri Pengolahan Kopi*. Departemen Perindustrian.
- Fadilah, Haris. 2012. *Pengembangan Usaha. Tersedia pada <http://harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/>*. Diakses pada tanggal 19 Agustus 2013.
- Griffin, Ricky W. Dan Ronald J. Ebert (2008). *Business, 8thn Edition, Pearson International Edition, New Jersey*, Prentice Hall.
- Global Agricultural Information Network [GAIN]. (2019). *Indonesia Coffee Annual Report. Jakarta (ID): USDA Foreign Agricultural Service*.
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif : Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM PRESS
- Hariance, Rika, Faidil Tanjung, dan Rudy. 2016. *Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta di Kabupaten Solok*. AGRISEP. Vol. 15 No. 1 Hal: 111 – 126.
- Hariyati, Y., Sofia, & Sumarno, J. 2013. *Pengembangan Agroindustri Pedesaan Berbasis Kopi Menuju Produk Specialty Kabupaten Jember. Laporan Hasil Penelitian Hibah Strategis Nasional*. Lembaga Penelitian Universitas Jember.
- Hunger, David K. dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- International Coffee Organization [ICO]. (2019). *Historical data total production by all exporting countries*. Retrieved August 27, 2019, from <http://www.ico.org/prices/po-production.pdf>.

- Jauch, Lawrence R dan Glueck, William F. 1988. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Terjemahan, Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Kurnia, Putri. 2018. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Meneng (Studi Kasus Usaha Restoran Bakmi Ja Di Kota Padang)*. Universitas Andalas. Padang
- Mustika , Meliana. 2016 *Analisis Hubungan Bauran pemasaran Pengolahan Kopi Istana Minang UD nan Sabana dengan Volume Pembelian Konsumen di kota Bukittinggi (skripsi) Padang Fakultas pertanian Universitas Andalas*
- Najiyati, S., & Danarti. (2012). *Kopi, Budidaya dan Penanganan Lepas Panen*. Penebar Swadaya.
- Novita, E., Suryaningrat, I. B., Adriyani, I., dan Widyotomo, S. 2012. *Analisis Keberlanjutan Kawasan Usaha Perkebunan Kopi (KUPK) Rakyat Di Desa Sidomulyo Kabupaten Jember*. Jurnal Agritech. Vol. 32(2).
- Purnomo .S. dan Zulkiflimasyah. 2007. *Manajemen Strategi* .Jakarta FE UI.
- Rahardjo, Pudji. 2012. *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Kopi Robusta*. Jakarta. Penebar Swadaya
- Ridwansyah. 2002. *Pengolahan Kopi*. 2nd ed. Medan: usulibrary. 12-15.
- Riduwan. 2004. *Metode Riset*. Rineka Cipta. Jakarta
- Rukmana. 2014. *Untung Selangit Dari Agribisnis Kopi*. Lily Publisher. Yogyakarta.
- Ruqo'ye. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Gramedia. Bandung.
- Soekartawi. 2003. *Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Cobb-Douglas*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. 250 hal
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alphabe. Bandung
- Tim Penulis PS, 2008. *Agribisnis Tanaman Perkebunan*. Penebar Swadaya. Jakarta. 75 hal
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta.
- Udayana, I Gusti Bagus. 2011. Peran Agroindustri Dalam Pembangunan Pertanian Edisi 44. Singhadwala:3-8.

## LAMPIRAN

**Lampiran 1** Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Kopi Robusta Menurut Kecamatan di Kabupaten Tanah Datar tahun 2018

No	Kecamatan	Kopi Robusta		
		Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Rata – Rata Produksi (Ton/Ha)
1.	X Koto	216,00	91,13	0,42
2.	Batipuh	160,50	61,92	0,39
3.	Batipuh Selatan	520,00	280,11	0,54
4.	Pariangan	11,50	4,11	0,36
5.	Rambatan	-	-	-
6.	Lima Kaum	5,00	2,10	0,42
7.	Tanjung Emas	21,50	9,82	0,46
8.	Padang Ganting	6,00	3,02	0,50
9.	Lintau Buo	26,50	9,28	0,35
10.	Lintau Buo Utara	153,00	51,25	0,32
11.	Sungayang	65,00	35,25	0,54
12.	Sungai Tarab	180,00	90,09	0,50
13.	Salimpauang	14,00	8,10	0,58
14.	Tanjung Baru	200,00	91,60	0,46
	Tanah Datar	1.579,00	737,76	0,47

Sumber : Data BPS Kabupaten Tanah Datar dalam Angka 2018





**Lampiran 2** UKM Pengolah Kopi di Sumatera Barat Tahun 2019

No	Lokasi	Jumlah (Unit)
1	Kota Padang	15
2	Kota Solok	15
3	Pasaman Barat	43
4	Kabupaten Pesisir Selatan	4
<b>5</b>	<b>Tanah Datar</b>	<b>213</b>
6	Solok Selatan	7
7	Kota Padang Panjang	10
8	Kabupaten Lima Puluh Kota	6
9	Kota Bukittinggi	72
10	Kabupaten Solok	34
11	Kabupaten Pasaman	15
12	Kota Payakumbuh	2
13	Kabupaten Agam	4
14	Padang Pariaman	7

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat 2019



**Lampiran 3. Merk Dagang Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar**

No	Nama Pemilik	Merk Dagang	Tahun Berdiri
1.	Asma	Asma	1958
2.	Rafia	Rangkiang Minang	1960
3.	Asmarni	Salam	1970
4.	Suardi	Rangkiang Minang	1972
5.	Yarni	Bunga Mawar	1974
6.	Risdianto	Minang nen	1975
7.		Minang Super	1975
8.	Syamsu Animar	Sari Tulen	1975
9.		Bintang Mas	1975
10.	Herawati	Pusako	1975
11.	Helda Juwita	Empat Saudara	1975
12.	Amrizal	Rangking Minang	1975
13.	Yulius	Roda Terbang	1975
14.		Minang	1975
15.	Halimah	Carano	1975
16.	Ismuyardi	Rangkiang	1977
17.	Syafri Wandi	Minang	1980
18.	Rosmi	Minang	1980
19.	Amril	Rangkiang Minang	1980
20.	Asniwati	Koto Tuo	1980
21.	Misril	UD Misril	1980
22.	Ranulis	Sendok Mas	1980
23.	Rosmaili	Rangkiang kaum	1980
24.	Adithyawardman	Rantau	1980
25.	Rustam	Sendok	1980
26.		Minang	1980
27.	Ratius	Rangkiang Super	1980
28.	Raminas	Family Saiyo	1981
29.	Yeni	Ranah Minang	1984
30.	Efrida	Rangkiang pgryg	1984
31.	Asmaliner	Bintang	1985
32.	Hj. Nurdiana	Mak Aji	1985
33.		Mak Cik	1985
34.	Elimasni	Minang	1985
35.	Zulfatni	Takana Juo	1985
36.	Aminuddin	Rasa Nikmat	1985
37.		Tango	1985
38.	Ramayani	Aladin	1985
39.	Anas	Anak Mas (AM)	1985
40.	Datuak Paduko Magek	Minang	1985
41.		Sendok	1985
42.	Yusmir	Rumah Minang	1986
43.	Zulhaimi	Lereng Merapi	1986
44.	Suarni	Bunda	1987
45.	Hafnizar	Ranah Minang	1988
46.	Rustam	G. Kopi Rustam	1988
47.	Muhayat	Putra Minang	1990
48.	Asril Uska	Mak Cik	1990
49.		Minang	1990
50.	Khairunas	Minang	1990
51.	Asril/ ida	Lereng Minang	1990

No	Nama Pemilik	Merk Dagang	Tahun Berdiri
52.	Maizal	CA2	1990
53.	Yustini	Bunda	1990
54.	Asmaniar	Dua putra	1990
55.	Rosmailis	Putri Minang	1990
56.	Yulfi Herman	Teko	1990
57.		Nikmat Sari	1990
58.		Istano Minang	1990
59.	Enti Suarni	Gemilang	1990
60.	Asben	Raja Wali	1991
61.	Rosmaini	Lima Saudara	1991
62.	Asmaipal	Minang Maimbau	1992
63.	Zulhaimi	Minang super	1993
64.	Asmar	Koto Tuo	1994
65.	Isnaini	Harum sari	1995
66.	Raminis	Ni Nen	1995
67.	Syafneli	Putri Minang	1995
68.	Alfi Doris	Sahabat Baru	1995
69.	Jamaldi	Putri Minang	1995
70.		Mak Aciek	1995
71.		Dua Sejoli	1995
72.	Yangsri	Mak Aciek	1996
73.		Harum sari	1996
74.		Bintang Super	1996
75.	Yelpi	Putra Minang	1996
76.		GMS	1996
77.	Ratna Yenti	Putri Minang	1997
78.	Masrizal	Dt.barobanso	1997
79.	Masril Efendi	Tiga Berlian	1997
80.		Mak Aciek	1997
81.	Jusmawati	Minang	1997
82.	Revizon	Putra Minang	1998
83.	Dt. Tan Basa	Takana Juo	1998
84.	Adrizal	Yona	1999
85.	Erni	Arif	1999
86.	Kasman	Serbuk Sari	1999
87.	Samsawir	Koto Tuo	2000
88.	Syafrizal	Koto tuo	2000
89.	Yusrita	Nike	2000
90.	Yunilda	Takana Juo	2000
91.	Yelmi	GMS	2000
92.	Erna Yeti	Selera Baru	2000
93.	Riska Wati	Anak Rantau	2000
94.	Syafi'i	Kuda Laut	2000
95.	Hendri	Sendok Mas	2000
96.	Desmaniar	Lambung Minang	2000
97.	Delfitra Yarnis	Lereng Merapi	2000
98.	Dt Malano Putih	Minang Jaya	2000
99.	Syamlimar	G. Kopi Syamlimar	2000
100.	Doni Putra	Lereng Merapi	2000
101.	Betri	Cangkir	2001
102.	Deded Yusnaidi	Lambung Minang	2001
103.	Syafnidar	Dt. Barobanso	2001
104.	Syahril	Rangkiang	2001
105.	Andra Debi	Dt. barobanso	2001

No	Nama Pemilik	Merk Dagang	Tahun Berdiri
106.	Deni desrita	Nike	2002
107.	Andis Asitas	Teko	2002
108.	Emon	Bundo kanduang	2004
109.	Riska Hayati	Rangkiang Minang	2004
110.	Elmi Yardi	Cangkir Mas	2005
111.	Devi Susanti	Rangking Denai	2005
112.	Novi Arman	Tango	2005
113.	Hery Helmes	Rangkiang Minang	2006
114.	Yedi Mesra	Rangkiang Family	2006
115.		Minang Saiyo	2006
116.	Anto	Timbangan	2006
117.	Nelyarti	Kuda Laut	2007
118.	Erni Gusnita	Teko	2007
119.	Rizki Almadi	Rangkiang	2008
120.	Alfit	Gemilang	2008
121.	Mega Andriani	Harum Sari	2008
122.	Engki Chandra	Lima Saudara	2008
123.	Dion Fernando	Minang sakato	2008
124.	Serbaini	Timbangan Pas	2008
125.		Ayam	2008
126.	Eka Patria	Rangkiang Minang	2008
127.	Candra Kirana	Minang saiyo	2009
128.	Syafrida	Koto Tuo	2009
129.	Budi Indra	Aladin	2009
130.	Afrianto	Koto Tuo	2009
131.	Dani	Koto tuo	2009
132.	Sesri Nefi	Bunda	2010
133.	Zul Efendi	Cangkir Mas	2010
134.	Syahrial	Aladin	2010
135.	Yarmis	Rangkiang Minang	2010
136.	Suryanti	Family Saiyo	2010
137.	Reci	Mak Angah	2010
138.		Family Saiyo	2010
139.	Gusti	Rangkiang Minang	2010
140.	Imel deswita	Salam	2010
141.	Ricki feriadi	Tig Berlian	2010
142.	Beni hidayat	Rangking Dade	2010
143.	Jasdi	Luak	2010
144.		Mak Antan	2010
145.		Minang super	2010
146.	Hamdi	Sari tulen	2010
147.		Bintang mas	2010
148.	Ernita	Koto tuo	2010
149.	Amrizal	Rangkiang family	2010
150.	Susni	Tiga putra	2011
151.	Yogi Sudarna	Minang jaya	2011
152.	Andris	Rangkiang	2011
153.	Alfiyandri	Sahabat baru	2011
154.		LSB	2011
155.	Tasman	Bubuk Kopi sari	2012
156.	Elvi Erizon	Rangkiang	2012
157.	Safri	Koto Tuo	2012
158.	H. Basri	Rangkiang Tuo	2012
159.	Feri Antoni	Rngkiang Bundo	2012

No	Nama Pemilik	Merk Dagang	Tahun Berdiri
160.		Super Nikmat	2012
161.	Emon	Bundo Kandung	2012
162.	Yumi Eldo	Rangkiang Minang	2013
163.	Rahma Fitri	Selera Baru	2013
164.	Syafri Wendi	Rangkiang duo	2013
165.	Zulbaili Zubir	Sari Lamak	2013
166.	Resnita	Bundo Kandung	2013
167.	Rona Suryanti	Rangkiang Minang	2014
168.	Fandi Rahmat	Tiga putra	2014
169.	Rice Yulius	Roda Terbang	2014
170.		Minang	2014
171.	Syahrul Ramadhan	Aladin	2014
172.	Muh Fadli	Bintang Mas	2014
173.	Faizul Husni	Mentari	2014
174.	Syahrial	G. Kopi Aisyah	2014
175.	Aswarni	G. Kopi Aswarni	2014
176.	Yuherman	Cangkir Mas	2014
177.	Kazi rengga	Bunga	2014

sumber: Kantor Wali Nagari Koto Tuo 2015



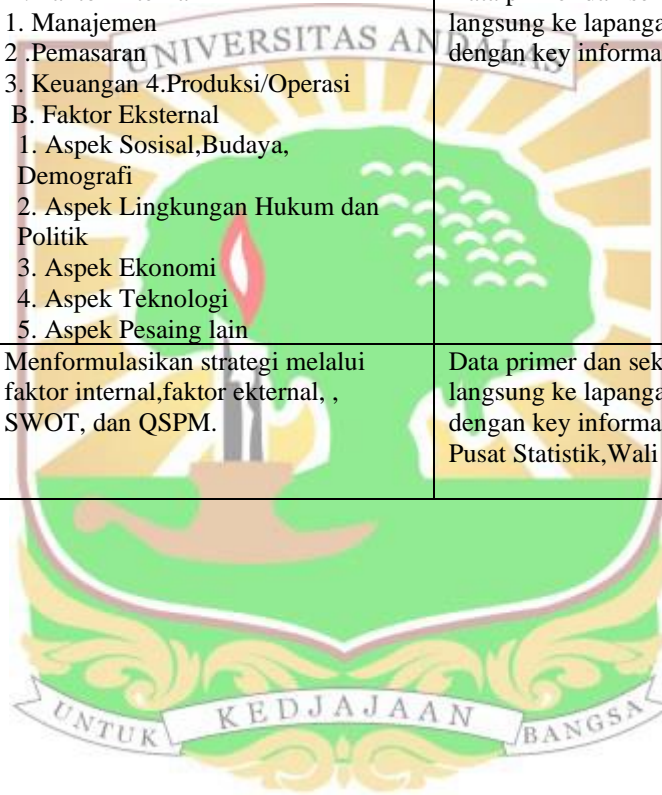
**Lampiran 4. Penggunaan Tenaga Kerja dan Bahan Baku pada Pengolahan Kopi  
Bubuk Nagari Koto Tuo**

<b>NO</b>	<b>Jumlah Tenaga Kerja(Orang)</b>	<b>Jumlah Bahan Baku (Kg)</b>
1	3	200
2	4	300
3	3	100
4	4	150
5	4	150
6	4	200
7	2	50
8	3	100
9	2	80
10	2	100
11	4	150
12	4	1200
13	4	300
14	3	200
15	2	300
16	3	400
17	2	100
18	5	1000
19	2	100
20	2	80
21	2	100
22	4	1000
23	3	200
24	2	200
25	4	300
26	3	200
27	3	300
28	2	150
29	2	80
30	2	200
31	2	100
32	2	100
33	5	2000
34	2	250
35	4	300
36	2	100

*Sumber* : Nadya Putri Noferly (2021) Analisis Nilai Tambah Agroindustri Kopi Bubuk Robusta di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar

## Lampiran 5. Matrix Data Set

No	Tujuan	Aspek yang diamati	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
1	Untuk menggambarkan faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar	A. Faktor Internal 1. Manajemen 2. Pemasaran 3. Keuangan 4. Produksi/Operasi B. Faktor Eksternal 1. Aspek Sosiasal, Budaya, Demografi 2. Aspek Lingkungan Hukum dan Politik 3. Aspek Ekonomi 4. Aspek Teknologi 5. Aspek Pesaing lain	Data primer dan sekunder : Melalui observasi langsung ke lapangan, wawancara dan diskusi dengan key informan dan sampel	Analisis Deskriptif Kualitatif
2	Untuk merumuskan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha pengolahan kopi bubuk di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar.	Menformulasikan strategi melalui faktor internal, faktor eksternal, , SWOT, dan QSPM.	Data primer dan sekunder : Melalui observasi langsung ke lapangan, wawancara dan diskusi dengan key informan dan sampel serta Badan Pusat Statistik, Wali Nagari Koto Tuo	Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT, QSPM



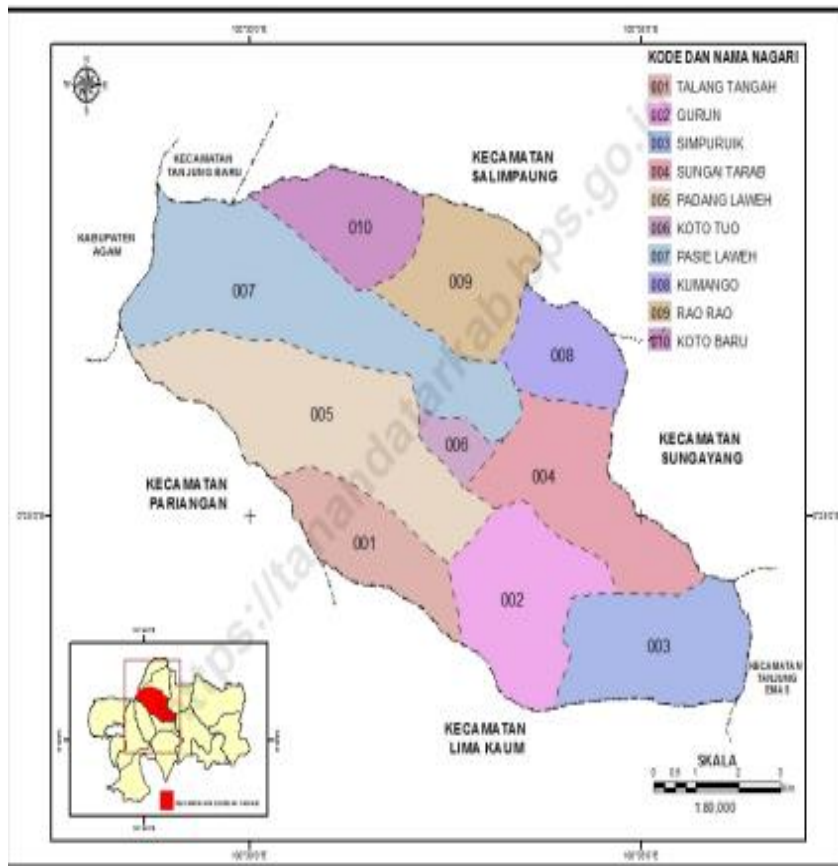
**Lampiran 6.** Identitas pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan	Nama Usaha	Tahun Berdiri
1.	Ranulis	50	L	SD	Sendok Mas	1980
2.	Dewi	43	P	SMP	Rangkiang Pagaruyuang	2010
3.	Ricki Feriadi	44	L	D-3	Tiga Berlian	1996
4.	Asma	82	P	SMP	Asma	1958
5.	Revizon	42	L	SMK	Putra Minang	1997
6.	Ernawati	47	P	SMP	Rangkiang Minang Etek Nati	1989
7.	Monica	24	P	S-1	Anak Kandung	2021
8.	Reci	51	P	SMP	Kopi Bubuk Mak Angah	2011
9.	Maizalfi	55	L	SMA	Rangkiang Mintuo	2010
10.	Suardi	45	L	SD	Rangkiang Minang	1972
11.	Alfi Doris	43	L	SD	Sahabat Baru	1995
12.	Helda Juwita	60	P	SMP	Empat Saudara	1997
13.	Raminas	60	P	SD	Family Saiyo	1981
14.	Yustini	73	P	SMP	Bunda	1985
15.	Hidayati	48	P	SMA	Cap Aladin	1990
16.	Dewi	47	P	SMP	Rangkiang Dade	2010
17.	Silvia	43	P	SMA	Tango	2000





**Lampiran 7 . Peta Wilayah Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar**



Sumber : BPS Tanah Datar dalam angka 2021



**Lampiran 8** Luas Perkebunan di Nagari Koto Tuo Tahun 2019

<b>Jenis Produksi</b>	<b>Luas (Ha)</b>
Kulit Manis	50
Kopi Robusta	7
Kakao	12

*Sumber : Database Wali Nagari Koto Tuo 2019*



**Lampiran 9.** Konsumsi Kopi Indonesia 2011-2016

Tahun	Jumlah Bungkus (60kg/Bungkus)
2011	3,7 juta
2012	3,9 juta
2013	4,2 juta
2014	4,3 juta
2015	4,5 juta
2016	4,6 juta

Sumber : International Coffee Organization (ICO) periode 2011-2016



**Lampiran 10.** Matriks IFE ( Internal Factor Evaluation ) dari Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo

No	Faktor Kekuatan	Bobot			Jumlah Bobot	Nilai Bobot	Peringkat	Rata-Rata Tertimbang
		P1	P2	P3				
1	Masyarakat Nagari Koto Tuo mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi.	4	3	3	10	0,05	4	0,20
2	Usaha pengolahan kopi bubuk menjadi mata pencaharian utama masyarakat di Nagari Koto Tuo	4	2	4	10	0,05	3	0,15
3	Sudah memiliki izin usaha ( P-IRT)	3	3	3	9	0,04	3	0,13
4	Produk Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo tersedia dalam berbagai ukuran dan harga	4	4	3	11	0,05	4	0,22
5	Daerah pemasaran kopi bubuk di Nagari Koto Tuo sudah meluas ke wilayah Sumatera Barat	4	3	3	10	0,05	4	0,20
6	Saluran distribusinya pendek.	3	3	3	9	0,04	3	0,13
7	Menggunakan sumber modal keuangan sendiri.	3	3	4	10	0,05	3	0,15
8	Menggunakan bahan baku yang berasal dari biji kopi pilihan yang berkualitas.	4	4	4	12	0,05	4	0,24
9	Dalam proses penyangraian menggunakan bahan bakar dari kayu manis yang menimbulkan aroma khas.	4	4	3	11	0,05	4	0,22
10	Memiliki pemasok tetap.	3	3	4	10	0,05	4	0,20
11	Nagari Koto Tuo mempunyai mesin penggiling atau heler.	4	3	3	10	0,05	4	0,20
	Jumlah	40	35	37	112	0,55		2,03
	Faktor Kelemahan							
1	Belum memiliki struktur organisasi yang terstruktur.	4	3	4	11	0,05	2	0,11
2	Bumnag tidak mempunyai peranan sehingga Nagari Koto Tuo belum mempunyai lembaga penunjang yang mewadahi pengolah kopi	4	3	3	10	0,05	2	0,10

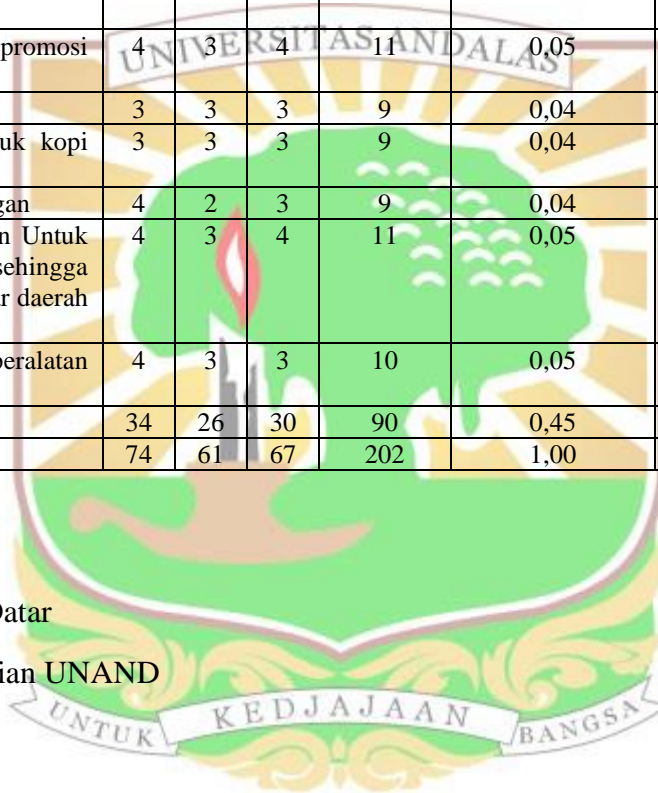
	bubuk di Nagari Koto Tuo dalam pengembangan							
3	Produk kopi bubuk Nagari Koto Tuo pada umumnya masih dikemas dalam plastik yang sederhana.	4	3	3	10	0,05	1	0,05
4	Belum banyak melakukan kegiatan promosi melalui media social.	4	3	4	11	0,05	1	0,05
5	Belum mempunyai tenaga pemasaran	3	3	3	9	0,04	2	0,09
6	Nagari Koto Tuo mempunyai produk kopi bubuk dengan berbagai label	3	3	3	9	0,04	2	0,09
7	Belum mempunyai pencatatan keuangan	4	2	3	9	0,04	2	0,09
8	Nagari tidak mempunyai kemampuan Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, sehingga sebagian bahan baku dipasok dari luar daerah Koto Tuo	4	3	4	11	0,05	1	0,05
9	Pengolahan biji kopi menggunakan peralatan yang masih sederhana	4	3	3	10	0,05	1	0,05
	Jumlah	34	26	30	90	0,45		0,68
	Total	74	61	67	202	1,00		2,71

**Keterangan :**

P1 : Wali Nagari Koto Tuo

P2 : Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

P3 : Dosen Jurusan Teknologi Hasil Pertanian UNAND



**Lampiran 11.** Matriks EFE ( External Factor Evaluation ) dari Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo

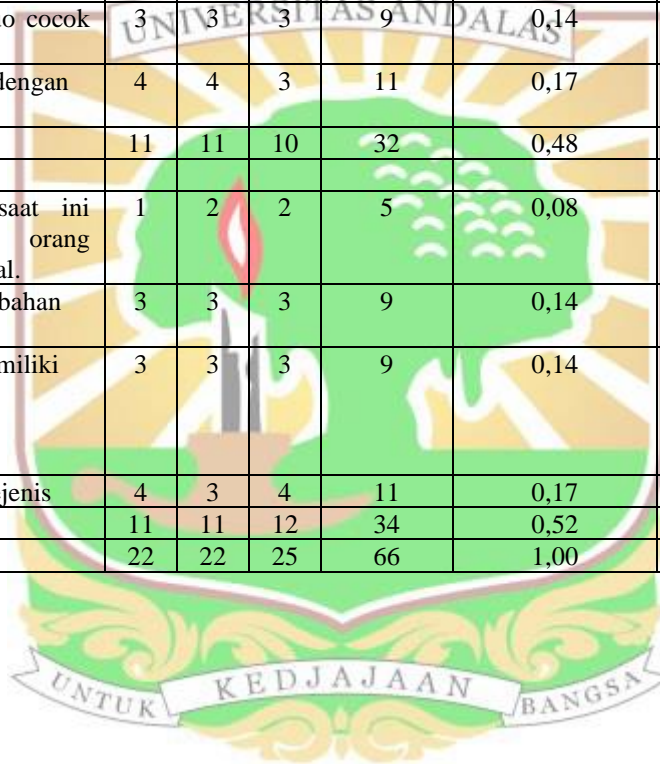
No	Faktor Peluang	Bobot			Jumlah Bobot	Nilai Bobot	Peringkat	Rata-Rata Tertimbang
		P1	P2	P3				
1	Letak Nagari Koto Tuo yang strategis	4	4	4	12	0,18	4	0,73
2	Cuaca dan iklim di Nagari Koto Tuo cocok untuk ditanami kopi.	3	3	3	9	0,14	3	0,41
3	Adanya kerjasama Nagari Koto Tuo dengan Dinas terkait.	4	4	3	11	0,17	4	0,67
	Jumlah	11	11	10	32	0,48	11	1,80
	Faktor Ancaman							
1	Dengan tumbuhnya coffe shop saat ini menyebabkan berkurangnya orang mengkomsumsi kopi bubuk tradisional.	1	2	2	5	0,08	2	0,15
2	Inflasi menyebabkan kenaikan harga bahan baku.	3	3	3	9	0,14	3	0,41
3	Adanya usaha sejenis yang sudah memiliki teknologi yang lebih maju.	3	3	3	9	0,14	4	0,55
4	Terdapat banyak usaha kopi bubuk sejenis	4	3	4	11	0,17	4	0,67
	Jumlah	11	11	12	34	0,52	19	1,77
	Total	22	22	25	66	1,00	30	3,58

**Keterangan :**

P1 : Wali Nagari Koto Tuo

P2 : Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

P3 : Dosen Jurusan Teknologi Hasil Pertanian UNAND



## Lampiran 12. Matriks QSPM

No	Faktor Strategis	Bobot	Strategi I		Strategi II		Strategis III		Strategis IV	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Kekuatan</b>										
1	Masyarakat Nagari Koto Tuo mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi.	0,05	4	0,2	3	0,15	4	0,15	2	0,1
2	Usaha Pengolahan kopi bubuk menjadi mata pencaharian utama masyarakat di Nagari Koto Tuo	0,05	4	0,2	3	0,15	4	0,2	2	0,1
3	Sudah memiliki izin usaha ( P-IRT)	0,04	3	0,12	2	0,08	2	0,08	2	0,08
4	Produk Kopi Bubuk di Nagari Koto Tuo tersedia dalam berbagai ukuran dan Harga	0,05	3	0,15	4	0,2	2	0,1	4	0,2
5	Daerah Pemasaran kopi bubuk di Nagari Koto Tuo sudah meluas ke wilayah Sumatera Barat	0,05	3	0,15	4	0,2	2	0,1	4	0,2
6	Saluran distribusinya pendek.	0,04	2	0,08	4	0,16	2	0,08	4	0,16
7	Menggunakan sumber modal keuangan sendiri.	0,05	2	0,1	2	0,1	2	0,1	2	0,1
8	Menggunakan bahan baku yang berasal dari biji kopi pilihan yang berkualitas.	0,05	3	0,15	4	0,2	3	0,15	3	0,15
9	Dalam proses penyangraian menggunakan bahan bakar dari kayu manis yang menimbulkan aroma khas.	0,05	4	0,2	4	0,2	4	0,2	4	0,1
10	Memiliki pemasok tetap.	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,1	2	0,1
11	Nagari Koto Tuo mempunyai mesin penggiling atau heler	0,05	4	0,2	4	0,2	4	0,2	2	0,1
<b>Kelemahan</b>										
1	Belum memiliki struktur organisasi yang terstruktur.	0,05	2	0,1	2	0,2	3	0,15	2	0,1
2	Bumnag tidak berperan sehingga Nagari Koto Tuo Belum mempunyai lembaga penunjang yang mewadahi pengolah kopi bubuk di Nagari Koto Tuo dalam pengembangan	0,05	3	0,15	4	0,2	2	0,1	4	0,2
3	Produk kopi bubuk Nagari Koto Tuo pada umumnya masih dikemas dalam plastik yang sederhana.	0,05	3	0,15	4	0,2	2	0,1	4	0,2
4	Belum banyak melakukan kegiatan promosi melalui	0,05	2	0,1	4	0,2	4	0,2	4	0,2

	media social.									
5	Belum mempunyai tenaga pemasaran	0,04	2	0,12	4	0,24	4	0,24	4	0,24
6	Nagari Koto Tuo mempunyai produk kopi bubuk dengan berbagai label	0,04	2	0,08	4	0,16	2	0,08	3	0,12
7	Belum mempunyai pencatatan keuangan	0,04	2	0,08	2	0,08	3	0,12	2	0,08
8	Nagari tidak mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, sehingga sebagian bahan baku dipasok dari luar daerah Koto Tuo.	0,05	2	0,1	3	0,15	2	0,1	3	0,15
9	Pengolahan biji kopi menggunakan peralatan yang masih sederhana.	0,05	3	0,15	4	0,2	4	0,2	2	0,1
	Jumlah Faktor Internal	1,00	56	2,69	67	3,2	56	2,67	59	2,8
Peluang										
1	Letak Nagari Koto Tuo yang strategis	0,18	4	0,72	2	0,36	2	0,36	2	0,36
2	Cuaca dan iklim di Nagari Koto Tuo cocok untuk ditanami kopi.	0,14	3	0,42	2	0,28	2	0,28	2	0,28
3	Adanya kerjasama Nagari Koto Tuo dengan Dinas terkait.	0,17	3	0,51	4	0,68	4	0,68	4	0,68
Ancaman										
1	Dengan tumbuhnya coffe shop saat ini menyebabkan berkurangnya orang mengamsumsi kopi bubuk tradisional.	0,08	2	0,16	2	0,16	4	0,32	4	0,32
2	Inflasi menyebabkan kenaikan harga bahan baku.	0,14	3	0,42	2	0,28	2	0,28	2	0,28
3	Adanya usaha sejenis yan sudah memiliki teknologi yang lebih maju.	0,14	3	0,42	4	0,56	4	0,56	2	0,28
4	Terdapat banyak usaha kopi bubuk sejenis	0,17	4	0,68	4	0,68	3	0,51	4	0,68
	Jumlah Faktor Eksternal	1	22	3,33	20	3	21	2,99	20	2,88
	Jumlah Faktor Internal	1	56	2,69	67	3,2	56	2,67	59	2,8
	Total		78	6,02	87	6,2	77	5,66	79	5,68



**Keterangan :**

Strategi 1 : Memfasilitasi dalam peningkatan produk dan memperluas pasar yang sudah ada

Strategi 2 : Memberdayakan lembaga penunjang dengan melakukan kerja sama dengan dinas terkait dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan melakukan pengolahan dengan teknologi yang lebih maju.

Strategi 3 : Meningkatkan keterampilan pengolah kopi dalam mengolah dan memproduksi kopi bubuk dengan menggunakan teknologi yang lebih modern

Strategi 4 : Memperluas pasar melalui kegiatan promosi untuk bisa bersaing.



Lampiran 13. Dokumentasi Penelitian

