

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi besar dalam produksi komoditi yang bersumber dari kekayaan alam. Termasuk sektor pertanian baik pangan maupun non pangan. Sebagai negara agraris, pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia dipengaruhi oleh sektor pertanian. Perkebunan merupakan salah satu subsektor pertanian yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Salah satu komoditas potensial yang berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia adalah kopi. Kopi menjadi komoditas yang potensial untuk dikembangkan karena terjadi peningkatan kebutuhan terhadap kopi di dalam negeri.

Berdasarkan data dari Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), jumlah konsumsi kopi Indonesia berkisar antara 100 ribu hingga 125 ribu ton per tahun atau sekitar 27% dari produksi normal kopi nasional yaitu 450 ribu ton. Konsumsi kopi pada masyarakat Indonesia per tahun adalah sekitar 600 gram yang lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang sekitar 200 juta jiwa. Berdasarkan data diatas bisa diketahui bahwa dimasa sekarang, konsumsi kopi telah berkembang cukup pesat di Indonesia.

Tabel 1.1

Jumlah konsumsi kopi masyarakat Indonesia tahun 2010-2016

No	Tahun	Jumlah Penduduk (jiwa)	Kebutuhan Kopi (Kilogram)	Konsumsi Kopi (Kg/Kapita/Tahun)
1	2010	23.000.000	190.000.000	0.80
2	2011	241.000.000	210.000.000	0.87
3	2012	245.000.000	230.000.000	0.94
4	2013**	249.000.00	250.000.000	1.00
5	2014**	253.000.000	260.000.000	1.03
6	2015**	257.000.000	280.000.000	1.09
7	2016**	260.000.000	300.000.000	1.15

Keterangan:

*Angka sementara

**Estimasi

Sumber: AEKI 2018

Meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia tidak terlepas dari budaya minum kopi yang berasal dari barat. Seiring berkembangnya zaman, budaya dan kebiasaan konsumsi kopi setiap harinya telah berubah menjadi gaya hidup tersendiri bagi sebagian orang (Maukar, 2013). Dahulu masyarakat terbiasa mengkonsumsi kopi hanya pada pagi dan malam hari, tapi budaya tersebut telah bergeser yang

mengakibatkan masyarakat biasa untuk minum kopi pada saat kapan saja. Hal tersebut yang telah mendorong menjamurnya bisnis *coffee shop* di Indonesia.

Semakin meningkatnya konsumsi kopi membuat bermunculan gerai kopi di berbagai kota, hal ini memperlihatkan bahwa bisnis ini cukup menjanjikan. Persaingan antara perusahaan membuat para pelaku melakukan berbagai cara untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Tren kopi ini juga menjamur hingga ke Bukittinggi. Sebenarnya Bukittinggi memiliki kopi lokal yang terkenal yaitu kopi bukit apit, kepopulerannya di buktikan dengan adanya lagu dari penyanyi kondang Elly Kasim yang berjudul “Randang Kopi”, Meski tidak sepenuhnya menceritakan tentang kopi bukit apit tapi di beberapa penggalan lirik lagunya menceritakan kebiasaan orang bukit apit yang *merandang* kopi, seperti dalam penggalan liriknya yaitu “*Rang Bukik Apik oi marandang kopi, tampak nan dari lereang pandakian, alah mamak oi di pandakian, ondeh kanduang oi*”.

Menurut penuturan tetua dan warga Bukittinggi, sebenarnya yang membuat kopi Bukit Apit menjadi populer di masanya dikarenakan kebiasaan orang Bukit Apit yang *merandang* kopi dalam jumlah cukup besar. Sehingga bau harum dari kopi tersebut menyebar ke seluruh kota.

Kendati demikian, kedai kopi modern yang menjamur di Bukittinggi saat ini tidak ada yang menggunakan kopi lokal sebagai bahan baku mereka.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti maka peneliti mengetahui bahwa banyak barista yang enggan menggunakan kopi lokal dikarenakan hasil *roasting* dari kopi lokal tersebut jelek. Ini dikarenakan kopi lokal bukit apit memiliki teknik *roasting* tersendiri yang masih tradisional yang menurut mereka tidak memenuhi standar mereka. Ini membuat mereka tidak berani menggunakannya dan lebih memilih kopi dari daerah lain yang teknik *roasting*nya sudah lebih modern menggunakan mesin.

Melihat hal ini, peneliti ingin mengetahui mengapa kopi lokal bukit apit tidak mendapat tempat dirumahnya sendiri.

B. Rumusan Masalah

Kebiasaan konsumsi kopi yang meningkat saat ini membuat banyak kedai kopi modern yang bermunculan di Bukittinggi. Banyaknya kedai kopi modern yang bermunculan ternyata tidak membawa dampak apapun bagi pengusaha kopi bukit apit dikarenakan para barista kedai kopi modern enggan dan tidak berani menggunakan kopi lokal karena dianggap memiliki kualitas *roasting* yang jelek.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan penulis diangkat pada penelitian ini adalah “ Mengapa kopi lokal Bukit Apit tidak mendapat tempat dirumahnya sendiri?”.

C. Tujuan Penelitian

- **Tujuan Umum**

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kenapa kopi Bukit Apit tidak mendapat tempat di kotanya sendiri.

- **Tujuan Khusus**

1. Mendeskripsikan bagaimana bentuk analisis rantai nilai dari kopi Bukit Apit.
2. Mendeskripsikan proses *marandang* kopi secara tradisional ala orang Bukit Apit.

D. Manfaat Penelitian

- **Aspek Akademik**

Konduusif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu yang berkaitan dengan disiplin ilmu sosial.

- **Aspek Praktik**

Sebagai masukan untuk peneliti lain, terkhusus bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut dan mendalam.

E. Tinjauan Pustaka

- **Konsep Rantai Nilai**

Istilah rantai nilai mengacu pada rangkaian aktivitas yang diperlukan untuk pengiriman produk (atau layanan) dari tahap konseptual, kemudian beberapa tahap



produksi, hingga pengiriman dan penghancuran konsumen akhir setelah digunakan. (Kaplinsky & Morris, 2001: 7)

Konsep rantai nilai merupakan konsep yang dikemukakan oleh Porter pada tahun 1985 (Dagmar Recklies, 2001) (O'Brian & Maracas, 2011) yang menganggap perusahaan sebagai rangkaian kegiatan atau jaringan dasar yang dapat memberikan nilai tambah pada produk atau jasanya. Kemudian meningkatkan nilai profit margin bagi perusahaan dan pelanggannya.

Menurut Pearce dan Robinson (2011: 145), definisi rantai nilai adalah “rantai nilai menggambarkan metode memperlakukan perusahaan sebagai rantai aktivitas yang mengubah input menjadi nilai bagi pelanggan”. (Rantai nilai memberikan konsep tentang bagaimana perusahaan memperlakukannya sebagai serangkaian aktivitas yang mengubah masukan (input) menjadi keluaran (output) yang berharga atau bernilai bagi pelanggan.

Rantai nilai juga terkait dengan kepuasan para pemangku kepentingan. Seperti yang ditunjukkan Walters dan Lancaster dalam jurnal mereka (2000: 162), “rantai nilai adalah sistem bisnis yang dapat menciptakan kepuasan pengguna akhir (yaitu nilai) dan tujuan mencapai tujuan pemangku kepentingan anggota lainnya.” (Rantai nilai adalah sistem bisnis yang menciptakan kepuasan bagi pengguna akhir).

Singkatnya, rantai nilai adalah proses pengangkutan produk dari input ke hilir, dan aktivitasnya dapat dipisah atau dibagi-bagi dan lebih efektif daripada pesaing lainnya.

- **Konsep Kopi Lokal**

Kopi adalah minuman yang berasal dari sejenis tanaman semak yang kemudian diambil lalu olah bijinya menjadi hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk yang diproduksi didaerah setempat.

(www.kompasiana.com)

- **Konsep Pengrajin**

Menekankan penciptaan keterampilan dan keahlian tenaga kerja. Produk yang dibuat dapat memenuhi permintaan, dan produk yang dibuat dapat memiliki nilai artistik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengrajin atau craftsmanship merupakan salah satu jenis energi dan kecakapan berpikir bagi manusia untuk menciptakan sesuatu yang berkualifikasi fungsional dan estetis.

Pengrajin mengacu pada orang yang terlibat dalam produksi kerajinan tangan, atau orang dengan keterampilan yang terkait dengan kerajinan tangan tertentu. Barang yang diproduksi biasanya tidak diproduksi dengan mesin, tetapi dengan tangan.. (www.hestanto.web.id)

- **Tinjauan Sosiologis**

Pada penelitian ini tentu harus dilengkapi dengan teori. Teori yang digunakan peneliti adalah teori Rantai Nilai yang dipopulerkan oleh Porter pada tahun 1985 (Dagmar Recklies, 2001) (O'Brien & Maracas, 2011) yang melihat bahwa

perusahaan sebagai suatu rangkaian atau jaringan aktivitas dasar yang menambah nilai bagi produk atau jasanya dan menambah margin nilai, untuk perusahaan maupun bagi pelanggannya. Analisis value chain memberikan gambaran bahwa aktivitas di dalam dan di sekitar organisasi dan menghubungkannya pada kekuatan persaingan perusahaan (Dagmar Recklies, 2001) (O'Brien & Maracas, 2011). Primary activities terdiri dari *inbound logistics, operations, outbound logistics, marketing and sales, and service*.

Semua kegiatan atau aktivitas ini saling terkait dengan kegiatan tambahan untuk meningkatkan efektivitas atau efisiensinya. Ada empat kegiatan pokok untuk kegiatan penunjang yaitu: pengadaan, pengembangan teknologi, pengelolaan sumber daya manusia, dan infrastruktur.

Menurut David (2011: 151), yang dimaksud rantai nilai adalah “analisis rantai nilai mengacu pada proses dimana perusahaan menentukan biaya yang terkait dengan kegiatan organisasi, mulai dari pembelian bahan baku hingga produk manufaktur, dan akhirnya membawa produk tersebut ke pasar”.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa apabila suatu produk berhasil meningkatkan produktivitasnya dan daya saing di tengah masyarakat, maka dengan sendirinya masyarakat menjadi akrab dengan kopi tersebut. Hal ini berkaitan sosio kultural masyarakat Bukittinggi dan agam umumnya yang menjadikan kopi sebagai minuman sehari-hari.

Selain itu, secara sosiologis kebiasaan minum kopi di warung kopi yang ada di daerah Bukittinggi dan Agam telah membentuk adanya interaksi sosial yang

diwariskan secara turun temurun menjadi kebudayaan. Hal ini dimungkinkan dapat terjadi apabila keberadaan kopi Bukit Apit tetap ada di tengah masyarakat.

Menurut hemat penulis kenapa masyarakat Bukittinggi saat ini lebih menyukai minum kopi di *coffee shop* dikarenakan mereka tidak hanya menjual kopi saja, tetapi mereka juga menjual kenyamanan tempat dan rasa gengsi. Hal ini memberikan dampak pengrajin kopi lokal menjadi tidak mendapat tempat di rumahnya sendiri.

Pendapat penulis diatas sesuai dengan Purcell, T, Griel S., Vangent, R (2012) yang menyatakan bahwa pada penelitian yang menggunakan rantai nilai sangat berhubungan dengan aspek sosial dan lingkungan. Perkembangan dari rantai nilai bisa mempengaruhi hubungan sosial dan norma tradisional. Seperti, terjadinya perubahan ditengah masyarakat yang disebabkan dari cara kerja pihak yang terlibat dalam rantai nilai.

Selain itu penulis menggunakan teori pendukung yaitu Teori Modal Sosial (Social Capital) yang dipopulerkan Francis Fukuyama. Modal sosial merupakan koneksi antar individu atau jaringan sosial yang saling mempercayai. Inti dari modal sosial adalah “*Trust*”, kepercayaan (2001: 1). Kepercayaan untuk tidak saling membohongi, dan tidak saling merugikan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan, semakin baik hubungan yang terjalin. Dalam bukunya yang berjudul “*Trust*”, Francis Fukuyama menjelaskan mengapa kepercayaan begitu penting, menurutnya kepercayaan tidak hanya memberikan kenyamanan bagi antar individu atau jaringan

sosial, tapi secara fundamental, juga mengurangi biaya-biaya transaksi yang tidak perlu.

Bayangkan jika tidak ada *trust* atau kepercayaan, setiap orang memerlukan kontrak dan perjanjian legal yang harus ditandatangani dalam setiap interaksi mereka. Selain sangat tidak efisien, proses ini juga akan memakan biaya. Kepercayaan dalam interaksi memungkinkan antar individu bekerja dan menjalani hidupnya tanpa harus was-was.

Masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan yang rendah, akan saling curiga dan gampang marah. Selain dari *trust*, unsur lain dari modal sosial adalah partisipasi dan interaksi antar masyarakat. Masyarakat yang saling menyapa, berkumpul, dan melakukan hal yang menjadi *concern* atau perhatian mereka, lebih baik dari masyarakat yang menyendiri. Modal sosial yang besar akan memberikan kontribusi yang baik dalam interaksi.

Modal sosial juga berperan penting dalam hubungan interpersonal. Tesoriero (2008: 35) meyakini bahwa modal sosial dapat digunakan sebagai modal perekat dalam hubungan interpersonal. Dari perspektif Tesoriero, modal sosial memandu orang untuk berbagi kekuatan (*sharing power*) berdasarkan nilai dan norma dalam kehidupan.

Putnam dalam Syahyuti (2008: 33) sedikit berbeda dengan diatas, berpendapat bahwa *social capital* atau modal sosial merupakan “*similar to the notions of physical and human capital, the term social capital refers to featur of social organization – such as network, norms and trust that increase a society’s productive potenstial*”.

Dengan definisi tersebut Putnam menyatakan bahwa kepercayaan (*trust*), jaringan (*network*), dan masyarakat madani (*civil society*) merupakan sesuatu yang lahir dari adanya modal sosial itu sendiri, dan bukan modal sosial itu sendiri.

Kemunculan dari modal sosial ini diperkuat dengan teori pertukaran oleh George C. Homans yang berpendapat bahwa, setiap orang memiliki tujuan, namun itu bukanlah tujuan yang umum. Berarti orang termotivasi melakukan pertukaran karena termotivasi oleh berbagai tujuan dan keinginan yang khas. George juga berpendapat bahwa dalam pertukaran, masing-masing pihak haruslah mendapatkan *reward* atau imbalan.

Imbalan yang sepadan dalam pertukaran memunculkan kepercayaan atau *trust* yang berfungsi sebagai perekat agar pertukaran terus terjalin. Sebaliknya, jika imbalan yang didapat tidak seimbang, maka pihak yang lain akan merasa dirugikan, dan hubungan yang terjalin akan segera berakhir.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa dalam melakukan jalinan kerjasama, terutama bisnis. Diperlukan kepercayaan di kedua pihak. Kepercayaan baru bisa muncul jika semua pihak yang terlibat merasa diuntungkan. Tanpa hal tersebut, maka tidak akan terjalin hubungan baik bisnis atau apapun itu. Walaupun terjalin, tidak akan lama, karena tanpa *trust* atau kepercayaan, maka semua pihak akan merasa curiga dan tidak tenang dalam menjalin hubungan.

- **Penelitian Relevan**

Topik yang membahas tentang rantai nilai pengrajin kopi Bukit Apit. Memang sudah ada ditemukan namun dengan tinjauan yang berbeda-beda. Ada beberapa penelitian relevan yang berkaitan dengan rantai nilai pengrajin kopi yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya yaitu, **pertama** penelitian yang telah dilakukan oleh **Amelia Setiawan, SE, MAk., AK., CISA** bersama **Ria Satyarini, SE., MSi (2015)** dengan judul “Identifikasi dan analisis value chain pada usaha kecil yang dikelola mahasiswa”. Penelitian ini lebih melihat tentang usaha-usaha kecil dan menengah dimana penelitian ini menyimpulkan beberapa kesimpulan diantaranya:

1. UKM telah menetapkan proses pergudangan dan mengulangi aktivitas ini. Namun, operasi ini belum terstandarisasi. Hal ini sangat umum terjadi karena UKM biasanya masih dikelola langsung oleh pemiliknya atau dibawah pengawasan langsung pemiliknya, oleh karena itu selalu beroperasi sesuai target pemiliknya. Inilah mengapa tidak diperlukan prosedur operasi pembukuan.
2. Tidak ada aktivitas UKM yang dipelajari yang dapat diklasifikasikan sebagai tahap unggulan dalam model kematangan. Fase kepemimpinan adalah fase dimana proses pengembangan dievaluasi secara berkala bekerja sama dengan pemasok dan pelanggan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa meskipun kerjasama pemasok dan pelanggan telah dilakukan, namun proses tersebut

belum selesai secara formal yang artinya tidak akan dievaluasi secara berkala untuk pengembangan.

3. Mengenai aktivitas pengendalian, perusahaan telah memiliki dokumentasi yang formal dan sesuai tentang operasinya. Namun untuk standar operasi, perusahaan sudah memilikinya meski belum dalam bentuk resmi. Jika dikaitkan dengan rantai nilai yang dibahas pada kegiatan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa pelaku UKM yang diteliti sudah berulang kali melakukan kegiatan usahanya, namun belum dilakukan dalam bentuk standar formal.

Penelitian yang **kedua** yang dilakukan oleh **Ulfa Fauziah dan Andri Ihwana** pada tahun 2015 yang berjudul “Analisa Rantai Nilai Distribusi di Kabupaten Garut”. Yang menyimpulkan model rantai nilai (value chain) yang digunakan untuk merancang nilai distribusi kopi serta nilai tambah yang ada pada rantai nilai tersebut. Untuk mengelola menjadi gabah dan *green bean* pengumpul mendapatkan bahan baku dari petani, diolah menjadi gabah atau *green bean* kemudian dipasarkan ke kafe, pedagang besar dan eksportir.

Pemelitian yang **ketiga** yang dilakukan oleh **Randy Pranata** bersama dengan **Maria Merry Marianti** pada tahun 2019 yang berjudul “Analisis Rantai Nilai Kopi untuk Meningkatkan Nilai Tambah pada Petani di Indonesia”. Menyimpulkan strategi untuk meningkatkan nilai komoditas di pasar Internasional sekaligus menjadi upaya pengentasan kemiskinan para petani antara lain:

1. Peningkatan produk
2. Peningkatan proses
3. Peningkatan fungsional

F. Metodologi Penelitian

- **Pendekatan dan Tipe Penelitian**

Pada Penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 1989:3) metode kualitatif diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis dan lisan dari orang-orang yang diteliti serta perilaku yang diamati dan bertujuan untuk menyumbang pengetahuan secara mendalam mengenai objek penelitian.

Tipe penelitian deskriptif dipilih karena, menurut Bogdan dan Taylor (Moloeng, 2011 : 4) tipe penelitian ini berupaya memberikan gambaran kejadian atau fenomena yang terjadi di lapangan, serta data yang dihasilkan berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Alasan peneliti memilih penelitian kualitatif dan tipe deskriptif adalah untuk mendeskripsikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan hubungannya dengan fenomena. Juga untuk mendeskripsikan secara keseluruhan data yang didapat di lapangan.

- **Informan Penelitian**

Menurut Spardley (1997:25-37), informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi yang baik tentang dirinya atau orang lain ataupun kejadian

kepada peneliti. Penulis menggunakan teknik pemilihan informan dengan teknik purposive yang mempertimbangkan azas kejenuhan data yaitu dengan cara apabila sudah terdapat jawaban yang sama setiap informan, maka penambahan jumlah sampel dihentikan maksudnya adalah penulis menentukan sendiri informan peneliti berdasarkan atas kriteria dan pertimbangan tertentu yang diambil sesuai dengan tujuan penelitian (Singarimbun, 1992:112).

- **Data yang diambil**

Lofland dan Lofland (Moeloeng, 2004:112), mengatakan sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya hanyalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai merupakan data utama yang nantinya akan dicatat melalui catatan tertulis atau melalui rekaman video atau audio dan pengambilan foto. Dalam penelitian ini, data didapat dari dua sumber, yaitu :

1. Data primer

Data primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang akan diperoleh berupa informasi-informasi dari informan seperti hasil wawancara yang dilakukan dalam penelitian. Data yang akan diperoleh berupa informasi-informasi dari informan mengenai analisis rantai nilai kopi Bukit Apit.

2. Data sekunder

Data sekunder, yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder juga diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu mempelajari bahan-bahan tertulis, buku, skripsi, jurnal, foto-foto dan bahan statistik yang mempunyai relevansi dengan permasalahan penelitian. Adapun data sekunder yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah bentuk pengemasan dari berbagai pengusaha kopi Bukit Apit.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam dan pengumpulan dokumen.

1. Wawancara mendalam

Wawancara merupakan pertemuan langsung antara informan dengan peneliti. Wawancara mendalam (*indepth interview*) adalah sebuah wawancara tidak berstruktur antara pewawancara dengan informan yang dilakukan berulang-ulang kali. Dengan berinteraksi dan menggali secara mendalam dapat menjelaskan fakta-fakta yang terdapat pada proses penelitian. Wawancara ini melibatkan seluruh informan, baik itu informan pengamat dan informan pelaku. Data yang diperoleh dari wawancara penelitian ini terdiri dari kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuan yang berhubungan dengan fokus penelitian.

2. Observasi

Teknik observasi adalah pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti dengan menggunakan panca indra. Dengan observasi kita dapat melihat, mendengar,

dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi. Dengan observasi bertujuan untuk mendapatkan data yang dapat menjelaskan atau menjawab permasalahan penelitian.

Data observasi berupa data faktual, cermat dan terperinci tentang keadaan lapangan, observasi yang digunakan adalah *participant as observer* yaitu penelitian memberitahu maksud dan tujuan pada kelompok yang diteliti (Ritzer, 1992:74). Teknik observasi adalah teknik yang digunakan untuk memperoleh data lapangan dengan cara langsung kelokasi penelitian. Dengan observasi penelitian dapat melihat, mengetahui bagaimana pengolahan kopi di Bukit Apit.

• Unit Analisis

Unit analisis dalam suatu penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan kata lain objek yang diteliti ditentukan dengan kriteria yang disesuaikan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Dari unit analisis itulah data diperoleh, dalam aturan kepada siapa atau apa, tentang apa, proses pengumpulan data diarahkan. Unit analisis ini berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau menentukan kriteria dari objek yang diteliti dari permasalahan dan tujuan penelitian.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengrajin kopi Bukit Apit yang masih aktif.

• Analisis Data

Analisis data adalah aktivitas yang terus menerus dalam melakukan penelitian. Analisis data merupakan pengujian sistematis terhadap data untuk

menentukan bagian-bagiannya, hubungan diantara bagian-bagian, serta hubungan bagian-bagian itu dengan keseluruhnya dengan cara mengkategorikan data dan mencari hubungan antara kategori (Spardley, 1997:117-119).

Analisis adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif yang lebih ditekankan pada interpretatif kualitatif. Data yang didapat dilapangan, baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder dicatat dengan catatan lapangan (field Note).

Pencatatan dilaksanakan setelah kembali dari lapangan, dengan mengacu pada persoalan yang berhubungan dengan penelitian. Setelah semua data terkumpul, kemudian dianalisis dengan menelaah seluruh data yang diperoleh baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder yang dimulai dari awal penelitian sampai akhir penelitian. Supaya data informasi yang diperoleh lebih akurat dan komprehensif, analisis data ini menggunakan teknik tringulasi (chek and recheck). Artinya pertanyaan yang diajukan merupakan pemeriksaan kembali atas kebenaran jawaban yang didapat informan, ditambah berbagai pertanyaan yang bersifat melengkapi. Teknik tringulasi dilakukan dengan mencari informasi pada sumber lain.

• Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Bukit Apit Puhun, Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi Provinsi Sumatera Barat. Dikarenakan pengrajin kopi mayoritas beralamat dan memproduksi produk mereka di Bukit Apit. Aktivitas *marandang* kopi mayoritas dan hanya ada di Bukit Apit.

• Definisi Konsep

1. Konsep Rantai Nilai

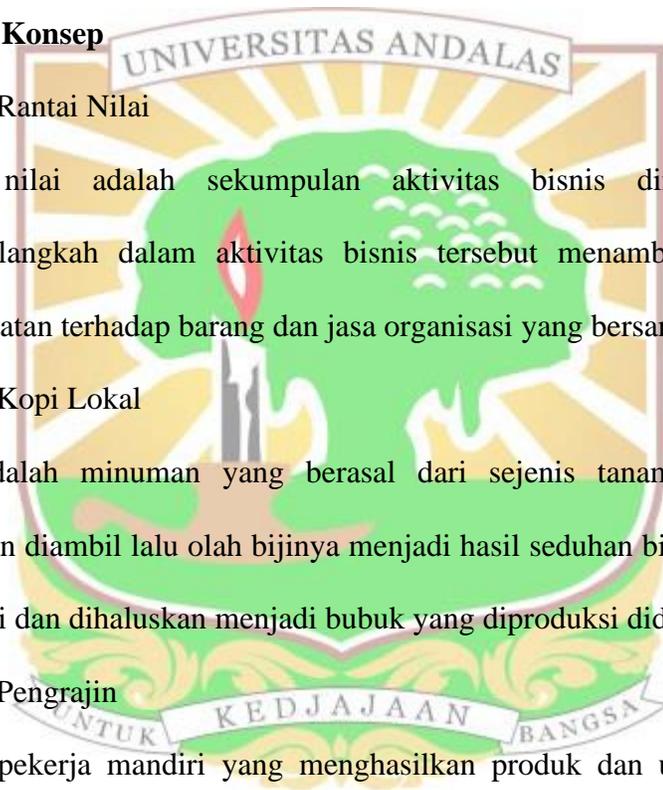
Rantai nilai adalah sekumpulan aktivitas bisnis dimana di setiap tahapan/langkah dalam aktivitas bisnis tersebut menambahkan nilai atau kemanfaatan terhadap barang dan jasa organisasi yang bersangkutan.

2. Konsep Kopi Lokal

Kopi adalah minuman yang berasal dari sejenis tanaman semak yang kemudian diambil lalu olah bijinya menjadi hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk yang diproduksi didaerah setempat.

3. Konsep Pengrajin

Adalah pekerja mandiri yang menghasilkan produk dan umumnya produk tersebut dibuat tanpa meggunakan mesin. Pengrajin atau artisan adalah pekerja terampil yang menghasilkan atau membuat barang dengan tangan.



• **Rancangan Jadwal Penelitian**

Jadwal penelitian ini dibuat sebagai pedoman dalam pelaksanaan untuk mencapai tujuan dari penelitian. Adapun rancangan jadwal penelitian sebagai pedoman pelaksanaan dalam menulis karya ilmiah (skripsi) sesuai dengan tabel di bawah ini:



Tabel 1.2

Rancangan Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	2020					
	Jun	Jul	Augt	Sept	Okt	Nov
Survei Awal						
Bimbingan Proposal						
Seminar Proposal						
Turun Lapangan						
Bimbingan Skripsi						
Ujian Skripsi						