

NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGOLAHAN KOPI ARABIKA

Siti Fatimah Erniasari¹, Siswanto Imam Santoso¹ dan Mukson¹
Fakultas Peternakan dan Pertanian,
Universitas Diponegoro, Semarang, Jawa Tengah
Email korespondensi: sitifatimaherniasari@gmail.com
Telepon/HP: 083146424468

ABSTRAK

Abstrak

Kata Kunci:
kopi arabika;
pengolahan kopi;
strategi
pengembangan

Pengolahan kopi arabika dapat meningkatkan nilai jual produk, namun dalam pelaksanaannya mengalami kendala. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis besarnya nilai tambah pengolahan kopi arabika, (2) menganalisis strategi pengembangan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2019 – Februari 2020 di enam usaha pengolahan kopi arabika Desa Tlahab. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus. Responden berjumlah 12 orang. Metode analisa data menggunakan metode Hayami, matriks IFAS, matriks EFAS dan matriks SWOT. Hasil analisis nilai tambah menunjukkan rata-rata nilai tambah kopi *green bean* sebesar Rp 3.425,44 dan kopi bubuk sebesar Rp 16.916,05. Rata-rata rasio nilai tambah kopi *green bean* sebesar 26,45% yang berarti memiliki nilai tambah sedang. Rata-rata rasio nilai tambah kopi bubuk sebesar 54,94% yang berarti memiliki nilai tambah tinggi. Analisis matriks IFAS dan EFAS menghasilkan enam faktor kekuatan, lima faktor kelemahan, lima faktor peluang dan tiga faktor ancaman. Berdasarkan diagram SWOT diketahui bahwa usaha pengolahan kopi arabika berada pada kuadran I yang memiliki arti bahwa strategi yang dapat diterapkan yaitu menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Tiga strategi yang dapat di terapkan untuk mengembangkan usaha yaitu mengembangkan sumberdaya yang dimiliki, meningkatkan kerjasama antara stakeholder dan pemilik usaha, mengembangkan manajemen pemasaran.

**VALUE ADDED AND DEVELOPMENT STRATEGY OF ARABICA COFFEE
PROCESSING BUSINESS**

ABSTRACT

Abstract

Keywords:

Arabica coffee; coffee processing; development strategy

Arabica coffee processing can increase the selling value of the product, but in practice there are obstacles. The purpose of this study were (1) to analyze the amount of added value, (2) to analyze development strategy. The study was conducted in December 2019 - February 2020 in six Arabica coffee processing businesses in Tlahab Village. Research used the case study method. Respondents numbered 12 people. The data analysis method used the Hayami method and SWOT analysis. The results showed the average value added of green bean coffee is Rp 3,425.44 and coffee powder is Rp 16,916.05. The average value added ratio of green bean coffee iwa categorized medium. The average value added ratio of coffee powder was categorized high. IFAS and EFAS matrix analysis produces 19 factors. Based on the SWOT diagram it is known that the business is in quadrant I which means that the strategy that can be applied is to use strength and take advantage of existing opportunities. There are three strategies that can be applied to develop a business, namely developing available resources, increasing cooperation between stakeholders and business owners, developing marketing management.

PENDAHULUAN

Kopi merupakan tanaman perkebunan yang banyak dikembangkan di Indonesia. Produksi kopi di Jawa Tengah pada tahun 2018 sebesar 20.399,66 ton (Statistik, 2019). Sedangkan produksi kopi di Jawa Timur dan Jawa Barat pada tahun 2018 sebesar 66.661 ton dan 8.515 ton (Statistik, 2019). Berdasarkan data tersebut Jawa tengah berada diatas Jawa Barat dan dibawah Jawa Timur yang menunjukkan bahwa agroindustri kopi di Jawa Tengah berpotensi untuk dikembangkan.

Kopi merupakan komoditas unggulan di Kabupaten Temanggung disamping tanaman tembakau. Kopi yang dibudidayakan ada dua jenis yaitu kopi robusta dan kopi arabika. Kopi robusta dan arabika dapat dibedakan dari segi ukuran biji, bentuk dan cita rasa. Kopi arabika

memiliki kandungan asam dan kafein yang lebih rendah dari kopi robusta (Rahardjo, 2017). Kopi arabika hanya mampu tumbuh di daerah dataran tinggi dengan ketinggian diatas 1250 – 1850 mdpl (Alam, 2007). Sedangkan kopi robusta mampu tumbuh di dataran rendah dibawah 1000 mdpl.

Kecamatan Kledung merupakan daerah penghasil kopi arabika terbesar dengan jumlah produksi kopi pada tahun 2017 sebesar 219,69 ton (Statistik, 2018). Jumlah produksi yang besar mendorong munculnya usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab, Kecamatan Kledung. Usaha pengolahan kopi tersebut bergerak dalam bidang pengolahan kopi gelondong merah menjadi kopi ose (*green bean*) dan kopi bubuk. Proses pengolahan kopi ini menunjukkan adanya peningkatan nilai tambah. Nilai tambah adalah selisih antara nilai produk jadi dengan bahan baku. (Hayami *et al.*, 1987). Analisis nilai tambah diperlukan untuk menghitung besaran nilai tambah dari proses pengolahan kopi. Berjalannya waktu muncul usaha-usaha pengolahan kopi arabika serupa sehingga perlu adanya strategi pengembangan usaha. Strategi merupakan kegiatan pengalokasian sumberdaya untuk mencapai tujuan. Analisis strategi pengembangan mencakup analisis lingkungan internal dan eksternal usaha yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan di Provinsi Jawa Timur diperoleh hasil bahwa nilai tambah kopi arabika bubuk lebih besar dibandingkan kopi gelondong (Hariyati & Rahayu, 2014). Lebih lanjut pada penelitian di Provinsi Bali yang diperoleh hasil yaitu nilai tambah kopi arabika bubuk lebih besar dibandingkan dengan kopi *green bean* (Dewi *et al.*, 2015). Begitu pula pada penelitian di Provinsi Aceh bahwa nilai tambah kopi arabika bubuk specialty lebih besar dibanding bentuk kopi lainnya. (Tambarta, 2017).

Keterbaruan dari penelitian ini adalah menganalisis besarnya nilai tambah kopi arabika yang diolah secara *full wash* dan strategi pengembangan pengolahan kopi arabika pada ruang lingkup *home industry*. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menganalisis besarnya nilai tambah pengolahan kopi arabika, (2) menganalisis strategi pengembangan.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Tlahab, Kecamatan Kledung, Kabupaten Temanggung yang dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Tlahab merupakan penghasil kopi arabika dan terdapat paling banyak usaha pengolahan kopi di Kecamatan Kledung. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember

2019 – Februari 2020. Populasi pada penelitian ini terdiri dari 6 orang pemilik usaha pengolahan kopi arabika yang dijadikan responden untuk analisis nilai tambah. Sampel untuk analisis strategi pengembangan berjumlah 6 orang *key person* yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa responden yang ahli dibidang pengolahan kopi arabika. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung proses pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab. Wawancara dilakukan melalui tanya jawab langsung dengan pemilik usaha, pemasar, pengepul, penyuluh, kepala desa serta ketua dinas terkait dengan menggunakan alat bantu berupa kuesioner. Metode analisis yang digunakan yaitu :

1. Analisis tujuan satu menggunakan metode hayami untuk mengetahui besaran nilai tambah.

Perhitungan nilai tambah menggunakan metode Hayami ditunjukkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

| Variabel | Satuan | Notasi |
|---|--------------------------|------------------------|
| Output, input dan harga | | |
| Output produk total | kg/proses produksi | A |
| Input bahan baku | kg/proses produksi | B |
| Input tenaga kerja | HOK/proses produksi | C |
| Faktor konversi | Kg output/ kg bahan baku | $D = a/b$ |
| Koefisien tenaga kerja | HOK/ kg bahan baku | $E = c/b$ |
| Harga output | Rp/kg | F |
| Upah rata-rata tenaga kerja | Rp/proses produksi | G |
| Pendapatan dan keuntungan | | |
| Harga input bahan baku | Rp/kg | H |
| Sumbangan input lain | RP/kg | I |
| Nilai output | Rp/kg | $J = d \times f$ |
| Nilai tambah | Rp/kg | $K = j - h - i$ |
| Rasio nilai tambah | % | $L = k/j \times 100\%$ |
| Pendapatan tenaga kerja | Rp/kg | $M = e \times g$ |
| Bagian tenaga kerja | % | $N = m/k \times 100\%$ |
| Keuntungan | Rp/kg | $O = k - m$ |
| Bagian keuntungan | % | $P = o/j \times 100\%$ |
| Balas jasa untuk faktor produksi | | |
| Marjin | Rp/kg | $Q = j - h$ |
| a. Pendapatan tenaga | % | $R = m/q \times$ |

| | | |
|-------------------------|---|------------------------|
| kerja | | 100% |
| b. Sumbangan input lain | % | $S = i/q \times 100\%$ |
| c. Keuntungan | % | $T = o/q \times 100\%$ |

Sumber: (Hayami *et al.*, 1987)

2. Analisis tujuan dua menggunakan matriks IFAS dan matriks EFAS untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal serta matriks SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai Tambah

Usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab menghasilkan produk dalam bentuk kopi *green bean* dan kopi bubuk. Proses pengolahan kopi tersebut menghasilkan nilai tambah yang dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 2. Nilai Tambah Kopi Arabika *Green Bean* di Usaha Pengolahan Kopi Desa Tlahab pada Tahun 2019

| No | Nilai Tambah ---Rp/kg--- | Rasio Nilai Tambah ---%--- |
|-----------|-----------------------------|-------------------------------|
| 1 | 4.062,86 | 29,94 |
| 2 | 4.786,40 | 37,23 |
| 3 | 2.304,65 | 18,44 |
| 4 | 2.625,31 | 20,42 |
| 5 | 3.642,41 | 28,33 |
| 6 | 3.131,43 | 24,36 |
| Rata-rata | 3.425,44 | 26,45 |

Sumber: Diolah dari data primer (2020)

Rata-rata nilai tambah dari pengolahan kopi gelondong merah menjadi kopi *green bean* pada usaha pengolahan kopi di Desa Tlahab sebesar Rp 3.425,44 per kg. Nilai tambah paling rendah sebesar Rp 2.304,65 per kg. Nilai tambah kopi *green bean* paling besar sebesar Rp 4.786,40 per kg. Rasio nilai tambah paling kecil yaitu 18,44%. Sedangkan rasio nilai tambah paling besar yaitu 37,23%. Rata-rata Rasio nilai tambah pengolahan kopi *green bean* di Desa Tlahab sebesar 26,45% sehingga tergolong memiliki nilai tambah sedang. Besaran rasio nilai tambah 15% - 40% digolongkan nilai tambah sedang (Hubeis, 1997). Rasio nilai tambah sedang dikarenakan harga *output* yang ditentukan rendah. Penentuan harga didasarkan pada proses pengolahan kopi dan biaya produksi. Terdapat kesamaan pada

pengolahan kopi arabika di Nepal, kopi dengan langkah penanganan lebih sedikit akan mendapat penetapan harga lebih rendah dibandingkan dengan kopi dengan banyak proses penanganan (Subedi, 2011).

Tabel 3. Nilai Tambah Kopi Arabika Bubuk di Usaha Pengolahan Kopi Desa Tlahab pada tahun 2019

| No | Nilai Tambah ---Rp--- | Rasio Nilai Tambah ---%--- |
|-----------|--------------------------|-------------------------------|
| 1 | 14.360,86 | 50,26 |
| 2 | 6.812,27 | 39,74 |
| 3 | 9.498,63 | 42,74 |
| 4 | 27.421,25 | 68,55 |
| 5 | 22.720,02 | 66,27 |
| 6 | 20.684,26 | 62,05 |
| Rata-rata | 16.916,05 | 54,94 |

Sumber: Diolah dari data primer (2020)

Rata-rata nilai tambah dari pengolahan kopi gelondong merah menjadi kopi bubuk di Desa Tlahab yaitu Rp 16.916,05. Nilai tambah terendah pada pengolahan kopi tersebut sebesar Rp 6.812,27 sedangkan nilai tambah paling besar yang diperoleh sebesar Rp 27.421,25. Besaran nilai tambah pada pengolahan kopi bubuk lebih tinggi dari pada pengolahan kopi *green bean*, hal tersebut dikarenakan pada proses pengolahan menjadi kopi bubuk lebih banyak proses yang dilakukan sehingga harga *output* yang ditetapkan lebih tinggi. Pembentukan nilai tambah kopi bubuk melalui beberapa proses tahapan sehingga harga *output* yang ditetapkan lebih tinggi dibandingkan dengan produk kopi lainnya (Priantara *et al.*, 2016). Setelah melalui proses roasting dan penggilingan harga kopi menjadi lebih mahal.

Rasio nilai tambah dari usaha pengolahan kopi di Desa Tlahab paling besar yaitu 68,55%. Sedangkan rasio nilai tambah paling kecil sebesar 39,74%. Rata-rata rasio nilai tambah dari keenam responden yaitu sebesar 54,94%. Proses pengolahan kopi gelondong merah menjadi kopi bubuk pada usaha pengolahan di Desa Tlahab tergolong memiliki rasio nilai tambah tinggi. Rasio nilai tambah tergolong tinggi jika presentase > 40%, dikatakan sedang jika presentase 15 – 40% dan dikatakan rendah jika presentase < 15% (Hubeis, 1997). Dibandingkan dengan pengolahan kopi di Austria rasio nilai tambah lebih tinggi, karena adanya proses roasting dapat meningkatkan nilai tambah sebesar 100 – 300% (Yeretzian *et al.*, 2002).

Strategi Pengembangan

Matriks IFAS

Berdasarkan analisis lingkungan internal pada faktor kekuatan dan kelemahan usaha pengolahan kopi arabika Desa Tlahab diperoleh nilai skor yang ditunjukkan pada Tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Matriks IFAS

| Faktor-faktor Strategi Internal | Bobot | Rating | Skor |
|---|-------|--------|------|
| Kekuatan : | | | |
| 1. Proses produksi sesuai SOP | 0,12 | 3,43 | 0,40 |
| 2. Melayani penjualan online | 0,10 | 3,29 | 0,32 |
| 3. Bahan baku banyak | 0,10 | 3,71 | 0,38 |
| 4. Memiliki cita rasa khas | 0,10 | 3,57 | 0,36 |
| 5. Memiliki peralatan lengkap | 0,10 | 2,43 | 0,23 |
| 6. Terkenal sebagai daerah penghasil kopi arabika | 0,09 | 3,14 | 0,29 |
| Total Kekuatan | | | 1,98 |
| Kelemahan : | | | |
| 1. Sering mengalami kerusakan peralatan | 0,07 | 3,29 | 0,22 |
| 2. Beberapa merk kopi belum dikenal | 0,09 | 2,29 | 0,20 |
| 3. Terkendala modal | 0,08 | 3,43 | 0,27 |
| 4. Belum ada kemasan <i>sachet</i> | 0,08 | 2,71 | 0,22 |
| 5. Sebagian besar produk kopi dijual dalam bentuk <i>green bean</i> | 0,08 | 2,00 | 0,16 |
| Total Kelemahan | | | 1,07 |
| Total | 1,00 | 33,29 | 3,06 |

Sumber: Diolah dari data primer (2020)

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa faktor internal kekuatan nomer satu yaitu proses produksi sesuai SOP memiliki nilai paling besar dibandingkan dengan faktor internal kekuatan lainnya dengan nilai sebesar 0,40. Semua usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab menerapkan proses produksi yang didasarkan pada standar operasional produksi yaitu dengan penggunaan teknologi modern. Hal tersebut dinilai sangat penting karena prosedur proses produksi yang baik akan menghasilkan produk kopi yang berkualitas baik. Terdapat kesamaan perlakuan yang dilakukan oleh produsen kopi arabika di Kenya. Produsen kopi di Kenya menerapkan proses produksi yang baik menggunakan teknologi baru untuk menjaga konsistensi kualitas (Muthoni, 2014).

Faktor internal yang merupakan kelemahan dominan dari usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab adalah sebagian besar produk kopi dijual dalam bentuk *green bean*. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil perhitungan skor terkecil yaitu 0,16. Menurut penuturan responden permintaan kopi dalam bentuk *green bean* lebih besar dibandingkan dengan kopi bubuk dikarenakan perbedaan karakteristik konsumen. Konsumen atau pembeli kopi arabika dalam bentuk *green bean* merupakan pengusaha atau pemilik kedai kopi yang membeli kopi dalam jumlah yang besar untuk diolah kembali. Sedangkan konsumen kopi bubuk umumnya merupakan pecinta kopi yang membeli kopi dalam jumlah sedikit dan hanya untuk dikonsumsi pribadi.

Matriks EFAS

Berdasarkan analisis lingkungan eksternal pada faktor peluang dan ancaman diperoleh hasil pada Tabel 5.

Tabel 5. Matriks EFAS

| Faktor-faktor Strategi Eksternal | Bobot | Rating | Skor |
|--|-------|--------|------|
| Peluang : | | | |
| 1. Dukungan pemerintah | 0,14 | 3,57 | 0,51 |
| 2. Berkembangnya tren minum kopi | 0,12 | 3,57 | 0,43 |
| 3. Kebijakan minum kopi di hari Jumat | 0,13 | 2,86 | 0,36 |
| 4. Permintaan tinggi | 0,12 | 2,86 | 0,33 |
| 5. Kondisi dan letak geografis mendukung | 0,13 | 3,29 | 0,42 |
| Total Peluang | | | 2,05 |
| Ancaman : | | | |
| 1. Munculnya pesaing usaha sejenis | 0,11 | 2,43 | 0,27 |
| 2. Ketidakpastian jumlah penjualan | 0,13 | 3,00 | 0,38 |
| 3. Persaingan dengan kopi pabrikan | 0,13 | 2,29 | 0,30 |
| Total Ancaman | | | 0,95 |
| Total | 1,00 | 23,86 | 3,00 |

Sumber: Diolah dari data primer (2020)

Berdasarkan Tabel 5. diketahui bahwa faktor eksternal peluang yang paling utama adalah dukungan dari pemerintah dengan nilai skoring sebesar 0,51. Menurut penuturan responden dukungan pemerintah sangat berpengaruh terhadap kemajuan usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab. Dukungan dari pemerintah melalui Dinas Pertanian dan Dinas PERINDAGKOPUKM meliputi pemberian bantuan alat pengolahan (mesin pulper dan mesin huller), pemberian ruang pada

pameran untuk lebih mengenalkan produk dan pengadaan sosialisasi yang berkaitan dengan agribisnis kopi. Hal tersebut berbeda dengan yang dilakukan oleh pemerintah di Bali. Dukungan pemerintah Bali berorientasi pada branding kopi melalui memperlonggar peraturan ekspor dan kerjasama dengan BUMN untuk membantu dalam memberikan modal (Sukiada & Parameswari, 2020). Dukungan yang diberikan pemerintah untuk pengusaha di Desa Tlahab murni berasal dari pemerintah saja. Hal tersebut berbeda dengan yang dilakukan pemerintah Nepal. Pemerintah Nepal melakukan kerjasama dengan perusahaan swasta untuk mengolah dan memasarkan produk kopi (Luitel, 2017).

Faktor eksternal ancaman yang paling utama yaitu munculnya pesaing usaha sejenis dengan nilai skor terendah yaitu 0,27. Hal tersebut sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan bahwa telah muncul usaha pengolahan kopi arabika di beberapa wilayah di Kabupaten Temanggung. Persaingan usaha sejenis juga terjadi di Kodagu, India. Adanya usaha kopi dari beberapa daerah di India menyebabkan terjadinya persaingan monopolistik. (Chethana *et al.*, 2010).

Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika

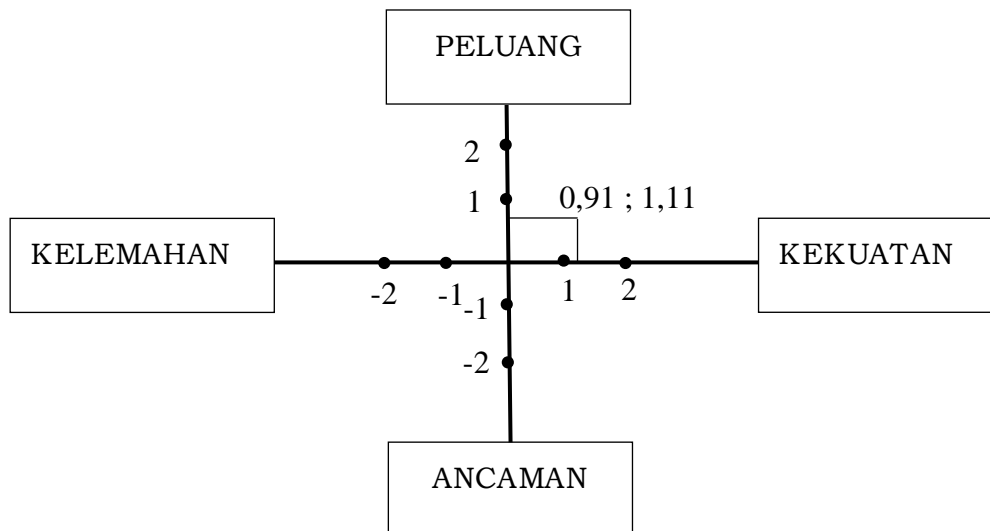
Berdasarkan hasil analisis pengukuran SWOT pada usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab diperoleh hasil untuk masing-masing faktor yaitu :

1. Skor untuk faktor kekuatan = 1,98
2. Skor untuk faktor kelemahan = 1,07
3. Skor untuk faktor peluang = 2,05
4. Skor untuk faktor ancaman = 0,94

Hasil tersebut digunakan untuk mengetahui titik koordinat x dan y yang menggambarkan posisi usaha pengolahan kopi arabika berdasarkan faktor internal dan eksternal. Berikut merupakan perhitungan sumbu koordinat x dan y :

- a. Sumbu koordinat x sebagai faktor internal diperoleh hasil $1,98 - 1,07 = 0,91$
- b. Sumbu koordinat y sebagai faktor eksternal diperoleh hasil $2,05 - 0,94 = 1,11$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa titik koordinat positif yang ditunjukkan oleh sumbu koordinat (x) sebesar 0,91 dan sumbu koordinat (y) sebesar 1,11. Titik koordinat (x) dan (y) dapat dilihat dalam diagram SWOT sebagai berikut :



Ilustrasi 1. Diagram SWOT

Berdasarkan hasil gambar diagram SWOT diketahui bahwa posisi usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab berada pada kuadran I yang memiliki arti bahwa usaha pengolahan kopi arabika tersebut menguntungkan. Kondisi usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab memiliki kekuatan yang dapat dimaksimalkan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pengembangan usaha pengolahan kopi arabika dapat dirumuskan melalui analisis matriks SWOT. Analisis matriks SWOT mengembangkan empat tipe strategi yang meliputi strategi SO (strength-opportunity), WO (weakness-opportunity), ST (strength-threat) dan WT (weakness-threat) (David, 2011).

Tabel 5. Matriks SWOT

| | Internal Kekuatan (S) | Kelemahan (W) |
|--------------------|---|--|
| Eksternal | 1. Proses produksi sesuai SOP | 1. Sering mengalami kerusakan peralatan |
| | 2. Melayani penjualan online | 2. Beberapa merk kopi belum dikenal |
| | 3. Bahan baku banyak | 3. Terkendala modal |
| | 4. Memiliki cita rasa khas | 4. Belum ada kemasan <i>sachet</i> |
| | 5. Memiliki peralatan lengkap | 5. Sebagian besar produk masih dijual dalam bentuk <i>green bean</i> |
| | 6. Terkenal sebagai daerah penghasil kopi arabika | |
| Peluang (O) | S - O | W - O |
| 1. Dukungan | Strategi | yang Strategi meminimalkan |

| | | | |
|--|--|--|-----|
| pemerintah | menggunakan | kelemahan | dan |
| 2. Berkembangnya tren minum kopi | kekuatan untuk memanfaatkan peluang | manfaatkan peluang | |
| 3. Kebijakan minum kopi di Hari Jumat | 1. Mengembangkan sumberdaya yang dimiliki (S1, S3, S4, S5, O5) | 1. Meningkatkan hubungan kerjasama antara <i>stakeholder</i> dengan pemilik usaha (W1, W3, O1) | |
| 4. Permintaan tinggi | 2. Meningkatkan kerjasama antara <i>stakeholder</i> dan pemilik usaha (S1, S6, O1, O3) | 2. Meningkatkan promosi melalui berbagai media (W2, O2, O4) | |
| 5. Kondisi dan letak geografis mendukung | 3. Mengembangkan manajemen pemasaran (S2, O2, O4) | 3. Meningkatkan keahlian sumber daya manusia (W4, W5, O1) | |
| Ancaman (T) | S - T | W - T | |
| 1. Munculnya pesaing usaha sejenis | Strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman | |
| 2. Ketidakpastian jumlah penjualan | 1. Meningkatkan promosi (S2, S4, T1, T2, T3) | 1. Inovasi kopi bubuk dalam bentuk <i>sachet</i> (W4, W5, T3) | |
| 3. Persaingan dengan kopi pabrikan | 2. Mempertahankan kualitas dan cita rasa (S3, S4, T1) | | |

Sumber: Diolah dari data primer (2020)

Berdasarkan diagram SWOT diketahui usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab berada pada kuadran I sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi SO (Strength Opportunity). Strategi SO yaitu strategi untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Strategi SO yang dapat diterapkan pada usaha pengolahan kopi di Desa Tlahab yaitu mengembangkan sumberdaya yang dimiliki, meningkatkan kerjasama antara *stakeholder* dan pemilik usaha, mengembangkan manajemen pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Rata-rata nilai tambah kopi *green bean* dan kopi bubuk sebesar Rp 3.425,44 dan Rp 16.916,05. Terdapat enam faktor kekuatan, lima faktor kelemahan, lima faktor peluang dan tiga faktor ancaman. Usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab berada pada kuadran I yang berarti dapat menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang

ada. Tiga strategi yang dapat di terapkan untuk mengembangkan usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab yaitu mengembangkan sumberdaya yang dimiliki, meningkatkan kerjasama antara stakeholder dan pemilik usaha, mengembangkan manajemen pemasaran.

Saran

Pemilik usaha dapat melakukan kerjasama dengan pemerintah untuk bantuan peralatan sehingga dapat mengurangi biaya jasa huller dan roasting. Pemilik usaha sebaiknya meningkatkan kerjasama sesama pemilik usaha dalam hal penyamaan dan pertahanan kualitas kopi yang dihasilkan di Desa Tlahab dan penetapan harga jual produk kopi bubuk. Peneliti selanjutnya diharapkan mengambil penelitian tentang implementasi dan evaluasi strategi pengembangan berdasarkan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S. (2007). Kelayakan Pengembangan Kopi Sebagai Komoditas Unggulan di Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(2), 1–14.
- Chethana, A. N., Nagaraj, N., Chengappa, P. G., & Gracy, C. P. (2010). Geographical Indications for Kodagu Coffee – A Socio-economic. *Journal of Agriculture Economics*, 23(June), 97–103.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concepts and Cases*. New Jersey: Pearson Education.
- Dewi, N. L. M. I. M., Budiasa, I. W., & Dewi, I. A. L. (2015). Analisis Finansial dan Nilai Tambah Pengolahan Kopi Arabika di Koperasi Tani Manik Sedana Kabupaten Bangli. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 4(2), 97–106.
- Hariyati, Y., & Rahayu, L. P. (2014). Agroindustri Kopi Arabika : Analisis Nilai Tambah, Saluran Pemasaran dan Sistem Manajemen Rantai Pasok. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 10(2), 157–168. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hayami, Y., Kawagoe, T., Marooka, Y., & Siregar, M. (1987). *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java a Perspective From a Sunda Village*. Bogor: CGPRT Centre.
- Hubeis, M. (1997). *Menuju Indusri Kecil Profesional di Era Globalisasi Melalui Pemberdayaan Manajemen Industri* (pp. 1–106). pp. 1–106.
- Luitel, G. (2017). *Value Chain Analysis of Coffee Production in Central*

Nepal. Institute of Agriculture and Animal Science.

- Muthoni, M. P. (2014). Coffee Value Chain Analysis in Kenya (A case of Kenya Planters Cooperative Union). *Journal of Business and Management*, 6(5), 207–215.
- Priantara, I. D. G. Y., Mulyani, S., & Satriawan, I. K. (2016). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Kopi Arabika Kintamani, Bangli. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 4(4), 33–42.
- Rahardjo, P. (2017). *Berkebun Kopi*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Statistik, B. P. (2018). *Kabupaten Temanggung dalam Angka*. Temanggung: Badan Pusat Statistik Temanggung.
- Statistik, B. P. (2019a). *Provinsi Jawa Tengah dalam Angka 2019*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah.
- Statistik, B. P. (2019b). *Provinsi Jawa Timur dalam Angka 2019*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.
- Subedi, R. N. (2011). Comparative Analysis of Dry and Wet Processing of Coffee with Respect to Quality in Kavre District, Nepal. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 2(September), 181–193. Retrieved from https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=comparative+analysis+of+wet+and+dry+coffee+processing+quality+and+cost%2C+subedi+2011+nepal&btnG=
- Sukiada, N. W. R. P., & Parameswari, A. A. A. I. (2020). Nation Branding Kopi Arabika Kintamani (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli). *SOCA: Jurnal Sosial, Ekonomi Pertanian*, 14(1), 180–193. <https://doi.org/10.24843/soca.2020.v14.i01.p15>
- Tambarta, E. (2017). *Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Olahan Kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah Aceh*. Institut Pertanian Bogor.
- Yeretzian, C., Jordan, A., Badoud, R., & Lindinger, W. (2002). From the Green Bean to the Cup of Coffee: Investigating Coffee Roasting by On-line Monitoring of Volatiles. *Journal of European Food Research and Technology*, 214(2), 92–104. <https://doi.org/10.1007/s00217-001-0424-7>