

BAB III

METODE PENELITIAN

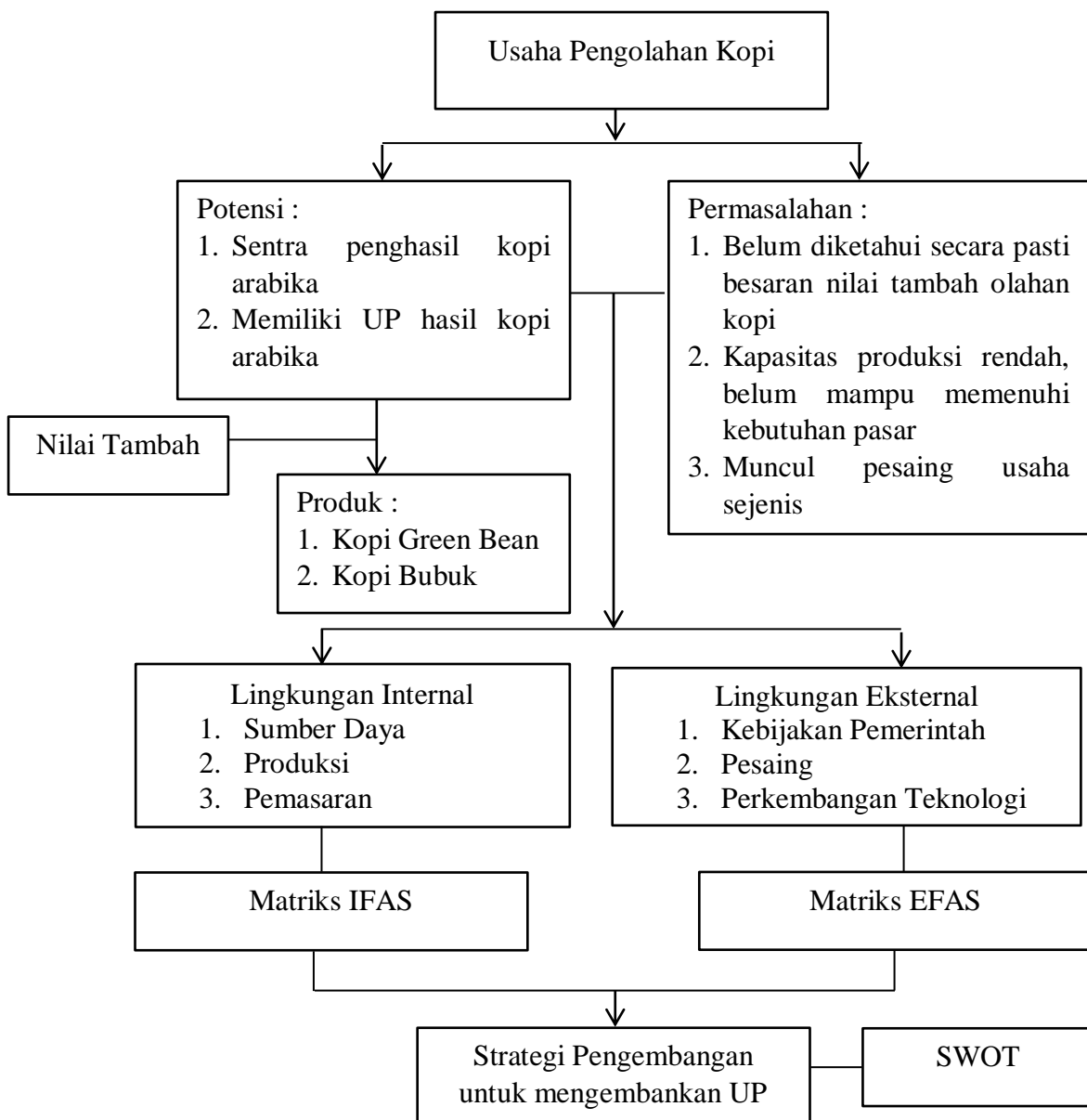
1.1. Kerangka Pemikiran

Desa Tlahab, Kecamatan Kledung, Kabupaten Temanggung berada di lembah antara Gunung Sumbing dan Gunung Sindoro. Berdasarkan data BPS (2018) Desa Tlahab tersebut terletak di ketinggian 1.200 mdpl sehingga memiliki potensi untuk budidaya tanaman kopi arabika. Petani di Desa Tlahab aktif dalam budidaya tanaman kopi arabika, pengolahan pasca panen dan pemasaran. Terdapat 6 usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab yang mencakup serangkaian proses pengolahan pasca panen mulai dari penerimaan kopi hasil panen, sortasi, penggilingan merah, fermentasi, penjemuran, *roasting*, penggilingan dan pengemasan. Kopi yang dipanen merupakan kopi yang berwarna merah. Kopi merah hasil panen kemudian dibawa menuju tempat sortasi. Sortasi terdiri dari 2 tahapan. Tahap pertama yaitu memisahkan kopi bagus dengan kopi cacat maupun kopi hijau. Tahapan yang kedua yaitu memasukkan kopi kedalam ember berisi air untuk membuang kopi yang mengambang. Kopi hasil sortasi kemudian digiling menggunakan mesin *pulper* untuk memisahkan daging buah dengan biji. Kopi kemudian di fermentasi untuk mengeluarkan lendir-lendir yang menempel. Kopi dijemur hingga kering, dipisahkan dengan kulit tanduknya dan di *roasting*.

Produk yang dihasilkan dari proses pengolahan pasca panen kopi berbentuk kopi ose (*green beans*) dan kopi bubuk. Kopi ose dikemas dalam kemasan plastik 1 kg. Kopi bubuk dikemas dalam ukuran 100 gram. Proses

pengolahan kopi tersebut dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah. Nilai tambah tersebut memerlukan analisis nilai tambah untuk mengetahui seberapa besar nilai tambah yang dihasilkan dari proses pengolahan kopi. Analisis nilai tambah yang dapat digunakan yaitu analisis Metode Hayami.

Usaha pengolahan kopi di Desa Tlahab tidak lepas dari adanya kendala. Kendala dalam usaha tersebut meliputi kapasitas usaha masih rendah sehingga belum mampu memenuhi kebutuhan pasar. Banyak permintaan dari luar negeri namun belum mampu dipenuhi. Pemenuhan permintaan kopi dalam negeri pun terkadang mengalami kewalahan. Muncul usaha-usaha sejenis sehingga menjadi pesaing usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab. Masalah-masalah tersebut perlu adanya strategi pengembangan usaha. Strategi pengembangan dapat dirumuskan dengan melakukan identifikasi lingkungan internal dan eksternal menggunakan alat analisis matriks IFAS dan EFAS. Hasil dari matriks IFAS dan EFAS dapat melihatkan posisi usaha pengolahan sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan menggunakan matriks SWOT.



Keterangan :

→ Alur berfikir

— Alat analisis

Ilustrasi 2. Kerangka Pemikiran

1.2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2019 – Februari 2020 di Desa Tlahab, Kecamatan Kledung, Kabupaten Temanggung.

1.3. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan metode studi kasus di Desa Tlahab, Kecamatan Kledung, Kabupaten Temanggung. Responden ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan kriteria orang yang paham betul mengenai usaha pengolahan kopi arabika. Responden dalam penelitian ini berjumlah 13 orang. Jumlah usaha pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab yaitu 6 usaha dengan 6 merk kopi yaitu Kopi Posong, Kopi Sindoro Sumbing, Ambu Kopi, Toto Kopi, Kosido Kopi dan Kopi Taman Posong. Usaha pengolahan kopi ini merupakan usaha utama yang tergolong dalam usahatani industri yang mengolah kopi gelondong menjadi kopi *green bean* dan kopi bubuk.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengambilan data dengan cara wawancara langsung kepada pemilik usaha untuk memperoleh data bahan baku, biaya, produksi pengolahan kopi. Data primer juga diperoleh dengan wawancara secara langsung kepada pengepul, pemasar, kepala Desa Tlahab, ketua MPIGKAJSS (Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Arabika Java Sindoro-Sumbing), penyuluh pertanian Desa Tlahab, ketua Dinas Pertanian dan Perkebunan, ketua Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Temanggung untuk memperoleh data mengenai kondisi internal dan

eksternal usaha. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka dari buku dan BPS untuk memperoleh literatur pendukung.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung proses pengolahan kopi arabika di Desa Tlahab. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan pemilik usaha, pemasar, pengepul, penyuluh, kepala desa serta ketua dinas terkait dengan menggunakan alat bantu berupa kuesioner.

1.4. Analisa Data

Analisa data dalam penelitian ini terdiri dari analisis nilai tambah dan analisis strategi pengembangan. Analisis nilai tambah menggunakan Metode Hayami. Analisis strategi pengembangan menggunakan matrik IFAS, matriks EFAS dan matriks SWOT.

1. Analisis Metode Hayami

Analisis untuk mengetahui nilai tambah menggunakan metode Hayami, dilakukan melalui langkah – langkah berikut :

1. Memasukkan nilai output produk total pada kolom notasi A
2. Memasukkan nilai input bahan baku pada kolom notasi B
3. Memasukkan input tenaga kerja pada kolom notasi C
4. Memasukkan harga output pada kolom notasi F
5. Memasukkan upah rata – rata pekerja pada kolom notasi G
6. Memasukkan harga input bahan baku pada kolom notasi H
7. Memasukkan sumbangan input lain pada kolom notasi I

8. Menghitung variabel lain berdasarkan rumus yang ada pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Perhitungan Metode Hayami

Variabel	Satuan	Notasi
Output, input dan harga		
Ouput 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 kerja	%	$R = m/q \times 100\%$
b. Sumbangan input lain	%	$S = i/q \times 100\%$
c. Keuntungan	%	$T = o/q \times 100\%$

Sumber : Hayami *et al.*, 1987.

Faktor konversi menunjukkan jumlah produk yang dihasilkan dari penggunaan 1 kg bahan baku. Koefisien tenaga kerja menunjukkan jumlah tenaga kerja langsung yang dibutuhkan untuk mengolahan 1 satuan input. Nilai produk menunjukkan nilai output yang dihasilkan dari penggunaan 1 satuan input. Nilai input lain menunjukkan nilai semua korbanan kecuali bahan baku dan tenaga kerja langsung (Dewi *et al.*, 2013).

2. Analisi matriks IFAS dan EFAS

a. Matriks IFAS (*Internal Factor Strategic Summary*)

Analisis matriks IFAS dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

1. Kolom 1 (*Internal factor*) membuat 5-10 daftar kekuatan dan kelemahan paling penting dihadapi
2. Kolom 2 (*Rating*) berisi peringkat masing-masing faktor. Peringkat bernilai 4 (sangat baik) dan 1 (buruk) untuk menilai faktor-faktor internal tersebut.
3. Kolom 3 (*Weight*) berisi bobot masing-masing faktor. Bobot bernilai 1 untuk penting dan 0 untuk tidak penting berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis usaha. Pembobotan diperoleh dari matriks perbandingan dengan memberikan nilai 1 untuk faktor yang kurang penting terhadap faktor lain, nilai 2 untuk faktor yang sama penting dan nilai 3 untuk faktor yang lebih penting dari faktor lain. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 berapapun jumlah faktor yang dibobot.
4. Kolom 4 (*Score*) berisi nilai tertimbang dengan cara mengalikan rating pada kolom 2 dengan bobot pada kolom 3. Nilai tertimbang bernilai dengan kisaran 4 (sangat bagus) dan 1 (buruk).
5. Menjumlah seluruh nilai tertimbang.

b. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Strategic Summary*)

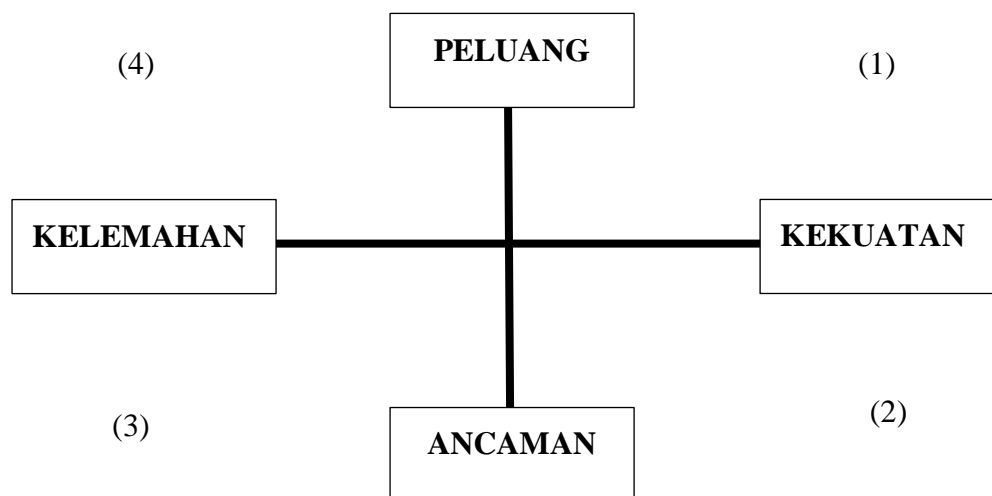
Alat analisis matriks EFAS dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

1. Kolom 1 (*Internal factor*) membuat 5-10 daftar peluang dan ancaman paling penting dihadapi

2. Kolom 2 (*Rating*) berisi peringkat masing-masing faktor. Peringkat bernilai 4 (sangat baik) dan 1 (buruk) untuk menilai faktor-faktor internal tersebut.
3. Kolom 3 (*Weight*) berisi bobot masing-masing faktor. Bobot bernilai 1 untuk penting dan 0 untuk tidak penting berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis usaha. Pembobotan diperoleh dari matriks perbandingan dengan memberikan nilai 1 untuk faktor yang kurang penting terhadap faktor lain, nilai 2 untuk faktor yang sama penting dan nilai 3 untuk faktor yang lebih penting dari faktor lain. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 berapapun jumlah faktor yang dibobot.
4. Kolom 4 (*Score*) berisi nilai tertimbang dengan cara mengalikan rating pada kolom 2 dengan bobot pada kolom 3. Nilai tertimbang bernilai dengan kisaran 4 (sangat bagus) dan 1 (buruk).
5. Menjumlah seluruh nilai tertimbang.

3. Analisis SWOT

Hasil skor dari matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk menentukan koordinat x dan y untuk mengetahui posisi usaha pengolahan hasil.



Ilustrasi 2. Diagram SWOT (Rangkuti, 1997)

Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha. Analisis SWOT pada dasarnya memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*) dan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 1997). Analisis SWOT menggunakan alat analisis berupa Matriks SWOT untuk memetakan strategi berdasarkan faktor internal yaitu kekuatan dan peluang dan faktor eksternal yaitu kelemahan dan ancaman. Berikut merupakan langkah-langkah penentuan matriks SWOT :

1. Membuat daftar kekuatan internal usaha
2. Membuat daftar kelemahan internal usaha
3. Membuat daftar peluang eksternal usaha
4. Membuat daftar ancaman eksternal usaha
5. Mengkombinasikan kekuatan internal dan peluang eksternal (S - O)
6. Mengkombinasikan kelemahan internal dan peluang eksternal (W - O)
7. Mengkombinasikan kekuatan internal dan ancaman eksternal (S - T)

8. Mengkombinasikan kelemahan internal dan ancaman eksternal (W - T)
9. Mencatat hasil dalam tabel dibawah matriks SWOT
10. Mencocokkan hasil untuk memilih strategi terbaik

Tabel 5. Matriks SWOT

	Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Eksternal			
Peluang (O)		S – O Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	W – O Strategi meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang
Ancaman (T)		S – T Strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	W – T Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : David, (2011).

1.5. Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran

Penelitian ini memiliki batasan masalah sebagai berikut :

1. Nilai tambah merupakan selisih antara nilai output dengan bahan baku dan sumbangan input lain.
2. Lingkungan internal usaha pengolahan meliputi sumber daya, produksi dan pemasaran yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan. Pengukuran bobot faktor kekuatan dan kelemahan menggunakan skala 1 = tidak penting, 2 = kurang penting, 3 = sedang, 4 = penting, 5 = sangat penting. Pengukuran rating faktor kekuatan menggunakan skala 1 = sangat rendah, 2 = rendah, 3 = tinggi, 4 = sangat tinggi. Pengukuran rating faktor kelemahan menggunakan skaka 1 = sangat tinggi, 2 = tinggi, 3 = rendah, 4 = sangat rendah.

3. Lingkungan eksternal usaha pengolahan meliputi kebijakan pemerintah, pesaing dan perkembangan teknologi terdiri atas peluang dan ancaman. Pengukuran bobot faktor peluang dan ancaman menggunakan skala 1 = tidak penting, 2 = kurang penting, 3 = sedang, 4 = penting, 5 = sangat penting. Pengukuran rating faktor peluang menggunakan skala 1 = sangat rendah, 2 = rendah, 3 = tinggi, 4 = sangat tinggi. Pengukuran rating faktor ancaman menggunakan skala 1 = sangat tinggi, 2 = tinggi, 3 = rendah, 4 = sangat rendah.
4. Penelitian strategi pengembangan hanya sampai tahap perencanaan saja, tidak sampai implementasi dan evaluasi strategi.