

**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
PENGOLAHAN *Specialty Coffee* DI KECAMATAN WIH PESAM KABUPATEN
BENER MERIAH PROVINSI ACEH**

Oleh:

Ruhdi Waknate ¹⁾

Fransiskus Gultom ²⁾

Asrah Feriany Maksaida Harahap ³⁾
Universitas Darma Agung, Medan ^{1,2,3)}

E-mail:

ruhdiwaknate123@gmail.com ¹⁾

fransiskus_gultom2277@yahoo.co.id ²⁾

Harahapasrah64@gmail.com ³⁾

ABSTRACT

This research was carried out in the Wih Pesam District, Bener Meriah Regency, the area or place of this research was determined intentionally (Purposive Method) because this District was found to have a lot of Specialty Coffee processing businesses. The determination of the research area is based on the fact that Wih Pesam District is one of the coffee powder producing areas in Bener Meriah Regency. The sampling method used the Total Sampling method, namely taking samples from the entire population in the research area to be used as samples. The data collected in this study consisted of two types, namely, primary data, obtained through direct interviews using questionnaires containing written questions to respondents to obtain answers, responses and information needed by researchers. Secondary data, obtained from agencies or institutions related to this research as well as literature that supports and has a relationship with this research. The results showed that the Specialty Coffee processing business in the District of Wih Pesam earned a profit of Rp. 2,843,798/one process. Specialty Coffee processors in Wih Pesam District produce an added value of Rp. 145,449/kg of raw materials, with a value added ratio of 72.63%. This means that the added value obtained from processing Specialty Coffee is said to be high because the added value ratio is > 50%. The strategy that will be used is the Aggressive Strategy. From the company's internal perspective, strengths are greater than weaknesses. It can be seen from the calculation results, namely the strength value is 3.95 and the weakness value is 1.45. Then from an external perspective, opportunities are greater than threats, it can be seen from the calculation results, namely the opportunity value is 3.24 and the weakness value is 2.3.

Keywords: Processing, Added Value, SWOT Analysis, Specialty Coffee.

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah, Daerah atau tempat penelitian ini ditentukan dengan secara sengaja (*Purposive Method*) karena Kecamatan ini banyak didapati usaha pengolahan *Specialty Coffee*. Penentuan daerah penelitian ini didasarkan bahwa Kecamatan Wih Pesam merupakan salah satu daerah penghasil bubuk kopi di Kabupaten Bener Meriah. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Total Sampling* yaitu pengambilan sampel dari seluruh

populasi yang ada di daerah penelitian untuk dijadikan sampel. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis yaitu, data Primer, diperoleh melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis pada responden untuk mendapatkan jawaban, tanggapan serta informasi yang diperlukan oleh peneliti. data Sekunder, diperoleh dari instansi atau lembaga terkait dengan penelitian ini serta literatur yang menunjang dan memiliki hubungan dengan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan usaha pengolahan *Specialty Coffee* di Kecamatan Wih Pesam memperoleh keuntungan sebesar Rp 2.843.798 /Sekali Proses. Pengolah *Specialty Coffee* di Kecamatan Wih Pesam menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 145.449/kg bahan baku, dengan rasio nilai tambah sebesar 72,63%, Artinya nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan *Specialty Coffee* dikatakan tinggi karena rasio nilai tambahnya > 50%. Strategi yang akan digunakan adalah Strategi Agresif. Dari segi internal perusahaan, kekuatan lebih besar dari pada kelemahan dapat dilihat dari hasil penghitungan yaitu nilai kekuatan 3.95 dan nilai kelemahan sebesar 1.45. Kemudian dari segi eksternal, peluang lebih besar dari pada ancaman dapat dilihat dari hasil perhitungan yaitu dengan nilai peluang sebesar 3.24 dan nilai kelemahan 2.3

Kata Kunci : Pengolahan, Nilai Tambah, Analisis SWOT, Specialty Coffee

1. PENDAHULUAN

Proses pengolahan adalah proses merubah bahan dari bahan mentah/segar menjadi produk-produk guna memenuhi kebutuhan manusia baik secara Fisik, Kimiawi maupun biokimiawi. Adapun perlakuan dalam proses pengolahan hasil pertanian melingkupi beberapa proses diantaranya Penanganan bahan, pembersihan, pemisahan, sortasi, pemanasan dengan suhu tinggi, pendinginan dan pembekuan, pengeringan, pengentalan, pengkristalan, ekstraksi, distilasi, penggilingan, pencampuran, pengemasan, penyimpanan dan penggudangan, Suratiyah (2015).

Bahan pangan mentah yang diolah dengan benar akan menekan porsi mubazir karena hasil samping atau limbah dari proses pengolahan hasil pertanian dapat menjadi produk pertanian yang juga memiliki nilai ekonomis cukup tinggi. Ada beberapa contoh limbah dari pengolahan pertanian yang dapat diolah kembali. Misalnya ampas dari tahu dapat dijadikan tempe gembos dan limbah dari potongan-potongan sayur dan buah

termasuk limbah dari kopi gelondong dapat dimanfaatkan menjadi pupuk kompos yang dapat menyuburkan tanah, dengan teknik pengolahan diharapkan dapat menekan kerusakan hasil pertanian petani dan dapat memperoleh nilai tambah yang jauh lebih besar serta dapat menghasilkan produk-produk pertanian dari komoditas lokal, Suratiyah (2015).

Sedangkan menurut Umar (2011), Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competition*)

Terdapat sepuluh Kecamatan yang ada di Kabupaten Bener Meriah merupakan penghasil kopi terbaik dengan luas lahan perkebunan kopi mencapai 46.263,57 Hektar dan hasil

produksi *Green Beans* 29.356,769 Kuintal.

Pengolahan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam penanganan pasca panen. Salah satunya pengolahan *Specialty Coffee*, Pengolahan bertujuan untuk menangani dan memanipulasi suatu produk sehingga diperoleh mutu dan nilai tambah dibandingkan dengan mutu dan nilai dari bahan asal. Tanpa pengolahan yang sesuai akan menimbulkan kerugian, (Afriliana, 2018).

Tren minum kopi arabika menjadi gaya baru bagi masyarakat, dimana terlebih kalangan muda sudah beralih dari penikmat kopi robusta menjadi penikmat kopi arabika, Salah satu olahan kopi arabika yaitu *Specialty Coffee*, *Specialty Coffee* Merupakan salah satu jenis olahan atau proses unggulan yang dapat ditemui di Kabupaten Bener Meriah.

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka adapun tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui berapa besar keuntungan dan nilai tambah yang dihasilkan dari proses pengolahan kopi arabika (*Red Cherry*) menjadi *Specialty Coffee* serta untuk menentukan nilai IFAS, EFAS dan strategi apa yang digunakan dalam pengembangannya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kopi Arabika

Definisi kopi adalah suatu jenis tumbuhan yang dibuat minuman dengan kandungan kafein, Kafein merupakan senyawa kimia alkaloid terkandung secara alami pada lebih dari 60 jenis tanaman terutama teh (1- 4,8 %), kopi (1-1,5 %), dan biji kola(2,7-3,6 %). Kafein memiliki berat molekul 194,19 dengan rumus kimia $C_8H_{10}N_4O_2$ dan pH 6,9 (larutan kafein 1% dalam air). sehingga dapat menyebabkan seseorang yang meminumnya akan tetap terjaga

(susah tidur), mengurangi kelelahan atau stress saat bekerja, serta mampu untuk memberikan efek fisiologis yakni energi (Januariani, 2018).

2.2. Keuntungan

Laba atau keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara, yang pertama Laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanam modalnya, setelah dikurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut (termasuk di dalamnya, biaya kesempatan). Sementara itu, laba dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi (Bastian, 2015).

2.3. Harga

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan keseluruhan nilai suatu barang maupun jasa yang diberikan dalam bentuk uang (Bastian, 2015).

2.4. Pendapatan

Besarnya pendapatan yang akan diperoleh dari suatu kegiatan usahatani tergantung dari beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti luas lahan, tingkat produksi, identitas pengusaha, pertanaman, dan efisiensi penggunaan tenaga kerja. Dalam melakukan kegiatan usahatani, petani berharap dapat meningkatkan pendapatannya sehingga kebutuhan hidup sehari-hari dapat terpenuhi. Harga dan produktivitas merupakan sumber dari faktor ketidakpastian, sehingga bila harga dan produksi berubah maka pendapatan yang diterima petani juga berubah (Soekartawi, 1995).

2.5. Nilai tambah

Nilai tambah (*value added*) adalah selisih penjualan dan biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku dan pembelian material pendukung. Arti nilai tambah adalah perbedaan antara nilai dari output suatu perusahaan atau suatu industri, yaitu total pendapatan yang diterima dari penjualan output tersebut, dan biaya masukan dari bahan-bahan, komponen atau jasa yang dibeli untuk memproduksi komponen tersebut. Nilai tambah diketahui dengan melihat selisih antara nilai output dengan nilai input suatu industri (Hayami, 1987).

2.6. Strategi

Menurut Menurut Pearce II dan Robinson (2008), Strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan, dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengertian dari Strategi adalah sebuah tindakan proses perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan melakukan hal-hal yang bersifat terus menerus sesuai keputusan bersama dan berdasarkan sudut pandang kebutuhan pelanggan.

3. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah, Daerah atau tempat penelitian ini ditentukan dengan secara sengaja (*Purposive Method*) karena Kecamatan ini banyak didapati usaha pengolahan *Specialty Coffee*. Penelitian ini dilakukan untuk sekali proses pengolahan *Specialty Coffee* pada 1 September-30 September 2021.

Penelitian ini dimulai dari pembelian kopi gelondong pilihan dari petani, pengolahan *Specialty Coffee*, hingga penjualan dan keuntungan *Specialty Coffee*, nilai tambah *Specialty Coffee*, faktor IFAS dan EFAS dalam

strategi pengembangan produk,serta strategi yang digunakan dalam pemasaran produk *Specialty Coffee*.

Penentuan daerah penelitian ini didasarkan bahwa Kecamatan Wih Pesam merupakan salah satu daerah penghasil bubuk kopi di Kabupaten Bener Meriah. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Total Sampling* yaitu pengambilan sampel dari seluruh populasi yang ada di daerah penelitian untuk dijadikan sampel. Keseluruhan populasi di daerah penelitian berjumlah 7 usaha pengolahan kopi dan seluruhnya dijadikan sampel. 7 usaha pengolahan ini berada di 3 Desa yaitu; 5 di Desa Simpang Teritit, 1 di Desa Jamur Ujung, dan 1 di desa Bergendal.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis yaitu, data Primer, diperoleh melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis pada responden untuk mendapatkan jawaban, tanggapan serta informasi yang diperlukan oleh peneliti. data Sekunder, diperoleh dari instansi atau lembaga terkait dengan penelitian ini serta literatur yang menunjang dan memiliki hubungan dengan penelitian ini.

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengolahan hingga nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan kopi gelondong (*Red cherry*) menjadi *Specialty Coffee* dilakukan dengan pengukuran nilai tambah Metode Hayami. Sedangkan analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya keuntungan dan nilai tambah digunakan analisis sebagai berikut :

Menghitung keuntungan atau pendapatan bersih usaha pengolahan Kopi Arabika menjadi *Specialty Coffee*.

Tabel 3.1. Format Perhitungan Rugi-Laba Untuk Satu Kali Proses Pengolahan Specialty Coffee

Penerimaan		Rp
Harga Pokok Produksi		Rp
Marjin Kotor		Rp
Beban Operasi :		
Beban Penjualan	Rp	
Beban Umum	Rp	
Jumlah Beban Operasi		Rp
Keuntungan Bersih dari Operasi		Rp
Beban lainnya :		
Beban Bunga		Rp
Keuntungan Bersih sebelum		Rp
Pajak Penghasilan		Rp
Keuntungan Bersih setelah Pajak		Rp

Sumber : Downey dan Erickson (1992).

Tabel 3.2. Kerangka Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami.

No	Daftar Output, Input Dan Harga (Satuan)	Nilai
Output, Input, Harga		
1	Output (Kg)	
2	Input (kg)	
3	Tenaga kerja (HKP)	
4	Faktor Konversi	(1) / (2)
5	Koefisien tenaga kerja (HKP/Kg)	(3) / (2)
6	Harga output	
7	Upah tenaga kerja (Rp/HKP)	
Penerimaan Dan Keuntungan		
8	Harga bahan baku (Rp/HKP)	
9	Sumbangan input lain (Rp/Kg)	
10	Variabel output (Kg)	(4) x (6) (Rp/kg)
11	a. Nilai tambah (Rp/Kg)	(10) – (8) – (9)
	b. Rasio nilai tambah (%)	(%) (11a) / (10)
12	a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/Kg)	(5) x (7) (Rp/kg)
	b. Pangsa tenaga kerja (%)	(%) (12a) / (11a)
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	(11a) – (12a)
	b. Tingkat Keuntungan (%)	(%) (13a) / (11a)
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi		
14	Marjin (Rp/Kg)	(10)-(8)
	a. Pendapatan tenaga kerja	(12a/14)x100%
	b. Sumbangan input lain	(9/14)X100%
	c. Keuntungan pengusaha	(13a/14)x100%

Sumber: Hayami (1987)

Kriteria uji nya yaitu :

Jika Rasio nilai tambah > 50 % maka nilai tambah tergolong tinggi

Jika Rasio nilai tambah \leq 50 % maka nilai tambah tergolong rendah

(Sudiyono, 2004).

Untuk menganalisis strategi pengembangan pada usaha pengolahan *Specialty Coffee* digunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Menurut Rangkuti (2000), Analisis SWOT tahapan dalam menyusun strategi, yaitu menyusun terlebih dahulu analisis faktor internal (*Internal Factor Analysis*

Summary/IFAS) yang terdiri dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) serta analisis faktor eksternal (*Internal Factor Analysis Summary/EFAS*) yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari proses pengolahan kopi arabika menjadi *Specialty Coffee* sehingga mendapatkan keuntungan bersih, dalam penelitian ini untuk menghitung keuntungan bersih, digunakan rumus perhitungan rugi-laba satu kali proses dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1. Keuntungan Usaha Pengolahan Kopi Arabika Menjadi *Specialty Coffee* Sekali Proses Pada Bulan September 2021.

Penerimaan		Rp 6.175.000
Harga Pokok Produksi		Rp 3.113.881
Marjin Kotor		Rp 3.061.119
Beban Operasi :		
Beban Penjualan	Rp -----	
Beban Umum	Rp 155.571	
Jumlah Beban Operasi		Rp 155.571
Keuntungan Bersih dari Operasi		Rp 2.905.548
Beban lainnya :		
Beban Bunga		Rp -----
Keuntungan Bersih sebelum Pajak		Rp 2.905.548
Pajak Penghasilan		Rp 61.750
Keuntungan Bersih Setelah Pajak		Rp 2.843.798

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Tabel 4.1 menjelaskan bahwa harga pokok produksi merupakan komponen biaya terbesar dalam pengolahan Kopi Arabika menjadi *Specialty Coffee* yaitu sebesar Rp 3.113.881 yang terdiri dari: Biaya bahan baku Rp 1.714.285, untuk upah tenaga kerja Rp 185.714, Biaya bahan penunjang Rp 1.203.428, dan penyusutan Rp 10.454 Dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan. Sedangkan beban operasi yang meliputi sewa

bangunan, penerangan, air bersih dan transportasi Roasting sebesar Rp 155.571 dan untuk pajak penghasilan dikenakan Rp 61.750. Hasil perhitungan pada Tabel 4.9 memperlihatkan bahwa untuk mendapatkan keuntungan bersih, nilai pendapatan dari penjualan dikurangi dengan harga pokok produksi kemudian dikurangi dengan beban operasi serta dikurang dengan beban bunga dan pajak penghasilan. Jadi,

keuntungan bersih yang diperoleh dari pengolahan Kopi Arabika menjadi *Specialty Coffee* di Kecamatan Wih Pesam adalah sebesar Rp 2.843.798/Bulan.

4.1. Nilai Tambah

Nilai tambah adalah nilai yang ditambahkan pada barang dan jasa yang dipakai oleh unit produksi dalam proses produksi sebagai biaya antara nilai yang ditambahkan ini sama dengan balas jasa atas ikut sertanya faktor produksi dalam proses produksi. Perhitungan nilai tambah pengolahan *Specialty Coffee* bertujuan untuk mengetahui

penambahan nilai dari proses pengolahan bahan baku menjadi *Specialty Coffee*. Nilai tambah dihitung dari selisih antara nilai output (penerimaan) dan nilai input (biaya total) yang dikeluarkan dalam proses pengolahan. Seluruh komponen analisis diukur dan dinyatakan dalam satuan satu kilogram (1 kg) bahan baku. Hal ini dilakukan agar diketahui besarnya pertambahan nilai dari 1 kg bahan

baku yang dibentuk oleh kegiatan pengolahan. Hasil mengenai besarnya nilai tambah pengolahan Kopi Arabika menjadi *Specialty Coffee* dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2. Hasil Analisis Nilai Tambah Pengolahan Kopi Arabika Menjadi *Specialty Coffee* Satu Kali Proses. Metode Hayami, *et al* (1987)

NO	Daftar Output, Input Dan Harga (Satuan)		NILAI (Rp)(Kg)(%)
Output, Input, Harga			
1	Output (Kg)		24.7
2	Input (kg)		30.8
3	Tenaga kerja (HKP)		14.5
4	Faktor Konversi	(1) / (2)	0,801
5	Koefisien tenaga kerja (HKP/Kg)	(3) / (2)	0,470
6	Harga output (Rp)		250.000
7	Upah tenaga kerja (Rp/HKP)		12.807
Penerimaan Dan Keuntungan			
8	Harga bahan baku (Rp/Kg)		8.333
9	Sumbangan input lain (Rp/Kg)		46.468
10	Variabel output (Kg)	(4) x (6) (Rp/kg)	200.250
11	a. Nilai tambah (Rp/Kg)	(10)–(8)– (9) (Rp/kg)	145.449
	b. Rasio nilai tambah (%)	(%) (11a) / (10)	72,63
12	a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/Kg)	(5) x (7) (Rp/kg)	6.019,29
	b.Pangsa tenaga kerja (%)	(%) (12a) / (11a)	4,13
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	(11a) – (12a) (Rp/kg)	139.429,71
	b.Tingkat Keuntungan (%)	(%) (13a) / (11a)	95,86
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
14	Marjin (Rp/Kg)	(10)-(8)	191.917
	a. Pendapatan tenaga kerja (%)	(12a/14)x100%	3,13

b. Sumbangan input lain (%)	$(9/14) \times 100\%$	24,21
c. Keuntungan pengusaha (%)	$(13a/14) \times 100\%$	72,65

Sumber: Metode Hayami Diolah (2021)

Dari hasil penelitian ini terdapat bahan baku Kopi Arabika sebanyak 30,8 kg/Sekali proses sehingga menghasilkan produk *Specialty Coffee* sebanyak 24,7 kg/sekali proses. Kisaran hari kerja berlangsung selama 2-5 jam/hari selama 14,5 hari kerja sekali proses,

Faktor konversi merupakan perbandingan antara hasil yang diperoleh dengan banyak bahan baku yang digunakan dan bernilai 0,801. Artinya, untuk setiap satu kg Kopi Arabika yang diolah akan diperoleh 0,801 kg *Specialty Coffee*. Koefisien tenaga kerja diperoleh dari rasio antara jumlah hari kerja dengan bahan baku yang diolah. Hasil perhitungan diperoleh koefisien tenaga kerja sebesar 0,470 yang diartikan bahwa setiap tenaga kerja dalam 1 hari kerja mampu mengolah bahan baku sebanyak 0,470 kg.

Harga jual produk *Specialty Coffee* dalam pemasarannya Rp 250.000/kg. Harga rata-rata bahan baku sebesar Rp 8.333/kg.

Sumbangan input lain atau bahan penunjang bernilai Rp 46.468/kg bahan baku, Sumbangan input lain diperoleh dari seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi selain biaya bahan baku dan upah tenaga kerja yang kemudian dibagi dengan jumlah bahan baku.

Nilai produk merupakan perkalian antara faktor konversi dengan harga produk sebesar Rp 200.250/kg bahan baku. Nilai produk ini dipengaruhi oleh besarnya nilai faktor konversi.

Nilai tambah pengolahan Kopi Arabika menjadi *Specialty Coffee* sebesar Rp 145.449/kg bahan baku. Angka ini adalah selisih antara harga produk dengan harga bahan baku serta

sumbangan input lain. Besarnya nilai tambah produk yang diperoleh dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya biaya sumbangan input lainnya selain biaya bahan baku.

Rasio nilai tambah produk sebesar 72,63%. Artinya, untuk setiap Rp 100 harga produk akan diperoleh nilai tambah Rp 72. Nilai tambah menunjukkan nilai yang besar. Hal ini disebabkan tingginya nilai atau produk, sementara harga bahan baku dan sumbangan input lain tidak terlalu besar.

Imbalan tenaga kerja merupakan hasil perkalian antara koefisien tenaga kerja dengan upah rata-rata yang nilainya Rp 6.019,29/kg bahan baku. Sedangkan bagian tenaga kerja adalah rasio antara imbalan tenaga kerja dengan nilai tambah yang juga bernilai 4,13%. Keuntungan yang diperoleh dari proses pengolahan Kopi Arabika menjadi *Specialty Coffee* sebesar Rp 139.429,71/kg bahan baku.

Berdasarkan hasil analisis, nilai tambah yang diperoleh dari kegiatan pengolahan ini mencapai 95,86% dan dapat menguntungkan bagi pengolah kopi arabika menjadi *Specialty Coffee* di Kecamatan Wih Pesam.

Hasil analisis nilai tambah ini juga dapat menunjukkan margin dari bahan baku Kopi Arabika menjadi *Specialty Coffee* yang didistribusikan kepada imbalan tenaga kerja, sumbangan input lain, dan keuntungan perusahaan. Margin ini merupakan selisih antara nilai produk dengan harga bahan baku per kilogram. Tiap pengolahan 1 kg bahan baku menjadi *Specialty Coffee* diperoleh margin sebesar Rp 191.917 yang didistribusikan untuk masing-masing faktor tenaga kerja yaitu pendapatan tenaga kerja 3,13%,

sumbangan input lain 24,21%, dan keuntungan pengusaha 72,65 %.

Dari total margin yang diperoleh sebesar Rp 191.917 dialokasikan untuk pendapatan tenaga kerja sebesar Rp 6.007, Sumbangan input lain Rp 46.463 dan keuntungan usaha Rp 139.427,. Maka dari itu berdasarkan hipotesis, penelitian menunjukkan nilai tambah yang tinggi dengan kriteria Jika Rasio nilai tambah > 50 % maka nilai tambah tergolong tinggi, Jika Rasio nilai tambah ≤ 50 % maka nilai tambah tergolong rendah.

4.2. Rancangan Pengembangan Pengolahan Kopi Menjadi *Specialty Coffee* Strategi Usaha Arabika

Analisis SWOT dilakukan berdasarkan asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. tahapan awal dalam analisis ini yaitu mengidentifikasi faktor-faktor kondisi lingkungan internal usaha pengolahan dan eksternal usaha pengolahan. Faktor-faktor tersebut dapat dijelaskan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Analisis Faktor Strategi Internal Usaha Pengolahan *Specialty Coffee* Sekali Proses Pada Bulan September 2021.

Kekuatan/ <i>Strength</i> (S)	Kelemahan/ <i>Weaknesses</i> (W)
<ul style="list-style-type: none"> ● Keterse-diaan Bahan Baku (S1) ● Lokasi Usaha Strategis (S2) ● Ketersediaan Tenaga Kerja (S3) ● Mutu Dan Kualitas Bahan Baku (S4) ● Sarana Produksi (S5) ● Proses Produksi (S6) ● Produk Memiliki Kelengkapan Izin Usaha (S7) ● Pengalaman Pemilik Usaha (S8) ● Ketersedian Modal Pribadi (S9) ● Hubungan Baik Dengan Pelanggan (S10) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Kontinui-tas Bahan Baku (W1) ● Pendidik-an SDM (W2) ● Kurang Gencarnya Promosi (W3) ● Jaringan Distribusi Yang Belum Luas (W4) ● Posisi Tawar Pengusaha (W5) ● Peralatan Mudah Rusak (W7) ● Keteram-pilan Tenaga Kerja (W8) ● Kebersih-an Proses Produksi (W9)

Tabel 4.4. Analisis Faktor Strategi Eksternal Usaha Pengolahan *Specialty Coffee* Sekali Proses Pada Bulan September 2021.

Peluang/Opportunities (O)	Ancaman/Threats (T)
<ul style="list-style-type: none"> ● Intensitas Penyinaran Matahari(O1) ● Pangsa Pasar Yang Masih Luas (O2) ● Konsumen Bertambah (O3) ● Berkembangnya Trend Minum Kopi Di Kalangan Masyarakat (O4) ● Permintaan Pasar Domestik Dan Global (O5) ● Kemudahan Pemasaran (O6) ● Ketersediaan Sarana Pengangkutan (O7) ● Perkembangan Teknologi Informasi (O8) ● Pinjaman Modal Usaha (O9) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Perubahan Cuaca (T1) ● Tingginya Trase Pada <i>Greenbean</i> Kopi (T2) ● Kelompok Usaha (T3) ● Persaingan Pasar (T4) ● Kenaikan Harga Bahan Baku Dari Petani (T5) ● Ketergantungan Modal Usaha (T6) ● Kebijakan Pemerintah (T7)

4.2.1 Aspek Bahan Baku

1) Ketersediaan bahan baku (S1)

Ketersediaan bahan baku kopi gelondong merupakan variabel utama dalam proses produksi *Specialty Coffee*. Ketersediaan kopi gelondong mudah didapat dari petani sebagai perantara yang menyalurkan hasil panen kopi gayo. Pada umumnya, ketersediaan bahan baku dapat memenuhi kebutuhan pengusaha.

2) Mutu dan kualitas bahan baku (S4)

Mutu dan kualitas kopi gelondong baik, yaitu berwarna merah (matang sempurna) dan dalam kondisi segar. Hal ini dikarenakan kopi gelondong langsung didapat dari petani langsung yang dekat dengan lokasi usaha. Kegiatan produksi segera dilakukan dimulai dengan menjemput bahan baku ke kebun petani setelah kopi dipanen oleh petani. Produk *Specialty Coffee* mempunyai keawetan kurang lebih 2 bulan. Apabila musim panen kopi gayo berakhir, pengusaha masih dapat menjual produk atau melakukan proses produksi dengan mendapatkan bahan baku dari daerah lain.

3) Kontinuitas bahan baku (W1)

Kontinuitas bahan baku berlangsung sepanjang tahun. Pada umumnya panen raya berlangsung antara bulan Maret-Mei dan Agustus-Oktober , akan tetapi kontinuitas bahan baku tidak pernah habis walau pun tak sebanyak pada musim panen raya. maka pengusaha *Specialty Coffee* tetap memiliki mata pencaharian dan sumber pendapatan.

4.2.2. Aspek Sumber Daya Manusia

1) Ketersediaan tenaga kerja (S3)

Tenaga kerja mudah didapat dan banyak tersedia dari lingkungan sekitar yaitu para tetangga maupun kerabat atau saudara dari pemilik usaha. Calon tenaga kerja sendiri yang melamar pekerjaan jika proses pengolahan *Specialty Coffee* akan berlangsung. Tidak terdapat spesifikasi dan ketrampilan khusus untuk tenaga kerja, sehingga dapat dilakukan oleh laki-laki maupun wanita.

2) Pengalaman pemilik usaha (S8)

Sebagian besar, pengusaha memiliki pengalaman pengolahan *Specialty Coffee* rata-rata lebih dari 4 tahun. Pengalaman usaha didapat secara turun-temurun, mengikuti pelatihan, dan otodidak. Lama pengalaman usaha

menjadi tolak ukur kemampuan dan keahlian dalam melakukan proses produksi. Semakin lama pengalaman semakin tinggi kemampuan dan keahliannya.

3) Keterampilan tenaga kerja (W8)

Tenaga kerja memiliki keterampilan dan keahlian yang kurang dalam melakukan proses produksi. Hal ini menyebabkan pemilik usaha perlu terus memantau kegiatan produksi. Kurangnya keterampilan tenaga kerja dikarenakan rata-rata tenaga kerja tidak memiliki pengalaman dan tingkat pendidikan yang rendah sehingga sulit menyerap informasi yang diperlukan dalam proses produksi.

4) Tingkat pendidikan SDM (W2)

Tingkat pendidikan SDM cukup baik pada tingkat pengusaha dan pada tingkat tenaga kerja masih rendah yaitu setingkat SMP. Pengusaha sudah mulai dapat mempertimbangkan risiko perusahaan. Pendidikan berpengaruh pada pola pikir pengusaha untuk merencanakan, berinisiatif dan mengembangkan usaha yang lebih baik.

4.2.3. Aspek Sumber Daya Alam

1) Intensitas penyinaran matahari (O1)

Panas dan terik matahari adalah syarat utama dalam membantu proses pengeringan dalam pengolahan *Specialty Coffee*. Bantuan panas dan cahaya matahari dibutuhkan saat proses penjemuran biji kopi. Tahapan penjemuran setelah proses pencucian berlangsung selama 14 hari. Berkurangnya intensitas penyinaran menyebabkan terhambatnya proses pengeringan dan pemasaran produk.

2) Perubahan cuaca (T1)

Berkurangnya intensitas penyinaran matahari menyebabkan proses pengeringan biji kopi terhambat sehingga produk tidak dapat segera dipasarkan. Perubahan cuaca seperti turunnya hujan secara terus menerus menyebabkan kualitas produk yang

menurun. Biji kopi akan berjamur apabila terkena lembab dalam waktu yang lama, sehingga berpengaruh pada tidak lakunya produk untuk dipasarkan.

4.2.4. Aspek Teknologi dan Produksi

1) Lokasi usaha (S2)

Lokasi usaha sudah representatif dan dekat dengan bahan baku, sehingga mutu dan kualitas kopi gelondong segar. Letak lokasi usaha adalah dekat dengan rumah pemilik dan ada juga lokasi usaha juga berada di rumah pemilik usaha sehingga memudahkan pemilik dalam memantau proses produksi.

2) Sarana produksi (S5)

Sarana produksi relatif sederhana dan mudah digunakan. Secara umum, sarana produksi meliputi alat jemur (para-para), bambu penjemuran, bak cuci dan perendam, ember, dan timba. Ketersediaan sarana produksi mudah didapat di sekitar lokasi usaha, sehingga memudahkan pemilik untuk memperoleh apabila sarana produksi sewaktu-waktu rusak.

3) Proses produksi (S6)

Proses pengolahan *Specialty Coffee* tergolong rumit dan relatif memakan waktu. Pengolahan *Specialty Coffee* dimulai dari sortasi kebun, penggilingan, fermentasi, pencucian, penjemuran, sangrai dan pengemasan. Penggunaan bahan untuk Pengolahan *Specialty Coffee* mudah didapat dan tersedia di sekitar lokasi usaha seperti ember dan lain-lain.

4) Pinjaman Modal usaha (O9)

Pada umumnya modal menjadi kunci utama untuk menjalani usaha, di lokasi penelitian pada umumnya tidak menggunakan pinjaman modal baik dari bank maupun koperasi, pengusaha mengupayakan agar penggunaan modal usaha menggunakan modal pribadi.

5) Kebersihan pada proses produksi (W8).

Proses produksi yang dilakukan sangat memperhatikan kebersihan bahan baku dan peralatan. Air yang digunakan untuk mencuci selalu diganti. Sarana produksi sangat dirawat dan diletakkan sangat teratur pada lokasi yang tertutup sehingga sarana tidak mudah kotor. Kebersihan proses produksi akan mempengaruhi kualitas produk yang bersih dan higienis.

6) Peralatan mudah rusak (W6)

Sumber Daya manusia (SDM) baik pemilik maupun tenaga kerja sangat merawat alat jemur (para-para), bambu penjemur dan peralatan yang lainnya. Penggunaan peralatan sesuai SOP mempengaruhi umur alat.

7) Ketersediaan sarana pengangkutan (O7)

Sarana pengangkutan sudah menggunakan sepeda motor mengangkut bahan baku kopi gelondong dari kebun ke lokasi usaha.

8) Ketersediaan Modal Pribadi (S9)

Sebagian besar usaha berskala kecil memiliki modal usaha sendiri. Modal usaha yang didapatkan berasal dari kepemilikan pribadi tanpa meminjam secara kredit kepada bank. Perputaran modal usaha cenderung cepat, karena hasil penjualan dapat diputar lagi.

4.2.5. Aspek Pemasaran

1) Produk Memiliki Kelengkapan Izin Usaha (S7)

Produk memiliki kelengkapan izin dan atribut kemasan karena dengan adanya atribut dan kemasan dapat meyakinkan pelanggan/konsumen sehingga produk tersebut terjamin baik dari kualitas maupun kuantitas produk tersebut.

2) Posisi tawar pengusaha (W5)

Posisi tawar pengusaha terhadap produk yang akan dijual masih lemah. Pengusaha juga cenderung menerima harga yang ditawarkan oleh pembeli karena khawatir produk mereka tidak

laku. Posisi tawar pengusaha yang lemah dapat menyebabkan kerugian dan penurunan usaha.

3) Kemudahan pemasaran (O6)

Sebagian besar pengusaha tidak mengeluarkan biaya pemasaran karena Pembeli biasanya datang ke lokasi usaha untuk membeli dan mengangkut produk. Kemudahan pemasaran membantu mengurangi biaya produksi.

4) Konsumen bertambah (O3)

Pengusaha memiliki relasi yaitu pedagang pengecer yang selalu bertambah yang akan memasarkan produk selain pembeli tetap. Pengecer akan memasarkan produk kembali kepada pembeli lainnya

5) Persaingan pasar (T4)

Produk *Specialty Coffee* di Kecamatan Wih Pesam mempunyai pesaing dari Kecamatan lain bahkan dari Kabupaten tetangga yakni Aceh Tengah.

6) Hubungan Baik Dengan Pelanggan (S10)

Hubungan baik dengan pelanggan merupakan hal yang harus selalu di jaga, pembeli yang datang ke lokasi usaha bukan hanya sekedar untuk berbelanja tetapi juga berbincang tentang edukasi kopi, menjalin hubungan yang baik dalam melakukan usaha pengolahan baik dengan pelanggan maupun petani lokal yang berada di tempat penelitian.

7) Pangsa Pasar Yang Masih Luas (O2)

Pangsa pasar kopi olahan yang masih besar, pada masa kini kopi semakin diminati di pasar global bahkan domestik apalagi dengan kualitas kopi gayo yang semakin bagus.

8) Berkembangnya Tren Minum Kopi Di Kalangan Masyarakat (O4)

Berkembangnya tren minum kopi arabika di kalangan masyarakat, arti

dari tren minum kopi dikalangan masyarakat adalah sekarang sudah banyak orang yang minum minuman kopi bahkan kini bukan hanya orang tua saja yang menjadi pecandu kopi anak muda juga sudah mulai menyukai kopi terlebih kopi arabika gayo .10 tahun terakhir telah terjadi revolusi dimana yang awalnya masyarakat meminum kopi Robusta kini telah beralih menjadi penikmat kopi Arabika, bahkan hingga saat ini “Ngopi” telah menjadi gaya hidup.

9) Permintaan Pasar Domestik Dan Global (O5)

Permintaan pasar domestik dan global yang besar, karna jaman sekarang sudah banyak pengusaha kopi bermunculan sehingga yang menjadi sasaran adalah *Coffee Shop* dan *café-café* sebagai pemasok bahan baku minuman yang berbahan dasar kopi, ditambah dengan sangat mudanya sistem pemasaran dengan banyaknya jasa pengiriman hingga ke luar negeri.

10) Perkembangan Teknologi Informasi (O8)

Perkembangan teknologi informasi adanya perkembangan teknologi terbaru merupakan satu peluang perusahaan dalam mengembangkan perusahaan yang lebih relevan. Contoh seperti sudah banyaknya online shop yang dapat ditemukan, seperti Bukalapak, Tokopedia, Shoope, Lazada, Bahkan situs jual beli online skala dunia seperti Amazon,

11) Tingginya Trase Pada *Greenbean* Kopi (T2)

Trase merupakan biji kopi rusak atau cacat, rusak dan cacat pada biji kopi dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya hama, cacat pada saat penggilingan dan rusak pada saat penjemuran. Tentu dalam hal ini sangat mempengaruhi harga karena dapat menurunkan kuantitas.

4.2.6 Aspek Pembinaan dan Kelembagaan

1) Kelompok usaha (T3)

Kelompok usaha merupakan suatu wadah dapat menghimpun para pengusaha *Specialty Coffee*. Keberadaan kelompok membantu dalam banyak hal terutama standarisasi harga jual produk untuk mencegah persaingan harga produk dalam lingkungan intern. Tidak adanya kelompok usaha pedagang dan pengolah *Specialty Coffee* di Kecamatan Wih Pesam . Dalam era persaingan kehadiran kelompok usaha sangat penting untuk memberikan informasi pasar, memperluas pemasaran dan sebagai jembatan antara pengusaha dengan pihak luar baik itu pemerintah maupun pihak swasta.

2) Kebijakan Pemerintah (T7)

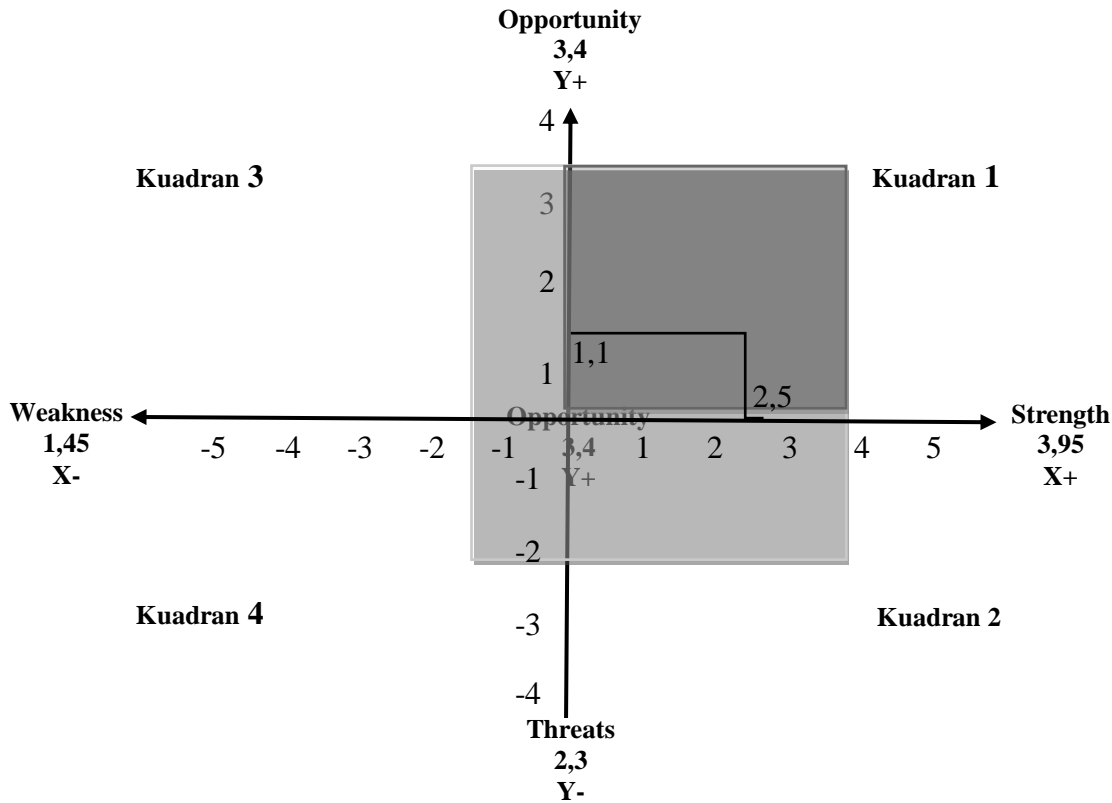
Perkembangan usaha pengolahan *Specialty Coffee* di Kabupaten Bener Meriah sangat penting karena dapat meningkatkan nilai tambah produk pertanian, meningkatkan ekonomi masyarakat dan membantu menyediakan lapangan pekerjaan. Perkembangan usaha pengolahan *Specialty Coffee* sangat dipengaruhi oleh peran serta pemerintah. Sampai saat ini program- program pemerintah sudah mulai menyentuh usaha pengolahan *Specialty Coffee* seperti bantuan alat penjemuran dan mesin roasting. Peran pemerintah dibutuhkan dalam bentuk pembinaan, penyuluhan dan bantuan dalam mengatasi permasalahan modal usaha, serta pemberantasan rentenir yang berkedok koperasi demi kenyamanan dalam melakukan usaha pengolahan *Specialty Coffee*.

4.2.7 Kuadran SWOT

Setelah penghitungan bobot dari masing-masing faktor internal dan eksternal kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan matriks posisi. Matriks ini digunakan untuk melihat

posisi strategi pengembangan usaha pengolahan *Specialty Coffee*. Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai $X > 0$ yaitu 2.5 dan nilai $Y > 0$ yaitu

1.1 posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada koordinat Cartesius berikut ini :



Gambar 4.1. Matriks SWOT
Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Dari hasil matriks internal-eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada usaha pengolahan *Specialty Coffee* adalah untuk internal, bernilai 2.5 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Untuk faktor eksternal bernilai 1.1 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar dari pada ancaman. Hasil ini merupakan bagaimana usaha pengolahan *Specialty Coffee* ini berada

pada daerah I (*Strategy Agresif*). Situasi pada daerah atau kuadran I ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang Agresif (*Growth Oriented Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

4.2.8 Matriks SWOT

Tabel 4.5. Matriks SWOT Usaha Pengolahan *Specialty Coffee* Sekali Proses Di Kecamatan Wih Pesam Pada Bulan September 2021.

<p style="text-align: center;">Faktor Internal</p> <p style="text-align: center;">Faktor Eksternal</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTH</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan Bahan Baku 2. Lokasi Usaha Strategis 3. Ketersediaan Tenaga Kerja 4. Mutu Dan Kualitas Bahan Baku 5. Sarana Produksi 6. Proses Produksi 7. Produk Memiliki Kelengkapan Izin Usaha 8. Pengalaman Pemilik Usaha 9. Ketersedian Modal Pribadi 10. Hubungan Baik Dengan Pelanggan 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kontinuitas Bahan Baku 2. Pendidikan SDM 3. Kurang Gencarnya Promosi 4. Jaringan Distribusi Yang Belum Luas 5. Posisi Tawar Pengusaha 6. Peralatan Mudah Rusak 7. Keterampilan Tenaga Kerja 8. Kebersihan Proses Produksi
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITY</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Intensitas Penyinaran Matahari 2. Pangsa Pasar Yang Masih Luas 3. Konsumen Bertambah 4. Berkembangnya Tren Minum Kopi Di Kalangan Masyarakat 5. Permintaan Pasar Domestik Dan Global 6. Kemudahan Pemasaran 7. Ketersediaan Sarana Pengangkutan 8. Perkembangan Teknologi Informasi 9. Pinjaman Modal Usaha 	<p style="text-align: center;">S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha strategis dapat memanfaatkan tren minum kopi di kalangan masyarakat 2. Ketersediaan bahan baku didukung dengan intensitas penyinaran matahari dalam proses penjemuran 3. Mutu dan kualitas bahan baku yang baik meningkatkan permintaan pasar dan konsumen bertambah 4. Kelengkapan izin usaha dan hubungan baik dengan pelanggan dapat memudahkan pemasaran 5. Ketersediaan modal pribadi menjadi kekuatan pengusaha sehingga tidak perlu melakukan pinjaman modal. 	<p style="text-align: center;">W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi 2. Meningkatkan distribusi dengan memanfaatkan permintaan pasar domestic dan global 3. Kebersihan proses produksi menjadi kunci untuk membuat konsumen bertambah

Threats	S-T	W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan Cuaca 2. Tingginya Trase Pada <i>Green Bean</i> Kopi 3. Kelompok Usaha 4. Persaingan Pasar 5. Kenaikan Harga Bahan Baku Dari Petani 6. Ketergantungan Modal Usaha 7. Kebijakan Pemerintah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mutu yang baik dan bahan baku yang berkualitas dapat meminimalisir tingginya trase 2. Hubungan yang baik dengan pelanggan menjadi alat untuk menghadapi persaingan pasar 3. Ketersediaan modal pribadi tidak membuat pengusaha ketergantungan modal pinjaman 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah distribusi agar semakin luas dan meningkatkan promosi 2. Menjaga kebersihan proses produksi agar dapat bersaing di pasar domestik maupun global.

1. Strategi S-O

Strategi ini dengan memanfaatkan seluruh kekuatan serta memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Jika sebuah perusahaan memiliki kelemahan besar, maka perusahaan akan berusaha untuk mampu mengatasi dan mengubah menjadi sebuah peluang.

- 1) Lokasi usaha strategis memanfaatkan tren minum kopi dikalangan masyarakat artinya dengan adanya tren minum kopi di kalangan masyarakat, perusahaan dapat memanfaatkan lokasi usaha sebagai salah satu tempat yang diminati masyarakat dalam wadah mengkonsumsi kopi seperti pembuatan cafe di dalam perusahaan.
- 2) Ketersediaan bahan baku didukung dengan intensitas penyinaran matahari dalam proses penjemuran, dimana ketersediaan bahan baku secara terus menerus dapat dimaksimalkan dengan intensitas penyinaran matahari untuk proses penjemuran atau pengeringan.
- 3) Mutu dan kualitas bahan baku yang baik meningkatkan permintaan pasar dan konsumen bertambah yang mana dengan memperhatikan kualitas bahan baku yang dipakai dapat meningkatkan permintaan pasar, dimana bahan baku yang baik akan

menghasilkan produk yang baik sehingga secara perlahan akan membuat konsumen bertambah.

- 4) Kelengkapan izin usaha dan hubungan baik dengan pelanggan dapat memudahkan pemasaran, dengan memiliki izin usaha produk yang dihasilkan akan memiliki identitas, serta menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan akan memudahkan pengusaha dalam memasarkan hasil produknya.
- 5) Ketersediaan modal pribadi menjadi kekuatan pengusaha sehingga tidak perlu melakukan pinjaman modal. Modal menjadi kunci utama dalam memulai sebuah usaha, ketersediaan modal pribadi menjadi keunggulan sehingga tidak ada cost yang dikeluarkan untuk pinjaman kredit.

2. Strategi W-O

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

1. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Promosi merupakan strategi pemasaran, dalam hal ini pengusaha dapat memanfaatkan teknologi informasi sebagai media promosi, seperti

memasang iklan di media sosial, grup jual beli online bahkan menggunakan jasa influencer atau endorse.

2. Meningkatkan distribusi dengan memanfaatkan permintaan pasar domestic dan global, strategi ini memanfaatkan permintaan pasar domestik dan global untuk meningkatkan distribusi produk, walaupun permintaan pasar global belum sebesar permintaan pasar domestik. Akan tetapi dengan memenuhi permintaan pasar domestik dinilai sudah memenuhi target perusahaan, dengan harapan produk *Specialty Coffee* yang ada di Kecamatan Wih Pesam juga akan Go Internasional.
3. Kebersihan proses produksi menjadi kunci untuk membuat konsumen bertambah, bercerita produk makanan dan minuman tidak terlepas dengan kata kebersihan, ke higienisan produk menjadi kunci untuk menggaet konsumen dimana produk yang sehat akan selalu diminati.

3. Strategi S-T

Strategi ini dalam rangka menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

1. Mutu yang baik dan bahan baku yang berkualitas dapat meminimalisir tingginya trase, Strategi ini memanfaatkan kualitas bahan baku yang baik untuk menekan angka trase pada biji kopi, kopi gelondong yang dipilih sebagai bahan baku merupakan kopi gelondong pilihan, dimana bahan baku yang dipilih telah lulus seleksi cacat secara fisik.
2. Hubungan yang baik dengan pelanggan menjadi alat untuk menghadapi persaingan pasar, akhir dari rantai pemasaran adalah

pelanggan atau konsumen, menjalin hubungan komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli merupakan salah satu strategi untuk menghadapi persaingan pasar.

3. Ketersediaan modal pribadi tidak membuat pengusaha ketergantungan modal pinjaman, ketersediaan modal pribadi menjadi keunggulan, yang mana cost untuk kredit bisa digunakan untuk pengembangan SDM, Promosi, dan penambahan jumlah bahan baku.

4. Strategi W-T

Strategi ini mengantisipasi serta meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada.

1. Menambah distribusi agar semakin luas dan meningkatkan promosi serta dengan menambah relasi dengan memanfaatkan teknologi informasi, akun media sosial, juga dengan memakai jasa *Influencer Endorsement*, distribusi sangat penting dalam penjualan karena berkaitan dengan pemasaran produk barang dari produsen ke konsumen, tanpa distribusi yang lancar, persediaan akan terganggu dalam aktivitas penjualannya sehingga tidak mampu bersaing di pasar.
2. Menjaga kebersihan proses produksi agar dapat bersaing di pasar domestik maupun global, Memiliki produk yang higienis dan juga sehat tentu memiliki nilai lebih dan tentunya dapat diterima oleh pasar.

5. SIMPULAN

1. Usaha pengolahan *Specialty Coffee* di Kecamatan Wih Pesam memperoleh keuntungan sebesar Rp 2.843.798 /Sekali Proses. ^{Hal 52}
2. Pengolah *Specialty Coffee* di Kecamatan Wih Pesam menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 145.449/kg bahan baku, dengan

rasio nilai tambah sebesar 72,63%, Artinya nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan *Specialty Coffee* dikatakan tinggi karena rasio nilai tambahnya > 50%.

3. Strategi yang akan digunakan adalah Strategi Agresif. Strategi agresif ini lebih fokus kepada SO (Strength-Opportunities) yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, dimana usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Dari segi internal perusahaan, kekuatan lebih besar dari pada kelemahan dapat dilihat dari hasil penghitungan yaitu nilai kekuatan 3.95 dan nilai kelemahan sebesar 1.45. Kemudian dari segi eksternal, peluang lebih besar dari pada ancaman dapat dilihat dari hasil perhitungan yaitu dengan nilai peluang sebesar 3.24 dan nilai kelemahan 2.3.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Afriliana, 2018. *Teknologi Pengolahan Kopi Terkini*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bastian, 2015. *Akuntansi Sektor Publik*. Jakarta: Erlangga.
- Hayami, 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java. A Perspective From a Sunda Village*, CGPRT. Bogor.
- Januariani, 2018. *Tulungagung Dalam Rasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr, 2008. *Manajemen Strategis 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, 1998. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Jakarta: UT. Press.
- Suratiyah, 2015. *Ilmu Usaha Tani*, Jakarta: Penebar Swadaya
- Umar, 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.