

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI KAILI SULTENG
PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) RISKI NARASA
DI DESA TINGGEDE KECAMATAN MARAWOLA
KABUPATEN SIGI**

**Business Development Strategy Kaili Sulteng Coffee on Small and Medium Businesses
(SME) Riski Narasa in Tinggede Village Marawola ,Sigi Regency**

Nurfadillah Suaib¹⁾, Effendy²⁾, Dewi Sartika L.Br Manurung²⁾

¹⁾Mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu.
E-mail: fhanysuaib2@gmail.com

²⁾ Staf Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu
E-mail: Effendy-surentu@yahoo.com, E-mail: wie.manurung@gmail.com

ABSTRACT

Small medium enterprise (SME) Riski Narasa is one of the coffee businesses that process Kaili Sulteng Coffee which is located in Tinggede Village Marawola District Sigi Regency. The study aims to determine internal and external factors that affect the SME Riski Narasa, as well as knowing the development strategy of central Sulawesi Kaili Coffee Business in the SME Riski Narasa. The results of weighting and rating obtained show that the business development strategy adopted by the SMEs Riski Narasa is a strategy S-O (using strengths to take advantage of opportunities) where factors of strength = 1,73 and opportunity = 1,95 weakness – 1,23 and threat – 1,80 by comparison of factors internal = 0,50 (axes X) and factors external – 0,15 (axes Y).

Keywords : Robusta coffee, development strategy, SWOT

ABSTRAK

UKM Riski Narasa merupakan salah satu usaha yang mengolah Kopi Kaili Sulteng yang terletak di Desa Tinggede Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi UKM Riski Narasa, serta mengetahui strategi pengembangan usaha Kopi Kaili Sulteng di UKM Riski Narasa. Hasil hitung bobot dan rating yang didapatkan menunjukkan strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh UKM Riski Narasa yaitu strategi S-O (Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang) dimana Faktor Kekuatan = 1,68 dan Peluang = 1,80 faktor Kelemahan = 1,26 dan ancaman = 1,56 dengan perbandingan faktor internal = 0,36 (sumbu X) dan faktor eksternal = 0,24 (Sumbu Y).

Kata kunci : Kopi robusta, strategi pengembangan, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara produsen kopi ke 4 di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Sekitar 67% total produksi kopi diekspor sedangkan sisanya (33%) untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Selain itu, produk-produk hasil perkebunan di Indonesia memiliki prospek yang sangat bagus untuk dikembangkan. Prospek itu antara lain tumbuhnya industri hilir sampai hulu, hal ini menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan penghasilan petani dengan nilai jual yang tinggi. Tersedianya lahan yang cukup luas dan menghasilkan aneka produk olahan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Persaingan bisnis telah mendorong menuju ketinggian yang baru karena adanya perpaduan antara perkembangan teknologi dengan tingkat kepuasan pelanggan. Banyaknya industri berlomba-lomba untuk menarik minat pelanggan dengan menjual produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau dan dapat terpenuhi tepat pada waktunya (Hamsir,dkk, 2018).

Kopi bubuk merupakan salah satu komoditi hasil pertanian yang memiliki prospek dan peluang pasar yang baik. Selain itu, kopi bubuk bisa dijadikan oleh-oleh khas Kota Palu dan memiliki nilai tambah yang besar dalam meningkatkan pendapatan Industri yang mengelola kopi tersebut. Khususnya di Sulawesi Tengah, produksi kopi bubuk di Kota Palu masih kurang, hal ini dikarenakan sulitnya memperoleh bahan baku yang berkualitas di Kota Palu (Yurhaya,dkk, 2016).

UKM Riski Narasa pada Tahun 2017 memproduksi Kopi Kaili Sulteng perbulan sebanyak 5 kali dengan biji kopi 80 kg dan menghasilkan produk Kopi Kaili Sulteng sebanyak 160 kemasan. Pada Tahun 2018 produk Kopi Kaili Sulteng mengalami peningkatan produksi yaitu 10 kali perbulan dengan jumlah biji kopi sebanyak 100 kg menghasilkan 200 kemasan. Namun pada Tahun 2019 jumlah produksi mengalami fluktuasi 5 kali atau 10 kali perbulan dan jumlah biji kopi 50 kg atau 100 kg dengan

hasil produk sebanyak 200 kemasan. Dalam hal ini produk Kopi Kaili Sulteng belum mencapai peningkatan yang maksimal dikarenakan sebagian produk Kopi Kaili Sulteng tidak terjual sesuai target produk yang dihasilkan. Sehingga sebagian produk Kopi Kaili Sulteng menjadi stok yang disimpan di UKM Riski Narasa. Hal ini menyebabkan UKM Riski Narasa belum mencapai perkembangan usaha. Untuk itu, perlu adanya strategi yang dapat mengembangkan usaha tersebut.

Tujuan Penelitian. Mengetahui strategi dalam pengembangan produksi kopi kaili sulteng dengan memanfaatkan kondisi faktor internal dan eksternal dari UKM Riski Narasa di Desa Tinggede Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di UKM Riski Narasa di Desa Tinggede, Kecamatan Marawola, Kabupaten Sigi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai Oktober 2019. Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*). Responden yang di ambil dalam penelitian terdiri dari 6 orang yang di pilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden pihak internal terdiri dari 1 orang pemilik usaha, 2 orang karyawan, sedangkan responden pihak eksternal terdiri dari 3 orang konsumen salah satunya dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sigi (pembeli produk Kopi Kaili Sulteng). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha, dengan menggunakan daftar pertanyaan (Kuisisioner). Kemudian data sekunder diambil dari literatur atau jurnal dan buku perpustakaan serta referensi media.

Analisis Data. Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan cara menganalisis faktor eksternal berupa

peluang dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan. (Rangkuti, 2014)

Dalam proses penyusunan perencanaan strategis terdapat tiga tahapan analisis yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini, untuk tahap pengumpulan data akan digunakan matriks faktor strategi eksternal dan matriks strategi internal.

Matriks Faktor Strategi Eksternal.

Dalam menyusun matriks faktor strategi eksternal, terlebih dahulu kita harus mengetahui Faktor Strategi Eksternal (EFAS). Terdapat beberapa cara penentuan Faktor Strategi Eksternal yaitu: Susunlah 5 sampai 10 peluang dan ancaman dalam kolom 1. Pada kolom 2 beri bobot masing-masing faktor yang disusun menggunakan skala angka 1,0 (sangat penting) sampai 0,0(tidak penting). Hal ini perlu dilakukan karena faktor-faktor yang telah disusun dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Dalam kolom 3, hitung rating untuk masing-masing faktor dengan menggunakan skala angka 4(*outstanding*) sampai 1(*poor*) Faktor-faktor peluang diberikan nilai rating positif yang artinya semakin besar peluang diberi rating +4, namun jika peluangnya kecil diberi rating +1. Pemberian rating ancaman berkebalikan dengan pemberian rating peluang, jika ancamannya besar diberi rating 1 dan sebaliknya ketika nilai ancamannya sedikit diberi rating 4. Kalikan bobot dan rating untuk memperoleh total dari masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1(*poor*). Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan.

Matriks Faktor Strategi Internal. Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal, maka dilakukan penyusunan tabel IFAS untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam *Strength and Weakness*. Tahapan penyusunan tabel IFAS adalah: Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan

kelemahan. Pada kolom 2 beri bobot masing-masing faktor yang disusun menggunakan skala angka 1,0 (sangat penting) sampai 0,0(tidak penting). Dalam kolom 3, hitung rating untuk masing-masing faktor dengan menggunakan skala angka 4(*outstanding*) sampai 1(*poor*). Kalikan bobot dan rating untuk memperoleh total dari masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1(*poor*). Kemudian jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden. Berdasarkan data yang telah di peroleh dari hasil penelitian dengan wawancara langsung dengan produsen yaitu pemimpin perusahaan, karyawan, konsumen, maka karakteristik responden dapat diketahui. Karakteristik responden yang dimaksud meliputi umur responden, dan tingkat pendidikan.

Umur Responden. Umur responden merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan kerja baik secara fisik, mental, terutama dalam hal pengambilan keputusan. Seseorang yang berumur relatif lebih muda dan sehat memiliki kemampuan fisik yang relatif besar. Semangat kerja yang tinggi dan jiwa dinamis, sehingga lebih memahami hal yang harus dilakukan dalam mencapai suatu tujuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 6 responden tergolong usia muda, yang artinya memiliki fisik dan mental yang kuat, semangat yang tinggi dan jiwa dinamis dalam kemampuan kerja maupun pengambilan keputusan.

Tingkat Pendidikan Responden. Tingkat pendidikan merupakan suatu faktor pendukung dalam suatu kegiatan usaha dan pengambilan keputusan tentang inovasi-inovasi baru yang berhubungan dengan pengembangan suatu usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendidikan

dari 6 responden ada 2 orang diantaranya telah sarjana S1 yakni pemilik usaha bernama Herfin Riski dan konsumen bernama Joni Kuncoro, 3 orang mahasiswa S1 2 orang diantaranya sebagai tenaga kerja di UKM RISKI Narasa dan 1 konsumen Kopi Kaili Sulteng, responden bernama Hariyanto adalah salah satu konsumen yang tingkat pendidikannya SMK.

Tabel 1 menunjukkan, total yang diperoleh tabel IFAS yaitu 0,50 dengan total dari faktor kekuatan yaitu 1,73 dan total dari faktor kelemahan faktor yaitu 1,23 kekuatan yang dimiliki UKM Riski Narasa

lebih besar dari faktor kelemahan. Oleh karena itu UKM Riski Narasa dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor kekuatan yang di miliki untuk lebih meningkatkan usahanya.

Berdasarkan hasil dari perhitungan bobot dan rating faktor internal strategi pengembangan usaha Kopi Kaili Sulteng pada UKM Riski Narasa, diperoleh hasil pengurangan dari kekuatan dengan faktor kelemahan yaitu $1,73 - 1,23 = 0,50$ yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu X, maka sumbu X pada diagram SWOT adalah 0,50.

Tabel 1. IFAS (*Internal Faktor Analisis Summary*) Pada UKM Riski Narasa.

	Faktor internal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)				
1	Bahan baku berkualitas	0,16	4	0,64
2	Memiliki rasa yang khas	0,16	4	0,64
3	Harga Terjangkau	0,15	3	0,45
Total 1				1,73
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1	Peralatan belum memadai	0,14	3	0,42
2	Lokasi kurang strategis	0,13	3	0,39
3	Belum efektifnya promosi	0,09	2	0,18
4	Produk tidak beragam	0,12	2	0,24
Total 2				1,23
Sumbu X (total 1 – total 2)				0,50

Sumber : Data Primer Setelah Diolah,2019

Tabel 2. EFAS (*Eksternal Faktor Analisis Summary*) Pada UKM Riski Narasa

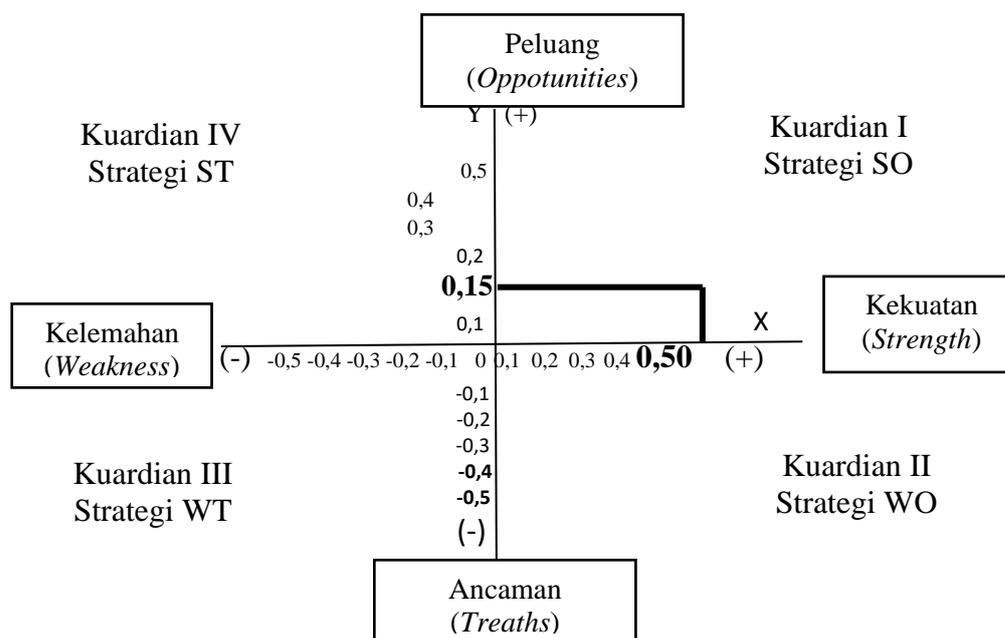
	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
1	Mendapat dukungan dari pemerintah	0,15	4	0,60
2	Adanya sumber informasi	0,15	4	0,60
3	Banyak peminat kopi dari kalangan muda/dewasa	0,13	3	0,39
4.	Pasar tersedia	0,12	3	0,36
Total 1				1,95
Ancaman (<i>Weakness</i>)				
1	Munculnya pesaing baru dengan usaha yang sama	0,15	3	0,60
2	Selera konsumen menurun	0,15	3	0,60
3	Kualitas bahan baku menurun	0,15	3	0,60
Total 2				1,80
Sumbu Y (total 1 – total 2)				0,15

Sumber : Data Primer Setelah Diolah,2019

Tabel 3 Hasil Skoring Faktor Internal dan faktor Eksternal Usaha Kopi kaili Sulteng Pada UKM Riski Narasa

Kriteria	Koordinat	Keterangan
Faktor Internal		
Kekuatan	0,50	Sumbu X
Kelemahan		
Faktor Eksternal		
Peluang	0,15	Sumbu Y
Ancaman		

sumber : Data primer setelah diolah, 2019



Gambar 1 : Diagram Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Kopi kaili Sulteng Pada UKM Riski Narasa

Tabel 2 menunjukkan bahwa total dari faktor EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summary*) adalah 0,50 dengan total dari faktor peluang yaitu 1,95 dan faktor ancaman yaitu 1,80. Hal ini menyatakan bahwa hasil dari faktor peluang lebih besar daripada faktor ancaman. Oleh karena itu UKM Riski Narasa dapat memanfaatkan faktor peluang untuk meningkatkan usahanya.

Berdasarkan hasil perhitungan bobot dan rating pada tabel EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summary*) di peroleh dari pengurangan faktor peluang dan faktor ancaman yaitu $1,95 - 1,80 = 0,15$, hasil tersebut yang menjadi sumbu vertikal atau

sumbu Y pada diagram analisis SWOT. Hasil kualitatif antara faktor internal dan faktor eksternal dari usaha Kopi Kaili Sulteng di UKM Riski Narasa titik tersebut dapat di jadikan acuan dalam menentukan perumusan strategi di lihat dari sisi letak kuadrannya. Berdasarkan hasil pembobotan dapat di simpulkan bahwa total skor faktor internal yang di peroleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu (0,50), sedangkan total faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara total faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu (0,15).

Diagram SWOT pada gambar 1 menunjukkan, posisi strategi untuk

pengembangan usaha Kopi Kaili Sulteng pada UKM Riski Narasa berada pada kuardian I yaitu pada posisi strategi kekuatan – peluang (SO) . Posisi ini memberikan indikasi bahwa ada peluang untuk mengembangkan usaha serta memiliki posisi yang kuat untuk berkembang.

Penentuan Strategi Pengembangan.

Berdasarkan hasil perhitungan dari faktor internal (Tabel 1) dan faktor eksternal (Tabel 2) pada UKM Riski Narasa, maka kekuatan dan peluang lebih besar dibandingkan faktor kelemahan dan ancaman dapat digunakan pendekatan matriks SWOT agar usaha tersebut dapat berkembang. maka penetapan strategi yang dapat digunakan oleh UKM Riski Narasa yaitu strategi SO pada kuadran 1. Strategi SO menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada pada UKM Riski Narasa. Dengan begitu usaha tersebut berada pada pertumbuhan yang dinamis, dimana faktor kekuatan dan peluang lebih besar dibandingkan faktor kelemahan dan ancaman.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan.

Hasil hitung bobot dan rating yang di dapatkan menunjukkan strategi pengembangan usaha yang di terapkan oleh UKM Riski Narasa yaitu strategi S-O (Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang) dimana Faktor Kekuatan = 1,73 dan Peluang = 1,95 faktor Kelemahan = 1,23 dan ancaman = 1,80 dengan perbandingan faktor internal = 0,50 (sumbu X) dan faktor eksternal = 0,15 (Sumbu Y). Strategi pengembangan usaha yang di terapkan oleh UKM Riski Narasa yaitu strategi S-O (Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang) maka strategi yaitu menggunakan biji kopi yang berkualitas, rasa dan aroma kopi memiliki ciri khas yang berbeda dari kopi lain,

sehingga dapat menarik minat masyarakat dari kalangan muda hingga dewasa, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, dan meyakinkan konsumen tentang Produk Kopi Kaili Sulteng memiliki rasa yang khas dan halal, meningkatkan pengetahuan, melalui informasi tentang kopi, selera konsumen, pengolahan kopi yang baik, perusahaan atau pasar.

Saran.

Melalui hasil penelitian dapat di jadikan acuan untuk mewujudkan perkembangan usaha yang di teliti ataupun usaha lain yang bergerak di bidang pertanian, serta menambah wawasan untuk peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2019. *Povinsi Sulawesi Tengah Dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Sulawesi Tengah.Palu
- Budiman, H. 2016. *Prospek Tinggi Bertanam Kopi Pedoman Meningkatkan Kualitas Perkebunan Kopi..*Pustaka Baru Press.Yogyakarta.
- David, F.R. 2004. *Konsep Manajemen Strategi*. Sleman Empat. Jakarta
- Dinas 2017. *Koperasi dan UMKM Kabupaten Sigi dalam Angka 2018*. Dinas koperasi UMKM.Sigi
- Hamsir, H.M, Antara M, Howara D. 2018. Analisis Titik Pulang Pokok usaha Kopi Jahe Pada IKM Sal-Han. *Jurnal Agrotekbis* Vol. 6 (6): 868-877.
- Hariance, R. 2016. *Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta Di Kabupaten Solok..* Jurnal AGRISEP Vol 15 No.1 111 – 126. Fakultas Pertanian Universitas Andalas
- Harris, F. 2012.*Pengembangan Usaha*. <http://harrisfadillah.wordpress.com> . Diakses pada Tanggal 3 September 2019, Palu
- Hidayat, R. 2018. *Strategi Pengembangan Industry Kecil Pengolahan Kopi Bubuk Di Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu*. JURNAL AGHINYA

- STIENSU BENGKULU *Volume 1 Nomor 1* 2621-8348. STLA Bengkulu
- Rahardjo, P. 2012. *Panduan Budidaya Pengelolaan Kopi Arabika Dan Kopi Robusta*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Rangkuti, F. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sihaloho, M.T. 2009. *Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di Kabupaten Humbang Hasudutan*. Skripsi. Departemen Agribisnis. Institut Pertanian. Bogor
- Sriyana, J. 2010. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (Ukm): Studi Kasus Di Kabupaten Bantul*. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi. UII.
- Sulityo, 2010, *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah* *Jurnal Ekonomi MODERNISASI* Fakultas Ekonomi – Universitas Kanjuruhan Malang
- Tundeka, D. 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Kopi Bubuk Pada Industry Bumi Mutiara Di Kota Palu*. *Jurnal Agrotekbis* 6 (6) : 853 – 859.
- Yurhaya. Rustam A.R. 2016. *Analisis Profitabilitas Usaha Kopi Bubuk Pada Industri Bumi Mutiara Di Kota Palu*. *Jurnal Agroland* Vol. 23 (2) : 149-156
- Zulkarnain. Lamusa A. Tangkesalu D. 2013. *Analisis Nilai Tambah Kopi Jahe Pada Industri Sal-Han Di Kota Palu*. *Jurnal Agrotekbis* Vol. 1 (5) : 493-499.