

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI LUWAK DI
KECAMATAN SIPIROK KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

Oleh

INDRA KURNIAWAN
NPM : 1604300143
Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021

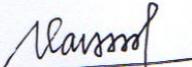
**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI LUWAK DI
KECAMATAN SIPIROK KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

INDRA KURNIAWAN
1604300143
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing


Mailina Harahap. S.P.,M.Si.
Ketua

Ka. Prodi AgB

Akbar Habib. S.P.,MP.
Anggota

Disahkan Oleh:



Assoc. Prof. Dr. Ir. Asritanarni Munar, M.P

Tanggal Lulus : 07 Mei 2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : INDRA KURNIAWAN
NPM : 1604300143

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak Di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (*plagiarisme*), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 21 Januari 2021



Yang menyatakan

INDRA KURNIAWAN

RINGKASAN

INDRA KURNIAWAN (1604300143) dengan judul skripsi **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI LUWAK DI KECAMATAN SIPIROK KABUPATEN TAPANULI SELATAN”** Penelitian ini dibimbing oleh **Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si.**, sebagai Ketua Komisi Pembimbing dan **Bapak Akbar Habib, S.P., M.P.**, sebagai Anggota Komisi Pembimbing.

Lokasi penelitian ini di Kecamatan Sipirok, Kabupaten Tapanuli Selatan. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan cara sengaja, pengumpulan data penelitian ini diperoleh dari kuesioner dan wawancara dengan data primer dan data sekunder. Metode penarikan sampel dilakukan dengan metode sensus (nonprobability sampling) atau disebut sampel jenuh yang dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) faktor internal yang berperan besar dalam kegiatan usaha kopi luwak adalah kualitas produk yang dihasilkan sangat baik dan harus dipertahankan agar terjaminnya kualitas maupun kuantitas dalam strategi pengembangan usaha kopi luwak di Kecamatan Sipirok. (2) faktor eksternal yang paling berpengaruh adalah kopi luwak khas Sipirok yang dapat dikembangkan dengan tetap menjaga mutu serta mengikuti perkembangan zaman adalah langkah yang harus diambil oleh pelaku usaha kopi luwak agar dapat mengembangkan usahanya menuju pasar yang lebih luas dan demi memperkenalkan ciri khas dari Kecamatan Sipirok.

RIWAYAT HIDUP

Indra Kurniawan Dilahirkan di Padang Sidempuan Kabupaten Tapanuli Selatan Pada 27 Agustus 1997 Merupakan Anak Keempat Dari Lima Bersaudara, Anak Dari Ayahanda Yahya Simatupang dan Ibunda Damsiani Siregar.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh hingga saat ini adalah sebagai berikut:

1. Pada Tahun 2004-2010 menjalani pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 102410 Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.
2. Pada Tahun 2010-2013 menjalani pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.
3. Pada Tahun 2013-2016 menjalani pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.
4. Pada Tahun 2016 menjalani pendidikan Strata 1 (S1) Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Pada Program Agribisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Pada Bulan Agustus 2019 melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Timbang Deli Kecamatan Galang Kabupaten Tapanuli Selatan.
6. Pada Tanggal 2 September – 30 September melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PTP. NUSANTARA III Unit Kebun Bangun.
7. Bulan Januari-Februari 2021 melaksanakan penelitian Skripsi di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas Kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI LUWAK DI KECAMATAN SIPIROK KABUPATEN TAPANULI TAPANULI SELATAN.”**

Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua Orang Tua saya Ayahanda Yahya Simatupang dan Ibunda Damsiani Siregar yang telah banyak memberikan kasih sayang serta dukungan moral maupun material.
2. Ibu Assoc. Prof. Dr. Ir. Asritanarni Munar, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si., selaku wakil dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si., selaku Ketua Komisi Pembimbing.
7. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P., selaku Anggota Komisi Pembimbing.
8. Ibu Ir. Gustina Siregar, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Seluruh Staf Pengajar dan Pegawai Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

10. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan untuk dapat lebih baik dan berguna bagi si pembaca dan si penulis.

Medan, Maret 2020

Indra Kurniawan

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN.....	i
RINGKASAN	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	5
Tujuan Penelitian.....	6
Manfaat Penelitian.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
Strategi Pengembangan	7
Kopi (<i>Coffea sp.</i>)	8
Luwak (<i>Paradoxurus hermaphroditus</i>)	11
Analisis SWOT	14
Penelitian Terdahulu.....	18
Kerangka Berpikir	19
METODE PENELITIAN.....	21
Metode Penentuan Daerah Penelitian.....	21
Metode Pengambilan Sampel	21
Metode Pengambilan Data.....	22

Metode Pengumpulan Data	22
Metode Analisis Data	22
Defenisi dan Batasan Operasional	23
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	24
Letak dan Luas Daerah	24
Keadaan Penduduk	24
KARAKTERISTIK SAMPEL	27
Umur Petani Sampel	27
Tingkat Pendidikan Sampel	28
Pengalaman Sampel	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	30
Faktor Internal	30
Kekuatan	30
Kelemahan	31
Faktor Eksternal	31
Peluang	32
Ancaman	33
Strategi	34
KESIMPULAN DAN SARAN	51
Kesimpulan	51
Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Produksi Kopi di Kabupaten Tapanuli Selatan Pada Tahun 2019	2
2.	Matriks Faktor Internal/Eksternal	13
3.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	25
4.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Usia.....	25
5.	Distribusi Penduduk Menurut Agama dan Keyakinan	26
6.	Distribusi Penduduk Menurut Jenjang Pendidikan.....	26
7.	Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Umur.....	24
8.	Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Pengalaman Berusaha.....	29
9.	Faktor Strategi Internal (IFAS)	36
10.	Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	38
11.	Matriks SWOT	41

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	19
2.	Diagram Kartesius.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Sampel.....	53
2.	Rekap Kuesioner Faktor Internal Kekuatan.....	54
3.	Rekap Kuesioner Faktor Internal Kelemahan.....	54
4.	Rekap Kuesioner Faktor Eksternal Peluang.....	55
5.	Rekap Kuesioner Faktor Eksternal Ancaman.....	55
6.	Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal.....	56
7.	Tabel IFE Strategi Pengembangan Usaha.....	57
8.	Tabel EFE Strategi Pengembangan Usaha.....	58
9.	Surat Perjanjian Kerjasama.....	59

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini dapat diukur dari sektor pertanian untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Dalam pembangunan ekonomi pada sektor pertanian perlu dilakukan dan diamati dalam hal agribisnis dan agroindustri. Apabila penanganan pembangunan dalam dua sektor tersebut dapat difokuskan, maka sektor pertanian akan dapat lebih diberdayakan. Sehingga dapat memajukan kualitas maupun kuantitas yang diperlukan dalam pencapaian guna membangun kebutuhan dan keinginan masyarakat (Adrianto dkk, 2015).

Tanaman perkebunan juga mempunyai peranan penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Budidaya perkebunan secara umum dapat dikatakan sebagai sumber usaha atau kegiatan yang dapat meningkatkan mutu dari sumber daya manusia (SDM) yang berada pada suatu daerah tertentu yang memang kuat terhadap perkebunan dan menghasilkan produk yang khas dari suatu daerah tersebut. Namun tidak sembarang daerah dapat menghasilkan tanaman yang mereka inginkan, hal tersebut perlu diperhatikan sebab tiap-tiap daerah memiliki tanaman tanah ataupun suhu yang berbeda yang dibutuhkan tiap tanaman. Komoditas perkebunan antara lain sawit, karet, cengkeh, kelapa, kapas, tebu, teh, dan kopi.

Salah satu daerah dengan penghasil kopi terbaik adalah Kecamatan Sipirok yang terletak di Kabupaten Tapanuli Selatan. Kopi ini memiliki beberapa keunggulan diantaranya, buah lebat dan besar, mampu berbuah sepanjang tahun

dan tahan terhadap serangan hama. Tingginya produksi kopi namun tidak diimbangi dengan jumlah buruh petik menyebabkan banyak biji kopi matang dimakan oleh hama luwak yang berasal dari hutan semak yang bersebelahan langsung dengan perkebunan kopi. Kopi luwak merupakan salah satu produk yang dihasilkan di daerah Kecamatan Sipirok. Karena banyaknya tanaman kopi yang ditanam di daerah Kecamatan Sipirok membuat kopi telah menjadi ciri khas. Oleh sebab itu perlu dilakukan langkah yang inovatif agar dapat pula membuka lapangan pekerjaan. Untuk menghasilkan kopi luwak yang berkualitas perlu dilakukan strategi dalam pengembangan usaha kopi luwak tersebut (Budiman, 2015).

Tabel 1. Produksi Kopi di Kabupaten Tapanuli Selatan pada tahun 2019

No	Tapanuli Selatan	TBM	TM	TTM	Jumlah	Produksi per/ton	Produksi (Kg/Ha/Thn)	KK Petani
1	Aek Bilah	47.00	220.00	156.00	423.00	232.00	1,054.55	41.00
2	Angkola Barat	12.00	6.00	1.00	19.00	6.75	1,125.00	28.00
3	Angkola Sangkunar	6.00	2.00	2.00	10.00	1.75	875.00	9.00
4	Angkola Selatan	12.00	21.00	16.00	49.00	22.00	1,047.62	20.00
5	Angkola Timur	168.50	127.00	3.00	298.50	128.75	1,013.78	54.00
6	Arse	335.00	130.00	170.00	635.00	151.50	1,165.38	1,413.00
7	Batang Angkola	9.00	13.00	1.00	23.00	10.00	769.23	5.00
8	Batang Toru	3.00	4.00	0.50	7.50	4.29	1,072.50	8.00
9	Marancar	134.50	232.50	5.00	372.00	264.00	1,135.48	40.00
10	Muara Batang Toru	0.50	1.00	0.00	1.50	0.50	500.00	2.00
11	PP Batu Barat	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
12	Saipor Dolok Hole	671.00	455.00	264.00	1,390.00	329.50	724.18	280.00
13	Sayur Matinggi	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
14	Sipirok	689.00	546.50	170.00	1,405.50	689.00	1,260.75	612.00
15	Tantom Angkola	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Sumber : Badan Pusat Statistik 2019

Kecamatan Sipirok memiliki potensi yang besar dalam pengembangan usaha kopi luwak. Terjaminnya ketersediaan bahan baku dengan produk khas lokal menjadi potensi untuk pengembangan usaha kopi luwak. Disamping itu, yang dihasilkan oleh produk kopi luwak bubuk cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengolahan kopi luwak bubuk di Kecamatan Sipirok sangat menguntungkan sehingga memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan. Sebagai minuman yang memiliki banyak manfaat, kopi saat ini juga memiliki eksistensi yang cukup tinggi. Permintaan kopi semakin tinggi dari tahun ke tahun sehingga menjadi peluang bagi usaha, berdasarkan catatan Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia bahwa rata-rata masyarakat Indonesia kini mengonsumsi kopi sebanyak 1,6–1,7 kg/kapita/tahun (Agustin, 2016). Namun, pengembangan usaha kopi luwak masih dihadapkan pada beberapa kendala seperti lemahnya permodalan sehingga sulit dalam perolehan peralatan dengan teknologi yang lebih modern dan tepat guna. Hal ini menyebabkan keuntungan yang diperoleh belum optimal. Tingkat ke higienisan atau kebersihan dari kopi luwak juga menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli. Sebab beberapa kalangan masyarakat masih berpandangan kopi luwak adalah hal yang kotor untuk diminum. Dengan pengembangan yang efektif dan efisien diharapkan dapat merubah merubah sudut pandang masyarakat terhadap kopi luwak. Untuk itu, perlu dilakukan pengembangan usaha.

Dalam proses pengembangan sebuah usaha, perlu diperhatikan lingkungan internal dan eksternalnya. Suatu usaha akan tetap bertahan jika pengusaha mampu mengidentifikasi potensi dan kelemahan yang ada. Dengan mengetahui potensi kelemahan, maka dapat membantu pengusaha untuk menyusun alternatif strategi

yang tepat yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha. Untuk itu, dibutuhkan suatu strategi untuk mempertahankan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan ancaman dalam pengembangan usaha ini.

Kopi luwak merupakan minuman yang saat ini sangat disukai oleh banyak masyarakat. Dalam pengembangannya kopi luwak telah masuk dalam daftar yang paling dicari untuk dapat dinikmati. Karena memiliki kandungan kafein yang lebih rendah dibandingkan kopi lainnya. Kafein berguna untuk menstimulasi sistem saraf pusat yang dapat membuat rileks serta menenangkan. Hal ini tentu menjadi salah satu faktor penyebab semakin meningkatnya konsumen yang menginginkan kopi luwak sebagai minuman favorit (Nugraha dkk, 2017).

Di wilayah Sipirok juga terkenal dengan kopi luwak. Musang yang juga dikenal dengan sebutan luwak ini dengan caranya yang unik yakni memamah kopi lalu mengeluarkannya dari perutnya berhasil membuat harga kopi lebih tinggi dengan rasa yang lebih nikmat. Cara yang dilakukannya agar setelah makan tidak terlalu jauh dari ladang kopi. Dengan tanaman pelindung yang ditanam petani luwak tersebut akan mengeluarkan kotorannya disekitar pohon kopi sebelum akhirnya kembali ke hutan. Berbeda dengan hewan lainnya, kotoran yang dikeluarkan oleh luwak dapat diproses menjadi kopi yang sangat nikmat.

Buah yang dimakan luwak dalam kotorannya biji kopinya akan menyatu, namun tetap ada beberapa yang berserak namun tidak terlalu jauh dari tempat luwak tersebut memakan kopi. Begitu pun luwak tidak menempatkannya di batang kayu yang tidak bercampur dengan pasir sehingga petani mudah membedakannya. Setelah petani mengetahui keberadaan luwak bisa bermanfaat, kini petani mulai menanam tanaman pelindung. Dengan demikian petani dapat

memperoleh kopi luwak liar tersebut. Namun, cara ini masih belum banyak digunakan oleh setiap petani kopi.

Dalam beberapa kejadian masyarakat yang meminum kopi, khususnya kopi luwak kebanyakan hanya karena ingin ikuti zaman tanpa tahu apa sebenarnya yang menjadi pokok utama dalam pembuatan kopi luwak. Standar kopi yang dibuat adalah salah satu faktor yang berpengaruh pada pembuatan kopi luwak. Demi merubah pola pikir masyarakat dan penyesuaian keinginan konsumen, kopi luwak harus sangat memperhatikan rasa, kualitas, dan eksistensi dan kehalalan kopi luwak dalam proses pembuatan dan pengembangannya.

Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor internal dan eksternal dalam strategi pengembangan usaha kopi luwak di Kecamatan Sapiro?
2. Bagaimana strategi yang harus digunakan dalam pengembangan usaha kopi luwak di Kecamatan Sapiro?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal dalam strategi pengembangan usaha kopi luwak di Kecamatan Sapiro.
2. Untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam strategi pengembangan usaha kopi luwak di Kecamatan Sapiro.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik bagi petani, penulis, maupun pembaca.

1. Bagi petani penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran untuk terus memproduksi kopi luwak.
2. Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dan menambah pengetahuan, serta sebagai pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh selama kuliah.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak.
4. Bagi pihak- pihak yang membutuhkan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi, wawasan dan pengetahuan serta sebagai acuan bagi penelitian berikutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pengembangan

Pengertian Strategi

Strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang diambil oleh organisasi. Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana yang berfokus pada upaya peningkatan atau pencapaian suatu tujuan dari perusahaan yang terkait. Penggunaan strategi sangat penting guna meminimalisir kegagalan atau kesalahan yang akan atau sedang terjadi. Agar didapat rencana yang sesuai dengan maksud menuju perusahaan, wirausaha atau organisasi yang mumpuni.

Dengan demikian, istilah “strategi” dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Suatu strategi terdiri dari suatu kumpulan pilihan yang terintegrasi, dan perlu disadari bahwa pilihan tersebut belum tentu dapat menjangkau atau memenuhi pilihan yang dianggap penting dari suatu hal yang dihadapi oleh pimpinan atau eksekutif. Secara jelas, “strategi” merupakan suatu peralatan komunikasi, dimana orang strategis harus berupaya untuk dapat meyakinkan bahwa orang yang tepatlah yang dapat mengetahui apa maksud dan tujuan dari organisasinya, serta bagaimana hal tersebut ditempatkan dalam pelaksanaan aksinya, atau direalisasikannya. Dengan demikian, “strategi” 7 diarahkan untuk bagaimana organisasi itu berupaya memanfaatkan atau mengusahakan agar dapat mempengaruhi lingkungannya.

Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha.

Kopi (*Coffea sp.*)

Kopi (*Coffea sp.*) adalah spesies tanaman berbentuk pohon yang termasuk dalam family Rubiaceae dan genus *Coffea*. Tanaman ini tumbuhnya tegak, bercabang, dan bila dibiarkan tumbuh mencapai 12 meter. Daunnya bulat dengan ujung agak meruncing, daun tumbuh berhadapan pada batang, cabang dan ranting-rantingnya.

Kopi dapat tumbuh dalam berbagai kondisi lingkungan, tetapi untuk mencapai hasil yang optimal memerlukan persyaratan tertentu. Zona terbaik pertumbuhan kopi adalah antara 20° LU dan 20° LS. Indonesia yang terletak pada 5°LU dan 10° LS secara potensial merupakan daerah kopi yang baik. Sebagian besar daerah kopi di Indonesia terletak antara 0-10° LS yaitu Sumatera Selatan, Lampung, Bali, Sulawesi Selatan dan sebagian kecil antara 0-5° LU yaitu Aceh dan Sumatera Utara.

Adapun klasifikasi tanaman kopi (*Coffea sp.*) adalah sebagai berikut :

Kingdom : *Plantae*

Subkingdom : *Tracheobionta*

Super Divisi : *Spermatophyta*

Divisi : *Magnoliophyta*

Kelas : *Magnoliopsida*

Sub Kelas : *Asteridae*

Ordo : *Rubiales*

Famili : *Rubiaceae*

Genus : *Coffea* Spesies : *Coffea sp.* (*Coffea arabica* L., *Coffea canephora*, *Coffea liberica*).

Jenis dan Varietas Tanaman Kopi

Jenis kopi yang banyak dibudidayakan yakni kopi arabika (*Coffea arabica*) dan robusta (*Coffea canephora*). Sementara itu, ada juga jenis kopi liberika (*Coffea liberica*) yang merupakan perkembangan dari jenis robusta. Setiap daerah memiliki varietas dan klon unggul yang berbeda-beda. Setiap varietas harus diuji produktivitas ketahanannya.

Kopi Arabika (*Coffea arabica*)

Awalnya, jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia adalah arabika, lalu liberika dan terakhir kopi jenis robusta. Kopi jenis arabika sangat baik ditanam di daerah yang berketinggian 1.000-2.100 meter di atas permukaan laut (dpl). Semakin tinggi lokasi perkebunan kopi, cita rasa yang dihasilkan oleh biji kopi akan semakin baik. Karena itu, perkebunan kopi arabika hanya terdapat di

beberapa daerah tertentu (di daerah yang memiliki ketinggian di atas 1.000 meter).

Kopi Robusta (*Coffea canephora*)

Kopi robusta dapat dikatakan sebagai kopi kelas dua, karena rasanya yang lebih pahit dan sedikit asam, dan mengandung kadar kafein yang jauh lebih banyak. Selain itu cakupan tempat tumbuh kopi robusta lebih tinggi daripada kopi arabika yang harus ditumbuhkan pada ketinggian tertentu. Kopi robusta dapat ditumbuhkan pada ketinggian 800 mdpl. Selain itu kopi ini lebih resisten terhadap serangan hama dan penyakit. Hal ini menjadikan kopi robusta lebih murah.

Kopi liberika (*Coffea liberica*)

Dahulu, kopi liberika pernah dibudidayakan di Indonesia, tetapi sekarang sudah ditinggalkan oleh perkebunan atau petani. Pasalnya, bobot biji kopi keringnya hanya sekitar 10% dari bobot kopi basah. Selain perbandingan bobot basah dan bobot kering, rendeman biji kopi liberika yang rendah merupakan salah satu faktor tidak berkembangnya jenis kopi liberika di Indonesia. Rendeman kopi liberika hanya sekitar 10-12%. Karakteristik biji kopi liberika hampir sama dengan jenis arabika. Pasalnya, liberika merupakan pengembangan dari jenis arabika.

Kopi arabika dan kopi robusta menjadi pilihan petani Sipirok untuk dapat ditanam. Karena dapat tumbuh dengan baik sehingga menghasilkan kopi dengan kualitas yang baik. Sedangkan untuk kopi luwak sendiri, keduanya merupakan kopi yang sering dimakan oleh luwak. Namun yang paling dominan adalah kopi arabika. Sebab kopi arabika lebih banyak ditanam di daerah Kecamatan Sipirok,

di daerah Sipirok kopi arabika disebut juga dengan nama kopi ateng. Kopi ateng inilah yang nanti akan menjadi kopi luwak setelah dimakan luwak.

Adapun klasifikasi luwak *Paradoxurus hermaphroditus* adalah sebagai berikut :

Kingdom : *Animalia*
Filum : *Chordata*
Kelas : *Mamalia*
Ordo : *Carnivora*
Famili : *Viverridae*
Subfamili : *Paradoxurinae*
Genus : *Paradoxurus*
Spesies : *Paradoxurus hermaphrodites*

Berikut adalah beberapa jenis luwak, yaitu :

Luwak (*Paradoxurus hermaphrodites*)

Menyebar luas dari India dan bagian utara Pakistan di barat, Sri Lanka, Bangladesh, Burma, Asia Tenggara, Tiongkok Selatan, Semenanjung Malaya hingga Filipina. Di Indonesia tersebar di pulau Sumatera, Kalimantan, Jawa, Nusa Tenggara, Sulawesi bagian Selatan, serta Taliabu dan Seram di Maluku.

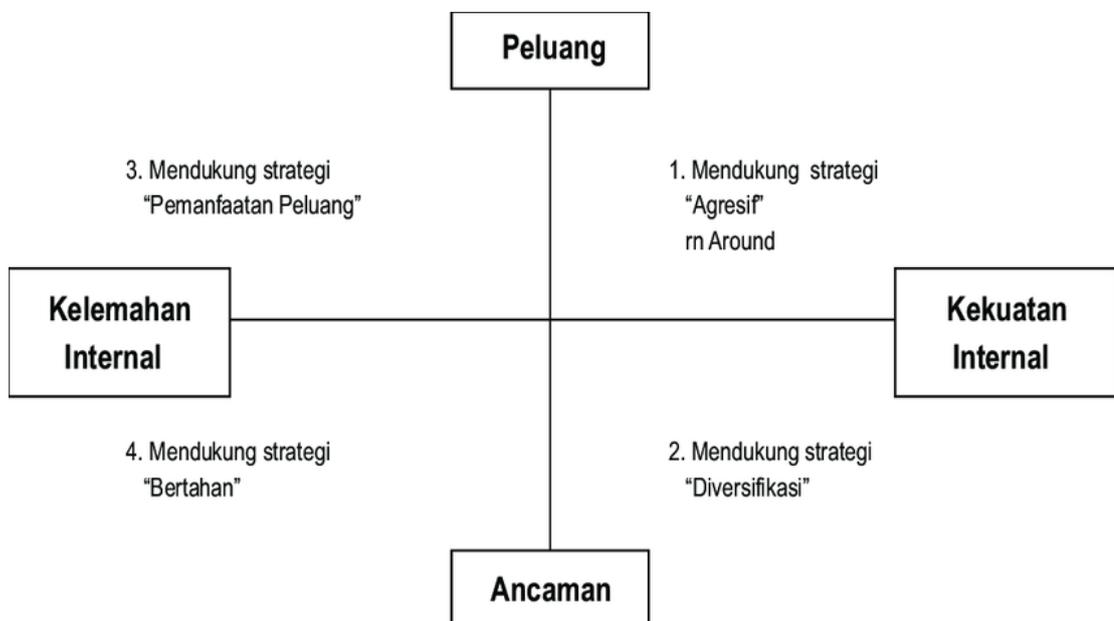
Paradoxurus zeylonensis, menyebar terbatas di Sri Lanka.

Luwak Akar (*Arctogalidia trivirgata*)

Memiliki ciri-ciri yaitu, warna rambut bagian samping abu-abu kehitaman. Warna keseluruhan kepala hitam pada bagian dahi ada garis berwarna putih, bentuk telinga membulat dan warna rambut pada leher coklat. Bagian punggung berwarna hitam kecoklatan. bagian dada berwarna kecoklatan hingga bagian perut

tubuh luwak ditutupi oleh rambut berwarna coklat kehitaman. Pada bagian kaki dan ekor berwarna hitam.

Secara umum luwak memiliki ukuran tubuh sedang, dan panjang total sekitar 90cm (termasuk ekor) dan berat rata-rata 30kg. Warna rambut dari luwak adalah abu-abu kecoklatan dengan ekor hitam-coklat mulus. Sisi atas tubuh berwarna hitam kecoklatan dengan variasi abu-abu. Luwak memiliki beberapa bintik hitam di seluruh tubuhnya. Habitat yang disukai oleh luwak adalah semak-semak, hutan sekunder, perkebunan dan sekitar permukiman manusia.



Gambar 1. Diagram analisis SWOT

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah

menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi.

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal (Rangkuti, 2014).

Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Internal/Eksternal

Faktor Internal/Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Peluang			
Ancaman			
Total	1,00		

a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan untuk IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) dan yang menjadi peluang dan ancaman untuk EFAS (Eksternal Strategic Factors Analysis Summary) dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 faktor IFAS dan EFAS).

b) Bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).

c) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang

bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan faktor peluang bersifat positif. Pemberian nilai rating faktor kelemahan dan faktor ancaman adalah negatif/kebalikannya. Jika ratingnya sangat besar, ratingnya adalah skala mulai dari 1 (outstanding) sampai dengan 4 (poor).

d) Kalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).

Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Analisis SWOT

SWOT merupakan teknik yang relatif sederhana. Karena itu, sebenarnya ia dapat digunakan untuk memformulasikan strategi dan kebijakan bagi setiap industri. Tentu saja analisis atau strategi yang dirumuskan dalam SWOT analisis bukanlah sebuah tujuan. Ia cuma alat yang memudahkan kita dalam menganalisis dan merumuskan strategi (Amir, 2013). Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Masing-masing alternatif strategi tersebut adalah :

1) Strategi SO (Strength-Opportunity)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2) Strategi ST (Strength-Threat)

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.

3) Strategi WO (Weakness-Opportunity)

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

4) Strategi WT (Weakness-Threat)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

Tahapan proses penentuan strategi berdasarkan matriks SWOT adalah sebagai berikut :

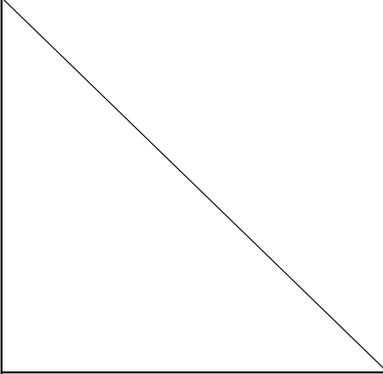
- a) Tentukan peluang-peluang penting bagi perusahaan.
- b) Tentukan ancaman-ancaman serius bagi perusahaan.
- c) Tentukan kekuatan-kekuatan utama internal perusahaan.
- d) Tentukan kelemahan-kelemahan dominan internal perusahaan.
- e) Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kekuatan-kekuatan internal yang perlu dimanfaatkan dan peluang-peluang eksternal yang dicoba untuk diraih. Catat hasilnya dalam sel SO.

f) Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kelemahan-kelemahan internal yang ada dan peluang-peluang eksternal yang dicoba untuk diraih. Catat hasilnya dalam sel WO.

g) Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengkombinasikan antara kekuatan-kekuatan internal yang ada dan ancaman-ancaman yang mungkin timbul. Catat hasilnya dalam ST.

h) Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengkombinasikan antara kelemahan-kelemahan internal yang ada dan ancaman eksternal yang mungkin timbul (Umar, 2014)

Tabel 3. Matriks SWOT

	<p><i>Strengths (S)</i> Susunlah daftar kekuatan-kekuatan kunci internal usaha tani.</p>	<p><i>Weaknesses (W)</i> Susunlah daftar kelemahan-kelemahan kunci internal usaha tani.</p>
<p><i>Opportunities (O)</i> Susunlah daftar peluang-peluang kunci eksternal usaha tani.</p>	<p><i>Strategi SO</i> Hasilkan strategi strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.</p>	<p><i>Strategi WO</i> Hasilkan strategi strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.</p>

<p><i>Threats (T)</i> Susunlah daftar ancaman-ancaman kunci eksternal usaha tani.</p>	<p><i>Strategi ST</i> Hasilkan strategi Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.</p>	<p><i>Strategi WT</i> Hasilkan strategi strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.</p>
--	--	--

Berdasarkan Matrik SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi: Strategi SO (Strength-Opportunities), Strategi WO (Weaknesses-Opportunities), Strategi ST (Strength-Threats), Strategi WT (Weaknesses-Threats) (Rangkuti, 2014).

Penelitian Terdahulu

Ari Arsyadi Fattarani, dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika di Kabupaten Aceh Tengah. Seiring semakin banyaknya pengusaha yang berbisnis kopi olahan menyebabkan persaingan antar industri kopi olahan semakin ketat. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi yang baik agar suatu industri dapat bersaing dan bertahan meskipun terdapat banyak saingan. Menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, perlu menerapkan strategi-strategi pengembangan yang dapat mendukung pengembangan industri tersebut. Analisis SWOT merupakan salah satu metode analisis yang digunakan untuk merumuskan alternatif strategi sesuai dengan kondisi internal dan eksternal yang ada di lingkungan industri (Zaputra dkk, 2015).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dihadapi usaha serta menentukan strategi pengembangan usaha.

Yuni Dwi Kartika, dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika di PT. GOLDEN MALABAR. Strategi yang diterapkan saat ini di PT Golden Malabar Indonesia adalah memasok kopi *green bean* yang merupakan bahan baku produk *roasted bean* (kopi sangrai) dan *ground* (kopi bubuk), dari lahan kebun sendiri. Berbeda dengan PT Sinar Mayang Lestari yang

menggunakan strategi pasokan bahan baku sebanyak 20% dari lahan kebun sendiri dan 80% dari mitra/agen (Aknesia dkk, 2015).

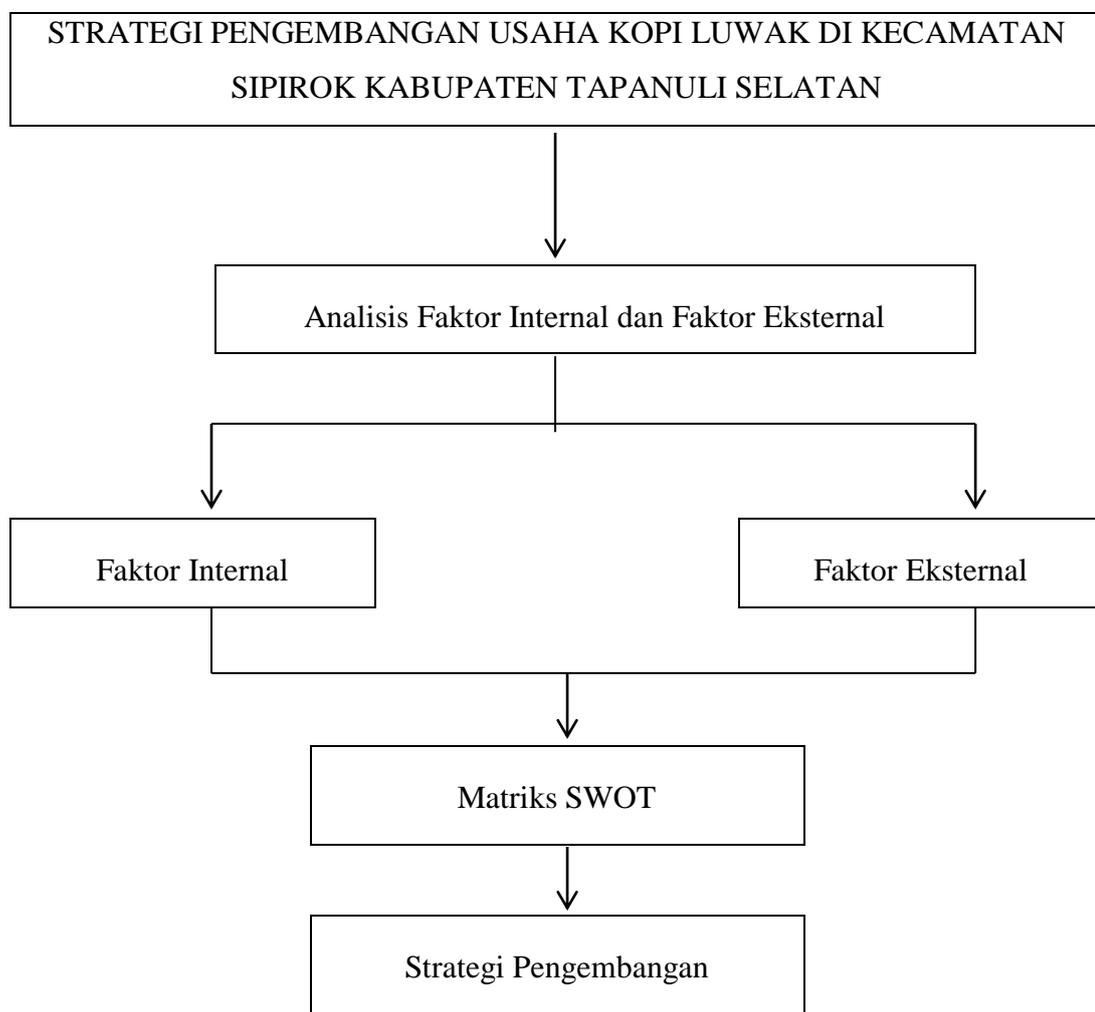
Penelitian ini terfokus hanya pada strategipengembangan bisnis ekspor kopi arabika. Lokasi riset di lakukan hanya pada PT Golden Malabar Indonesia yang berlokasi di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Kerangka Berfikir

Pengembangan usaha kopi luwak merupakan usaha yang perlu dikembangkan di Kecamatan Sipirok karena menjadi suatu alternatif bagi petani kopi karena semakin banyaknya minat terhadap kopi luwak. Kopi adalah minuman yang paling banyak dicari karena memang kebiasaan masyarakat di Sipirok adalah minum kopi. Dengan mengembangkan usaha kopi luwak tentu akan meningkatkan keinginan konsumen agar dapat membantu para petani kopi dalam meneruskan usahanya dalam pembuatan kopi luwak. Karenanya dibutuhkan strategi dalam meningkatkan usaha dan kualitas dalam usaha kopi luwak yang didapat dari faktor internal dan faktor eksternal.

Strategi pengembangan yang diamati adalah tentang langkah yang harus dilakukan dalam peningkatan serta kemajuan pembuatan kopi luwak yang berkualitas dan memenuhi standar yang pas untuk dapat lebih menarik minat dari konsumen. Dengan memperhatikan kebersihan, warna, serta cita rasa yang khas dari kopi luwak tersebut. Sebabnya diperlukan strategi bagaimana meyakinkan masyarakat untuk dapat menunjang supaya pengembangan usaha yang akan dijalankan dilakukan dengan efektif dan efisien.

Setelah diperoleh kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman maka dapat dirumuskan dalam matriks SWOT. Tujuan utama dari penelitian ini adalah menentukan strategi paling tepat dan mampu memberikan dampak yang cukup besar bagi para petani kopi. Tujuan ini juga diharapkan mampu meningkatkan kualitas kopi luwak yang dapat mengatasi masalah yang terjadi perumusan strategi pengembangan tersebut dapat dilihat pada gambar ;



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

—————> : Menyatakan Hubungan

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sipirok dengan pertimbangan bahwa lokasi penelitian merupakan daerah yang mengolah kopi luwak bubuk dengan bahan baku biji kopi luwak yang berasal dari biji kopi khas daerah. Objek dalam penelitian ini adalah usaha yang mengolah kopi luwak bubuk di Kecamatan Sipirok. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari observasi lapangan dan wawancara, sedangkan data sekunder berasal dari instansi instansi terkait, studi kepustakaan, internet, laporan-laporan dan hasil-hasil penelitian yang terkait dengan penelitian ini.

Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sipirok. Daerah penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu berdasarkan pertimbangan tertentu. Karena daerah penelitian merupakan daerah tempat tinggal penulis dan merupakan daerah yang menghasilkan kopi dengan ciri khas yang menjadi dasar dari penentuan lokasi tersebut. Lokasi penelitian yang dipilih adalah unit usaha kopi luwak yang berada di daerah Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.

Metode Pengambilan Sampel

Penentuan sampel dilakukan melalui metode sensus dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah seluruh usaha kopi luwak yang ada di daerah penelitian. Adapun jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 10 sampel.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability* sampling atau istilah yang disebut sampel jenuh dimana menurut sugiono (2014), menyatakan bahwa teknik penentuan sampel bila semua anggota populasinya digunakan sebagai sampel. Berdasarkan pengertian diatas maka dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu seluruh jumlah populasi usaha kopi luwak yang berjumlah 10 unit usaha.

Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, data primer adalah teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada petani kopi luwak menggunakan kuesioner terstruktur sedangkan data sekunder merupakan data pelengkapan yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait serta literatur – literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara yaitu :

a. Kuisisioner

Dalam penelitian ini kuisisioner diberikan langsung kepada responden dan responden diharuskan untuk membaca terlebih dahulu mengenai data peneliti, mengisi data pribadi, dan membaca pertanyaan secara seksama untuk kemudian menjawab skala penilaian yang ada dan dipilih.

b. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dimana dilakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian. Observasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.

Metode Analisis Data

Menyelesaikan masalah pertama dan kedua pada penelitian ini dengan menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha (Strategi SO, ST, WO, dan WT). Analisis ini didasarkan terhadap logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threat).

Defenisi Dan Batasan Operasional

Adapun definisi dan batasan operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan (Strengths) adalah unsur-unsur yang jika digunakan dengan baik akan memperkuat tujuan atau sasaran.
2. Kelemahan (Weakness) adalah kekurangan yang jika dibiarkan akan menggerogoti kekuatan sehingga tujuan menjadi tidak tercapai atau gagal.
3. Peluang (Opportunities) adalah kesempatan yang ada sehingga jika kita mempergunakan kesempatan secara efektif dan tepat guna memungkinkan sasaran dapat dicapai dengan baik.

4. Ancaman (Thrats) adalah bahaya atau gangguan yang terdapat dalam suatu sistem yang jika dibiarkan akan menggerogoti kekuatan yang ada dan membuat usaha semakin lemah.
5. Strategi pengembangan adalah usaha-usaha yang dilakukan guna mengembangkan usaha kopi luwak.
6. Kopi luwak adalah seduhan kopi menggunakan biji kopi yang diambil dari sisa kotoran luwak/musang.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak Dan Luas Daerah

Kecamatan Sipirok merupakan salah satu daerah yang terletak diwilayah Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara dengan Luas Wilayah sebesar 40.936,52 Ha. Jarak desa Parsalakan Dengan Kecamatan Angkola Barat (Ibu kota Kecamatan) adalah 9 km, dan Kecamatan Sipirok ke ibu kota provinsi Sumatera Utara (Medan) adalah 446 km. Secara administrasi Kecamatan Sipirok mempunyai batas- batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Arse
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Angkola Timur
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Marancar
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Paluta

Keadaan penduduk

Penduduk di Kecamatan sipirok pada tahun 2019 berjumlah 31.342 jiwa atau 540 kepala keluarga. Terdiri dari berbagai suku yaitu suku Batak, Minang,

Nias dan Melayu. Sementara jumlah suku terbanyak adalah suku Batak. Berdasarkan jenis kelamin jumlah penduduk perempuan sebanyak 1260 jiwa (80,07%) dari total penduduk sebesar 31.342 jiwa dan penduduk laki- laki berjumlah 15,522 jiwa. Data ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk perempuan lebih banyak dari pada jumlah penduduk laki- laki. Berikut distribusi penduduk berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 3. Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	15.522	49,91
2	Perempuan	15.820	50,19
	Jumlah	31.342	100

Sumber: Sumber: BPS Sipirok, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk jenis kelamin laki-laki lebih sedikit dibanding dengan jenis kelamin perempuan, dengan selisih persentase jumlah penduduk sebesar 0,38%.

a. Distribusi penduduk berdasarkan Usia

Berikut adalah distribusi penduduk di Kecamatan sipirok berdasarkan golongan usia:

Tabel 4. Distribusi Penduduk Berdasarkan Usia

Kelompok Umur	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
---------------	---------------	----------------

(Tahun)		
>25 tahun	11.580	45,87
17-25 tahun	4.740	18,77
5-17 tahun	8.510	33,71
1-5 tahun	410	1,62
Total	31.342	100.00

Sumber: BPS Sipirok, 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kelompok umur yang mempunyai jumlah paling besar adalah kelompok umur 25 tahun keatas yaitu 11.580 (45,87%) dari total 31.324 jiwa penduduk. Dan jumlah yang paling sedikit berada pada kelompok umur 1-5 tahun yaitu sebesar 410 jiwa (1,62%) sedangkan umur 17-25 tahun berjumlah 4740 jiwa (18,77%), umur 5-17 tahun berjumlah 8.510 jiwa (33,71%).

b. Jumlah Penduduk Berdasarkan Keyakinan

Berdasarkan jumlah penduduk menurut agama, penduduk di kecamatan Sipirok seluruhnya memeluk agama Islam yaitu sebanyak 2524 jiwa.

Tabel 5. Distribusi Penduduk Menurut Agama Atau Keyakinan

No	Agama	Jumlah	Persentase (%)
1	Islam	31.121	100
2	Kristen	342	0
3	Hindu/Budha	0	0

Sumber: BPS Sipirok, 2019

c. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan rata-rata penduduk di Kecamatan sipirok ini hanya mampu menyelesaikan pendidikan hingga jenjang Sekolah Dasar (SD). Namun demikian, tidak sedikit pula penduduk yang dapat menyelesaikan pendidikannya hingga SLTA bahkan sarjana. Secara keseluruhan perhatian penduduk setempat terhadap tingkat pendidikan sudah cukup baik dilihat dari

telah banyaknya penduduk yang menyelesaikan pendidikan dasar 9 tahun dan telah ada penduduk yang menempuh jenjang pendidikan hingga sarjana. Berikut distribusi penduduk menurut tingkat pendidikan di Kecamatan Sipirok.

Tabel 6. Distribusi Penduduk Menurut Jenjang Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah
1	Tidak tamat SD	397
2	SD	1.067
3	SMP	5.710
4	SMA	17.280
5	Akademi/D1-D3-S1	457
Total		31274

Sumber: BPS Sipirok 2019

Tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat penduduk paling banyak adalah SD yaitu sebesar 1.067 jiwa dan tingkat pendidikan yang paling sedikit jumlahnya adalah diploma/S-1 yang berjumlah 457 jiwa. Sedangkan penduduk yang tidak tamat SD sebesar 397 jiwa tamat SLTP 5710 jiwa.

Karakteristik Sampel

Pelaku usaha pengolahan kopi luwak yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 orang dan bertempat tinggal di Kecamatan Sipirok. Gambaran umum responden yang meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman bertani, jumlah tanggungan yang akan diuraikan sebagai berikut :

1. Umur Petani Sampel

Umur merupakan salah satu indikator dalam penentuan masa produktif seseorang menjalani pekerjaan. Umur petani sampel secara keseluruhan berada pada rentang 29-63 tahun. Data petani berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Umur

No	Kelompok Usia	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	20-30	2	24
2	31-40	4	32
3	41-50	3	24
4	51-60	1	20
5	61-70	0	0
Jumlah		10	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari tabel di atas, terlihat bahwa petani sampel berdasarkan umur dengan tingkat umur sampel terbesar berada pada umur diantara 31-40 yaitu 4 jiwa (32%) dan umur 41-50 tahun yaitu 3 jiwa (25%), serta sampel terkecil pada umur 20-30 tahun yaitu 2 jiwa (24%) dan umur 51-60 sebanyak 1 orang.

2. Tingkat Pendidikan Sampel

Pendidikan merupakan suatu hal yang penting, dimana dengan adanya pendidikan yang pernah diikuti oleh seseorang secara langsung akan mempengaruhi pola pikir dan pengetahuan. Dalam hal ini pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan yang bersifat formal. Pendidikan petani sampel secara keseluruhan pada rentang 6-12 tahun. Untuk lebih jelasnya sebaran pendidikan formal pada petani dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8. Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	SD	1	4
2	SMP	0	0
3	SMA	5	64
4	Diploma/sarjana	4	32
Jumlah		10	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 10 di atas, dapat dilihat bahwa petani sampel berdasarkan tingkat pendidikan, dimana tingkat pendidikan SMA jumlah sampel

terbanyak yakni sebesar 5 jiwa dan tingkat pendidikan sampel terendah adalah SD dengan hanya sebanyak 1 jiwa (4%).

3. Pengalaman Sampel

Pengalaman sampel dapat diartikan sebagai lamanya seorang petani bekerja pada bidang pengolahan kopi luwak. Pada dasarnya semakin lama pengalaman seseorang terhadap bidang pengolahan kopi luwak, maka tingkat keterampilan maupun pengetahuan yang dimiliki untuk meningkatkan produksi akan lebih maksimal. Untuk lebih jelasnya hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 9. Distribusi Petani Sampel Berdasarkan Pengalaman Berusaha

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	1-5	7	86
2	6-10	0	0
3	11-15	3	14
Jumlah		10	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Tabel 12. memperlihatkan bahwa jumlah petani dengan jumlah pengalaman terbesar pada pengalaman 1-5 tahun dengan jumlah petani 7 jiwa dan jumlah petani dengan jumlah pengalaman terendah berada pada pengalaman 11-15 tahun yaitu sebanyak 3 jiwa.

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Faktor internal

Analisis Lingkungan Internal bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha pengolahan kopi luwak. Lingkungan Internal ini didapat dari hasil wawancara. Berikut penjelasan Lingkungan Internal yang terdapat pada didaerah penelitian:

a. Kekuatan

Analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kekuatan yang dimiliki perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Produk kopi luwak memiliki kualitas yang baik
2. Kemasan kopi luwak khas Sipirok
3. Penyediaan tenaga kerja

4. Menggunakan kopi luwak asli
5. Tidak menggunakan campuran kopi lain
6. Bahan baku selalu tersedia

Dari kelima faktor diatas faktor yang berpengaruh dominan dalam upaya pengembangan usahatani kopi luwak adalah menggunakan kopi luwak asli atau mutu dan kualitas produk yang terjamin merupakan faktor kekuatan yang selalu dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Dengan adanya faktor kekuatan mutu dan kualitas yang terjamin akan semakin menjaga kesetiaan pelanggan. Disamping itu bahan baku yang selalu tersedia merupakan faktor kekuatan yang berperan penting dimana dengan adanya ketersediaan bahan baku akan mempermudah proses produksi usahatani kopi luwak.

b. Kelemahan

Kelemahan adalah situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Berikut adalah faktor internal kelemahan yang dimiliki dalam usaha kopi luwak.

1. Kemampuan manajemen perusahaan belum maksimal
2. Pemerintah kurang memperhatikan usaha
3. Kesulitan terhadap modal
4. Penggunaan teknologi untuk pemasaran
5. Promosi yang belum optimal
6. Kemampuan mengakses informasi pasar

Hal yang paling umum yang menjadi permasalahan petani dalam mengembangkan usahanya adalah kurangnya kemampuan manajemen petani dalam mengelola usahanya, disamping itu permodalan yang minim merupakan kendala yang mayoritas dihadapi oleh petani. Disamping itu kualitas SDM petani kita yang masih sangat rendah sehingga petani tidak mampu untuk mengoperasikan teknologi tepat guna.

Faktor Eksternal

Analisis lingkungan eksternal perusahaan berkaitan dengan keadaan luar perusahaan yang berpengaruh terhadap kegiatan di perusahaan. Identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal sangat dibutuhkan karena merupakan keadaan yang tidak dapat dikendalikan secara langsung. Faktor-faktor eksternal teridentifikasi menggambarkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Berikut penjelasan Lingkungan Eksternal yang terdapat pada usaha kopi luak di daerah penelitian:

c. Peluang

Peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan depan atau masa yang akan datang. Berikut adalah faktor eksternal peluang yang dimiliki pelaku usaha:

1. Kopi luwak khas Kecamatan Sipirok
2. Perkembangan zaman berpengaruh pada penjualan
3. Pangsa pasar yang masih terbuka

4. Harga produk relatif stabil dan terjangkau
5. Tren konsumsi masyarakat
6. Perusahaan melakukan kerjasama dengan perusahaan lain untuk meningkatkan perkembangan perusahaan

Peluang yang paling berperan dominan dalam upaya pengembangan usaha kopi luwak di daerah penelitian adalah pangsa pasar yang masih terbuka dan perkembangan zaman. Hal ini dikarenakan dengan adanya pasar yang masih terbuka maka akan memungkinkan pelaku usaha untuk terus menjalankan usahanya karenanya tingginya permintaan pasar, disamping itu perkembangan zaman seperti teknologi dan informasi akan sangat membantu pelaku usaha untuk menjalankan dan memasarkan hasil produksinya.

d. Ancaman

Ancaman adalah cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera di atasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang. Faktor eksternal ancaman yang dimiliki pelaku usaha adalah:

1. Banyak pesaing dengan produk sejenis
2. Promosi yang dilakukan pesaing dapat berpengaruh bagi usaha
3. Harga bahan baku yang tidak stabil dapat mempengaruhi proses produksi
4. Keinginan dari konsumen

5. Tingkat pertumbuhan ekonomi
6. Terbukanya persaingan pasar bebas

Faktor ancaman yang paling berperan dominan dalam upaya mengembangkan usahatani kopi luwak di daerah penelitian adalah harga bahan baku yang tidak stabil, dimana faktor ini sangat mempengaruhi biaya produksi pelaku usaha apabila terjadi lonjakan kenaikan harga secara tiba-tiba maka akan menurunkan hasil produksi, disamping itu tingkat pertumbuhan ekonomi sangat mempengaruhi perkembangan usaha ini, dimana pada saat ini pertumbuhan ekonomi kita sedang mengalami penurunan sehingga berdampak kepada penurunan daya beli masyarakat sehingga permintaan kopi dipasaran akan mengalami penurunan dan menyebabkan penurunan pendapatan petani.

Strategi

Perumusan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan eksternal setiap saat dapat berubah dengan cepat sehingga melahirkan peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal juga mengakibatkan perubahan terhadap faktor internal. Adapun jenis-jenis strategi dalam pengembangan usaha adalah sebagai berikut:

- a Strategi Bersaing

Oxford Pocked Dictionary: “Merupakan seni perang, khususnya perencanaan gerakan pasukan, kapal dan sebagainya menuju posisi yang layak, rencana tindakan atau kebijakan dalam bisnis atau politik dan sebagainya”.

Alfred Chandler (1962) Strategi and structure: “Merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.

Robert D Buzzell & Bradley T Gale (1987): “Strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen yang mempunyai dampak yang besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan komitmen sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah”.

Kenneth Andrew (1971) Konsep Strategi Kooperatif: “Strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu, yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut atau yang akan di anut oleh perusahaan, dan jenis atau akan menjadi apa perusahaan ini”. Dalam manajemen strategi yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi, yaitu:

1. Strategi adalah Perencanaan (Plan)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan sebelumnya.

2. Strategi adalah Pola (Patern)

Menurut Mintzberg, srattategi adalah pola (strategy is patern), yangselanjutnya disebut sebagai intended strategy, karena belum terlaksanadan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai realizedstrategy karena telah dilakukan oleh perusahaan.

3. Strategi adalah Posisi (Position)

Yaitu memposisikan produk tertentu ke pasar yang dituju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat kebawah, yaitu ke suatu titik bidik di mana produk tertentu bertemudengan pelanggan, dan melihat ke luar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

4. Strategi adalah Perspektif (Perspektif)

Jika dalam arti pola dan posisi cenderung melihat ke bawah dan keluar, maka sebaliknya dalam perspektif cenderung lebih melihat ke dalam yaitu ke dalam organisasi, dan ke atas yaitu melihat grandvision dari perusahaan.

5. Strategi adalah Permainan (Play)

Dalam arti ini, strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua.

Analisis SWOT

Analisis SWOT sebagai dasar penentuan strategi pengembangan usaha kopi luwak. Penilaian analisis SWOT berdasarkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 10. Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor Internal			
Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Produk kopi luwak berkualitas baik	0,112	3,9	0,436
Kemasan kopi luwak khas Sipirok	0,101	3,5	0,353
Penyediaan tenaga kerja	0,095	3,3	0,313
Menggunakan kopi luwak asli	0,106	3,7	0,392

Tidak menggunakan campuran kopi lain	0,104	3,6	0,374
Bahan baku selalu tersedia	0,095	3,3	0,314
	0,62		2,18
Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
Kemampuan manajemen perusahaan belum maksimal	0,069	2,4	0,165
Pemerintah kurang memperhatikan usaha	0,049	1,7	0,083
Kesulitan terhadap modal	0,054	1,9	0,102
Penggunaan teknologi untuk pemasaran	0,075	2,6	0,195
Promosi yang belum optimal	0,063	2,2	0,138
Kemampuan mengakses informasi pasar	0,072	2,5	0,180
Subtotal	0,38		0,86
Total	1,00		3,04

Sumber. Data Primer Diolah Tahun 2021

Berdasarkan matriks IFAS pada tabel diatas maka dapat dilihat untuk skor selisih yang diperoleh pada faktor internal 3,04. Faktor kekuatan yang memiliki peran terbesar adalah kualitas produk yang dihasilkan sangat baik dengan skor 0,43 dan menggunakan kopi luwak asli skor 0,39. Faktor kekuatan yang memiliki peran positif tersebut harus dimanfaatkan oleh perusahaan. Dari matriks IFAS diatas juga dapat dilihat kelemahan yang terbesar yang dimiliki oleh perusahaan adalah kurangnya perhatian pemerintah dengan skor 0,08 dan kurangnya permodalan dengan skor 0,10. Faktor kelemahan yang berperan negatif terhadap perusahaan harus segera diatasi dengan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan guna mengembangkan usaha.

Tabel 11. Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor Eksternal			
Peluang	Bobot	Rating	Skor
Kopi luwak khas kecamatan Sipirok	0,119	3,7	0,440
Perkembangan zaman berpengaruh pada penjualan	0,116	3,6	0,417
Pangsa pasar yang masih terbuka	0,110	3,4	0,374
Harga produk relatif stabil dan terjangkau	0,097	3,0	0,291
Tren konsumsi masyarakat	0,097	3,0	0,292
Kerjasama dengan perusahaan lain untuk meningkatkan penjualan	0,106	3,3	0,349
	0,65		2,16
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
Banyak pesaing dengan produk sejenis	0,064	2,0	0,128
Promosi yang dilakukan pesaing berpengaruh bagi usaha	0,058	1,8	0,104
Harga bahan baku yang tidak stabil dapat	0,055	1,7	0,093

berpengaruh bagi produksi			
Keinginan dari konsumen	0,061	1,9	0,115
Tingkat pertumbuhan ekonomi	0,055	1,7	0,093
Terbukanya persaingan pasar bebas	0,058	1,8	0,104
Subtotal	0,35		0,64
Total	1,00		2,8

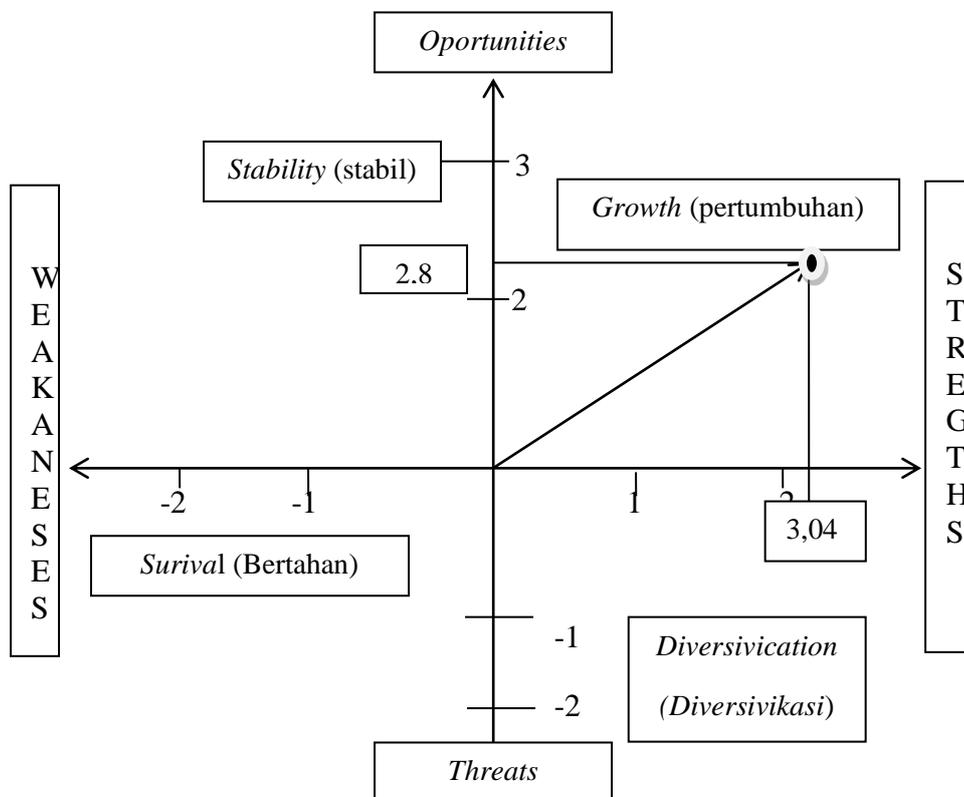
Sumber : Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan matriks EFAS pada table diatas maka dapat dilihat untuk skor selisih yang diperoleh usaha kopi luwak pada faktor eksternal 2,8. Faktor Peluang yang memiliki peran terbesar memiliki skor sebesar 0,44 yaitu kopi luwak khas Sipirok dan perkembangan zaman berpengaruh pada penjualan dengan skor 0,41. Faktor peluang yang memiliki peran positif tersebut harus dimanfaatkan oleh perusahaan. Dari matriks EFAS diatas juga dapat dilihat Ancaman yang terbesar yang dimiliki oleh perusahaan adalah harga bahan baku yang tidak stabil berpengaruh pada produksi dengan skor 0,09. Dan kemudian promosi yang dilakukan oleh pesaing dengan skor 0,10. Faktor ancaman yang berperan negatif terhadap perusahaan harus segera diatasi dengan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan guna mengembangkan usaha.

Berdasarkan Tabel 9 dan Tabel 10, skor IFE adalah 3,04 yang terletak pada kuadran kekuatan dan EFE adalah 2,8 yang terletak pada **kuadran I (growth)**, pertumbuhan, merupakan situasi yang menguntungkan. Dimana usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Posisi ini memiliki arti bahwa kegiatan usaha memiliki kekuatan untuk melakukan pengembangan usaha dengan memanfaatkan peluang-

peluang yang ada. Dengan demikian strategi yang sesuai untuk perusahaan yang menempati posisi Kuadrat I adalah strategi Agresif.

Dengan demikian usaha kopi luwak dapat menggunakan faktor-faktor kekuatan yaitu kualitas produk yang sangat baik, bahan baku produksi mudah diperoleh, permintaan konsumen yang cukup tinggi. Dengan memanfaatkan faktor-faktor peluang. Kopi luwak khas Kecamatan Sipirok, perkembangan zaman berpengaruh pada penjualan, pangsa pasar yang masih terbuka, harga produk relatif stabil dan terjangkau, tren konsumsi masyarakat, perusahaan melakukan kerjasama dengan perusahaan lain untuk meningkatkan perkembangan perusahaan selengkapny terlihat pada Gambar 2 Berikut :



Gambar 2. Diagram Kartesius

Berdasarkan diagram Kartesius diatas maka strategi yang digunakan untuk melakukan pengembangan usaha kopi luwak adalah Strategi SO (Strength and Opportunities). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Adapun Strategi SO yang dapat dilakukan pada tabel matrik SWOT berikut:

Tabel 11. Matrik SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk kopi luwak memiliki kualitas yang baik 2. Kemasan kopi luwak khas Sipirok 3. Penyediaan tenaga kerja 4. Menggunakan kopi luwak asli 5. Tidak menggunakan campuran kopi luwak asli 6. Bahan baku selalu tersedia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan manajemen perusahaan belum maksimal 2. Pemerintah kurang memperhatikan usaha 3. Kesulitan terhadap modal 4. Penggunaan teknologi untuk pemasaran 5. Promosi yang belum optimal 6. Kemampuan mengakses informasi pasar
Faktor Eksternal		
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi SO	Srategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi luwak khas kecamatan Sipirok 2. Perkembangan zaman berpengaruh pada penjualan 3. Pangsa pasar yang masih terbuka 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerjasama dalam penyediaan bahan baku agar dapat menyanggupi baik dalam proses produksi maupun penjualan kopi siap olah maupun kemasan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penyuluhan pertanian ke petani/usaha kopi untuk menyatukan visi-misi demi memajukan dan mengembangkan kopi khas Sipirok

<p>4. Harga produk relatif stabil dan terjangkau 5. Tren konsumsi masyarakat 6. Melakukan kerjasama dengan perusahaan lain untuk meningkatkan perkembangan perusahaan</p>	<p>2. Pembuatan/peningkatan jaringan seluler yang ada di pedesaan/pelosok agar guna meningkatkan penjualan serta kemudahan dalam penggunaan aplikasi dan promosi secara online 3. Memanfaatkan kopi luwak asli sebagai landasan untuk memperbesar jangkauan dalam mengikuti pasar 4. Mengikuti eCommerce 5. Peningkatan dan pembaharuan pada aplikasi Poken Tapsel agar penjual dan pembeli dapat terhubung langsung tanpa melalui perantara</p>	<p>2. Membangun kerjasama atau mitra dengan perusahaan lain untuk menambah permodalan 3. Berpartisipasi dalam program yang dilakukan pemerintah untuk memperluas akses pasar 4. Memanfaatkan akses informasi pasar guna mengetahui tren yang sedang berlangsung di masyarakat. 5. Pemberian bantuan dana/alat kepada pelaku usaha binaan pemerintah agar dapat memperbesar usaha dan terciptanya lapangan kerja</p>
<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p>	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>
<p>1. Banyak pesaing dengan produk sejenis 2. Promosi yang dilakukan pesaing dapat berpengaruh bagi usaha 3. Harga bahan baku yang tidak stabil dapat mempengaruhi proses produksi 4. Keinginan dari konsumen 5. Tingkat pertumbuhan ekonomi 6. Terbukanya persaingan pasar bebas</p>	<p>1. Bekerjasama meningkatkan kualitas kopi luwak Sipirok agar dapat menembus pasar yang lebih luas 2. Peningkatan ekonomi dengan visi pengelolaan kebun berbasis ramah lingkungan 3. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku agar proses produksi dapat terus berjalan dan menjaga kestabilan harga produk 4. Mempertahankan keaslian kopi luwak Sipirok agar dapat menarik minat dari konsumen 5. Meyakinkan petani yang tidak ingin bekerjasama dengan</p>	<p>1. Membentuk koperasi untuk dapat menjalankan tujuan dari masing-masing petani agar tetap pada kemajuan kopi Sipirok 2. Membangun kerjasama dengan berbagai pihak 3. Meningkatkan promosi melalui media sosial, brosur dan dengan mengedukasi konsumen yang datang 4. Membangun satu tempat promosi/penjualan produk kopi luwak di jalan lintas yang dilewati 5. Memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk melakukan promosi dan interaksi langsung dengan konsumen.</p>

	memberikan sudut pandang lain agar tercapainya kelajuan pada setiap aspek pasar	
--	---	--

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan matrik SWOT diatas dapat dirumuskan beberapa strategi sebagai berikut:

1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal, dimana kekuatan internal dapat memanfaatkan tren dan kejadian eksternal.

1. Bekerjasama dalam penyediaan bahan baku agar selalu tersedia baik dalam proses produksi maupun penjualan kopi siap olah maupun kemasan. Penyedia bahan baku yang dimaksud adalah seluruh petani kopi yang ikut bergabung dalam kerjasama. Dengan demikian apabila terjadi permintaan berskala besar masing-masing perusahaan dapat berkontribusi dalam menyuplai pesanan tersebut. Situasi sekarang ini pernah terjadi pesanan yang tinggi pada sebuah pengusaha kopi. Karena belum adanya kerjasama dengan petani lain, petani terpaksa menolak tawaran yang ada karena tidak mampu menyanggupi pesanan yang diminta. Saat ini, beberapa petani telah memilih untuk menyatukan pikiran mereka agar tercapai kekuatan yang mampu menerima setiap tawaran yang datang.
2. Peningkatan dan pembuatan jaringan seluler pada pedesaan maupun pelosok desa agar dapat mempermudah berjalannya proses promosi yang dilakukan secara online/daring. Caranya yaitu dengan menambah jangkauan dari Dengan adanya jaringan seluler pada tiap daerah tentunya

akan semakin menarik minat dari petani maupun untuk dapat menyusun strategi pengembangan yang optimal.

3. Memanfaatkan kopi luwak asli sebagai salah satu produk utama untuk memperbesar peluang dalam mengikuti arus pangsa pasar yang masih terbuka. Dengan masih terbukanya pasar, akan dapat diwujudkan pemasaran kopi luwak khas Sipirok ke berbagai tempat yang mampu memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha kopi luwak.
4. Ecommerce adalah aktivitas yang dilakukan secara online/daring dalam proses jual-beli. Mengikuti eCommerce adalah salah satu strategi yang harus diikuti oleh para pelaku usaha. Dengan adanya eCommerce pelaku usaha dapat lebih mengenal dan mengetahui kekurangan maupun kelebihan produk yang diproduksi. Ecommerce sendiri telah dirancang oleh dinas perdagangan untuk membantu para pelaku usaha yang menjual barang-barang khas Sipirok. Hal ini pastinya dapat menunjang penjualan disebabkan adanya perkembangan zaman yang sekarang ini hampir semuanya dilakukan secara daring. Kebutuhan terhadap barang/jasa sangat memungkinkan petani untuk ikut dalam program eCommerce, sebab dengan dukungan dari pemerintah usaha yang dijalankan pun dapat lebih berkembang dari sebelumnya.
5. Pembaharuan aplikasi online yang sudah ada dapat menarik keinginan dan kepercayaan dari produsen maupun konsumen. Pembaruan yang dimaksud adalah pembuatan aplikasi yang langsung bisa di unduh di telepon seluler. Tanpa adanya perantara melalui admin dinas perdagangan terlebih dahulu akan mempermudah produsen dan konsumen untuk dapat saling

berkomunikasi. Dengan terhubung langsung dapat membantu petani mendapatkan kritik/saran yang tentunya sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha. Setelah mengetahui kekurangan dari barang yang dijual, petani akan dapat meningkatkan kualitas yang dibutuhkan konsumen.

2) Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi W-O bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah :

1. Melakukan penyuluhan pertanian kepada para petani agar terciptanya visi-misi yang serupa guna mempermudah laju usaha agar dapat mamacu rasa bersaing dipasar yang lebih luas. Adanya keinginan untuk bersaing petani ataupun pelaku usaha membantu perkembangan dari usaha tersebut. Penyuluhan ini berguna untuk saling mengajak dalam kemajuan kopi Sapirook.
2. Membangun kerjasama atau mitra dengan perusahaan lain untuk menambah permodalan. Dengan alternatif ini apat diperoleh modal dalam jumlah yang lebih besar. Sebagai kompensasi bagi pihak mitra, pemilik usaha dapat membagi hasil dari usaha tersebut. Proses produksi juga dapat dilakukan dengan mitra yang ikut ambil bagian dalam pembuatan kopi luwak.
3. Berpartisipasi dalam program yang dilakukan pemerintah untuk memperluas akses pasar. Dalam program ini, pemerintah sudah membuat sebuah aplikasi yang bernama “Poken Tapse!” untuk memperluas jaringan pemasaran yang ada agar produk-produk khas Sapirook dapat diperjual-

belikan secara online. Aplikasi ini didukung oleh Dinas Koperasi dan Bank Sumut yang sudah diluncurkan pada tanggal 15 Februari 2021. Program ini telah berjalan saat ini, walaupun masih ada beberapa pelaku usaha dengan produk lain yang belum ikut bergabung. Walaupun pada awal peluncuran aplikasi tersebut sudah ada pemaparan tentang tata cara penggunaan, beberapa masih mengaku terkendala dengan cara mengoperasikan aplikasi tersebut. Namun pelaku usaha yang sudah bergabung sudah mulai menjual dan mendapatkan konsumen dari aplikasi tersebut.

4. Memanfaatkan akses informasi pasar sebagai media untuk mengetahui tren konsumsi masyarakat. Tren konsumsi masyarakat tentunya harus diikuti dengan turun langsung ke lapangan agar dapat membantu dalam proses penyesuaian selera pada masyarakat yang seringkali berbeda-beda. Pelaku usaha harus ikut campur guna membangun diri dan usaha yang dijalankan. Berinteraksi langsung dengan konsumen merupakan langkah cepat untuk mendapatkan respon mengenai produk yang dijual. Melalui informasi pasar yang didapat secara daring maupun langsung, dapat ditemukannya perbedaan yang signifikan dalam proses penjualan yang berlangsung.
5. Pemberian dana dari pihak koperasi dan dinas perdagangan pada pelaku usaha/petani kopi binaan akan sangat membantu dalam peningkatan hubungan petani dengan pemerintah. Adanya bantuan dari pemerintah kepada para petani kopi merupakan salah satu langkah yang bisa dimanfaatkan baik dari sektor distribusi, produksi dan konsumsi. Hal ini akan berpengaruh pula bagi pemerintah karena dapat menarik pariwisata

untuk datang ke daerah. Bantuan alat juga diperlukan untuk dapat memperbesar usaha yang dijalankan dan terciptanya lapangan pekerjaan.

3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal usaha pengolahan kopi luwak untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal. Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu :

1. Para petani kopi bekerjasama dengan pemerintah dalam meningkatkan kualitas kopi luwak khas Sipirok agar dapat menembus pasar yang lebih luas. Dalam upaya peningkatan kualitas baik dari segi rasa, aroma, maupun kemasan. Perlu diadakan rapat ataupun perkumpulan dalam membahas hal-hal yang berkaitan dengan kopi dalam tujuan yang sama yaitu memajukan kopi luwak khas Sipirok. Pengadaan festival kopi akan dapat membuka peluang semakin luasnya pasar yang akan dijangkau dalam proses penjualan kopi, termasuk kopi luwak. Penyelenggaraan dapat dilakukan oleh ketua koperasi dengan mengajak para anggotanya berpartisipasi dan mengeluarkan ide dari pribadi masing-masing. Pemerintah juga dapat mengikuti rapat agar dapat mencari jalan keluar dari setiap permasalahan yang sering terjadi di antara petani. Sempitnya pola pikir sebagian petani tentunya harus dapat di atasi dengan mengemukakan tujuan utama dari diadakannya rapat tersebut.
2. Dengan adanya kebun ramah lingkungan akan dapat menghemat pengeluaran petani. Hal ini dapat dilakukan dengan menampung air sendiri dengan membuat kolam disekitar pohon kopi yang ditanam. Pembuatan pupuk bisa juga dilakukan dengan pengumpulan kotoran ternak atau pun

limbah padi. Penanaman pohon lain seperti misalnya jeruk, jambu, dan sebagainya tentunya dapat menambah pemasukan bagi para petani.

3. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku agar proses produksi dapat terus berjalan dan menjaga kestabilan harga produk. Tersedianya bahan baku akan mempermudah proses produksi yang dimana hal ini akan dapat menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen pada pelaku usaha. Dengan tetap menjaga stabilnya harga akan memungkinkan konsumen dapat bertahan agar tetap mau membeli produk yang dijual. Bahan baku yang didapat dari kebun sendiri maupun hasil dari mitra dengan pengusaha lain harus diupayakan tetap diperoleh dengan hasil yang baik.
4. Dengan mempertahankan keaslian dari kopi luwak Sipirok usaha ini akan tumbuh dengan kepercayaan dan kesetiaan konsumen. Hal demikian mampu mendorong semangat petani agar dapat memuaskan setiap konsumen yang datang.
5. Daerah penelitian memiliki beberapa petani kopi yang tidak ingin maju, namun iri dengan kemajuan petani lain. Hal ini dapat diatasi dengan mengajak serta meyakinkan petani tersebut untuk ingin bekerjasama dalam kemajuan usaha kopi. Setiap petani tentunya memiliki pandangan yang berbeda pada masing-masing usahanya. Namun dengan menyatukan pemikiran akan didapati peluang yang besar untuk kelangsungan dan kelajuan usaha.

4) Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi W-T adalah taktik bertahan yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

1. Membentuk koperasi dengan tujuan memajukan dan memperkenalkan kopi luwak dari Sipirok. Dengan adanya koperasi yang didirikan oleh setiap petani kopi, akan diketahui masalah dari tiap-tiap petani yang kemudian harus ditemukan solusinya. Solusi yang didapat akan membantu para petani maupun koperasi dalam memajukan kopi khas Sipirok. Demi mewujudkan kopi yang dapat dikenal masyarakat luas, pembentukan koperasi ini akan membuat langkah bagi para pengusaha ataupun petani kopi dapat melangkah lebih maju dari sebelumnya.
2. Membangun jaringan kerjasama dengan berbagai pihak. Seperti koperasi, sesama petani ataupun kelompok tani dan juga pemerintah. Kerjasama ini dapat dilaksanakan apabila setiap pelaku usaha memiliki tujuan yang serupa. Dengan mencari pengusaha yang ingin ikut ambil bagian dalam peningkatan kapasitas produk ataupun menunjukkan kepada masyarakat tentang kopi. Dengan kerjasama resiko yang mungkin didapat pun akan terasa lebih ringan untuk dihadapi.
3. Meningkatkan promosi melalui media sosial, brosur dan dengan mengedukasi para konsumen yang datang. Edukasi yang dilakukan dapat berupa cara proses produksi dan sebagainya. Dengan demikian konsumen akan mulai tertarik. Melalui brosur ataupun koran juga perlu dilakukan promosi, meski pada zaman sekarang keduanya sudah tidak terlalu banyak dipakai masyarakat. Tetapi itu tidak menutup kemungkinan akan dapat memperluas pasar.
4. Membangun satu tempat promosi/penjualan produk kopi luwak di jalan lintas yang dilewati. Karena Sipirok merupakan salah satu jalur lintas yang

sering dilewati, ini berpeluang dengan membangun satu tempat untuk promosi ataupun menjual produk-produk khas Sipirok, termasuk kopi. Dengan adanya tempat ini akan dapat menunjang promosi. Pemerintah juga harus ikut turun tangan dalam pembangunan tempat tersebut. Sebab ini pasti akan semakin memajukan pariwisata yang ada di Sipirok.

5. Memanfaatkan media sosial sebagai wadah promosi dalam peningkatan penjualan. Melalui WhatsApp, Instagram, Facebook dan media sosial lainnya sangat membantu dalam pengembangan dan peningkatan eksistensi konsumsi masyarakat yang pada dasarnya menyukai kopi luwak. Dengan adanya promosi ini, konsumen yang tidak tertarik pun akan penasaran dan mulai mencoba untuk meminum kopi luwak. Interaksi langsung dengan konsumen juga perlu dilakukan agar mampu menambah pengetahuan serta minat dari pembeli.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat di peroleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor Eksternal dan Faktor Internal yang berperan besar dalam kegiatan usaha kopi luwak. Faktor kekuatan yang memiliki peran terbesar adalah kualitas produk yang dihasilkan sangat baik (Menggunakan Kopi Luwak Asli) dan ketersediaan tenaga kerja. Kelemahan yang terbesar yang dimiliki oleh perusahaan kurangnya perhatian pemerintah dan kurangnya permodalan. Faktor eksternal Peluang yang memiliki peran terbesar adalah kopi luwak khas Sipirok dan perkembangan zaman berpengaruh pada penjualan. Ancaman yang paling berpengaruh adalah harga bahan baku uang tidak stabil dan promosi yang dilakukan oleh pesaing.

2. Strategi yang digunakan dalam mengembangkan usaha kopi luwak di daerah penelitian adalah strategi Agresif. Strategi yang direkomendasikan adalah strategi Strategi SO (Strength and Opportunities).

Saran

1. Untuk mengatasi persoalan kurangnya promosi pihak UKM dapat mengatasinya dengan melakukan promosi melalau media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp dan lain-lain.
2. Sebaiknya pihak pelaku usaha lebih meningkatkan pangsa pasarnya, yaitu tidak hanya menjual hasil produksi di sekitaran kota Padang Sidempuan, melainkan memasarkan hasil produk ke berbagai daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, C. 2016. Trend Minum Kopi Naik. Tabloid Sinar Tani, Membangun Kemandirian Agribisnis. From: <http://tabloidsinartani.com/> (Diakses 17 Februari 2016).
- Aknesia V, Daryanto A, Kirbrandoko. 2015. Business development strategy for specialty coffee. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship* 1(1): 12–22. <https://doi.org/10.17358/IJBE.1.1.12>.
- Amir, M.T. 2013. Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi . PT RAJA GRAFINDO PERSADA : Jakarta.
- Budiman, H. 2015. Prospek Tinggi Bertanam Kopi: Pedoman Meningkatkan Kualitas Perkebunan Kopi. Pustaka Baru Press, Yogyakarta, Indonesia.
- Kementrian Pertanian. 2013. Outlook Kopi. Pusat Data dan Informasi Pertanian Kementrian Pertanian
- Nugraha, D., Yusuf, A., dan Lismayani, 2017, Penetapan Kadar Kafein Kopi Bubuk Hitam Merek “K” dengan Metode Spektrofotometri UV-Vis. *Jurnal. Ciamis: Stikes Muhamadiyah*, 1(2) : 11-12.
- Rangkuti, F. 2014. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

- Siregar, M. Fikri. 2014. Analisis Nilai Tambahk Kopi Luwak Bubuk pada Agroindustri Kopi Luwak “Buana Putra” di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Jambi (Tidak Dipublikasikan).
- Sugiyono. 2010. Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta. Bandung.
- Umar, H. 2010. Desain Penelitian Manajemen Strategik. PT RAJA GRAFINDO PERSADA : Jakarta.
- Umar, H. 2014. Desain Penelitian Manajemen Strategik. PT RAJA GRAFINDO PERSADA : Jakarta.
- Zaputra, A., Ismayani., Romano. 2015. Strategi Pengembangan Kluster Perkebunan Kopi dan Tebu untuk Pengembangan Ekonomi Kabupaten Aceh Tengah. Jurnal Agriseip. 16 (2): 38-47.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Sampel

Nomor	Nama Sampel	Usia (Thn)	Pendidikan	Pengalaman (Thn)	Hasil/Produksi
1	Wahyudi Siregar	26	SMK	2	10kg
2	Irsan Simanjuntak	39	D3	15	50kg
3	Abdul Wahid Harahap	50	SD	11	8kg
4	Mansur Siregar	41	SMA	10	6kg
5	Fahmiyanto Simatupang	50	SMA	2	10kg
6	Suangkupan Pane	39	SMA	1	7kg
7	Syahdan Siregar	27	SMA	1	6kg
8	Bambang Santoso	56	S1	15	20kg

9	Zulkifli Pardede	36	S1	1	6kg
10	Mahmud Harahap	38	SMA	3	5kg
Total		402	0	61	128kg
Rataan		39		6,1	

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Lampiran 2. Rekap Kuisisioner Faktor Internal Kekuatan (4,3,2,1)

Nomor	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator
	1	2	3	4	5	6
1	4	4	4	4	4	4
2	4	3	3	4	4	4
3	4	4	4	4	2	4
4	4	3	3	3	3	3
5	4	3	3	3	4	3
6	4	4	4	4	4	4
7	4	4	3	4	4	3
8	3	3	3	3	3	3
9	4	4	3	4	4	2
10	4	3	3	4	4	3
Total	39	35	33	37	36	33
Rataan	3,9	3,5	3,3	3,7	3,6	3,3

Sumber : Data Primer diolah 2021

Lampiran 3. Rekap Kuisisioner Faktor Internal Kelemahan (1,2,3,4)

Nomor	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator
	1	2	3	4	5	6
1	2	2	2	2	2	2
2	2	1	1	2	2	2
3	2	2	2	3	2	3
4	2	1	2	2	2	2
5	2	2	2	3	2	2
6	1	1	1	1	1	1
7	3	3	2	3	2	2
8	3	3	3	3	3	3
9	4	1	2	4	4	4
10	3	1	2	3	2	2
Total	24	17	19	26	22	25
Rataan	2,4	1,7	1,9	2,6	2,2	2,5

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Lampiran 4. Rekap Kuisisioner Faktor Eksternal Peluang (4,3,2,1)

Nomor	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator
	1	2	3	4	5	6
1	4	3	4	4	4	4
2	4	4	4	3	3	4
3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3
5	4	3	3	2	3	2
6	4	4	4	4	4	4
7	4	4	3	3	3	4
8	2	3	3	2	3	3
9	3	3	3	3	2	2
10	4	4	3	3	2	4
Total	37	36	34	30	30	33
Rataan	3,7	3,6	3,4	3,0	3,0	3,3

Sumber : Data Primer diolah 2021

Lampiran 5. Rekap Kuisisioner Faktor Eksternal Ancaman (1,2,3,4)

Nomor	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator	Indikator
	1	2	3	4	5	6
1	2	2	1	2	2	1
2	3	2	1	2	1	3
3	2	1	2	2	1	2
4	2	2	2	2	2	1
5	2	2	2	2	2	2
6	1	1	1	1	1	1
7	1	2	2	2	2	2
8	2	2	2	2	2	2
9	2	2	2	2	2	2
10	3	2	2	3	2	2
Total	20	18	17	19	17	18
Rataan	2,0	1,8	1,7	1,9	1,7	1,8

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Lampiran 5. Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal			
Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Produk kopi luwak memiliki kualitas yang baik	0,112	3,9	0,436
Kemasan kopi luwak khas Sipirok	0,101	3,5	0,353
Penyediaan tenaga kerja	0,095	3,3	0,313
Menggunakan kopi luwak asli	0,106	3,7	0,392
Tidak menggunakan campuran kopi lain	0,104	3,6	0,374
Bahan baku selalu tersedia	0,095	3,3	0,314
Jumlah	0,62		2,18
Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
Kemampuan manajemen perusahaan belum maksimal	0,069	2,4	0,165
Pemerintah kurang mendukung usaha	0,049	1,7	0,083
Kesulitan terhadap modal	0,054	1,9	0,102
Penggunaan teknologi untuk pemasaran	0,075	2,6	0,195
Promosi yang belum optimal	0,063	2,2	0,138
Kemampuan mengakses informasi pasar	0,072	2,5	0,180
Jumlah	0,38		0,86
Faktor Eksternal			
Peluang	Bobot	Rating	Skor

Kopi luwak khas Sipirok	0,119	3,7	0,440
Perkembangan zaman berpengaruh pada penjualan	0,116	3,6	0,417
Pangsa pasar yang masih terbuka	0,110	3,4	0,374
Harga produk relatif stabil dan terjangkau	0,097	3,0	0,291
Tren konsumsi masyarakat	0,097	3,0	0,292
Kerjasama dengan perusahaan lain	0,106	3,3	0,349
Jumlah	0,65		2,16
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
Banyak pesaing dengan produk sejenis	0,064	2,0	0,128
Promosi yang dilakukan pesaing dapat berpengaruh bagi usaha	0,58	1,8	0,104
Harga bahan baku yang tidak stabil mempengaruhi produksi	0,055	1,7	0,093
Keinginan dari konsumen	0,061	1,9	0,115
Tingkat pertumbuhan ekonomi	0,055	1,7	0,093
Terbukanya persaingan pasar bebas	0,058	1,8	0,104
Jumlah	0,35		0,64
TOTAL		65,50	11,71

Sumber : Data Primer diolah 2021

Lampiran 6. Tabel IFE Strategi Pengembangan Usaha

Faktor Internal			
Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Produk kopi luwak berkualitas baik	0,112	3,9	0,436
Kemasan kopi luwak khas Sipirok	0,101	3,5	0,353
Penyediaan tenaga kerja	0,095	3,3	0,313
Menggunakan kopi luwak asli	0,106	3,7	0,392
Tidak menggunakan campuran kopi lain	0,104	3,6	0,374
Bahan baku selalu tersedia	0,095	3,3	0,314
	0,62		2,18
Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
Kemampuan manajemen perusahaan belum maksimal	0,069	2,4	0,165
Pemerintah kurang memperhatikan usaha	0,049	1,7	0,083
Kesulitan terhadap modal	0,054	1,9	0,102

Penggunaan teknologi untuk pemasaran	0,075	2,6	0,195
Promosi yang belum optimal	0,063	2,2	0,138
Kemampuan mengakses informasi pasar	0,072	2,5	0,180
Subtotal	0,38		0,86
Total	1,00		3,04

Sumber: data primer diolah 2021

Lampiran 7. Tabel EFE Strategi Pengembangan Usaha

Faktor Eksternal			
Peluang	Bobot	Rating	Skor
Kopi luwak khas kecamatan Sipirok	0,119	3,7	0,440
Perkembangan zaman berpengaruh pada penjualan	0,116	3,6	0,417
Pangsa pasar yang masih terbuka	0,110	3,4	0,374
Harga produk relatif stabil dan terjangkau	0,097	3,0	0,291
Tren konsumsi masyarakat	0,097	3,0	0,292
Kerjasama dengan perusahaan lain untuk meningkatkan penjualan	0,106	3,3	0,349
	0,65		2,16
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
Banyak pesaing dengan produk sejenis	0,064	2,0	0,128
Promosi yang dilakukan pesaing	0,058	1,8	0,104

berpengaruh bagi usaha			
Harga bahan baku yang tidak stabil dapat	0,055	1,7	0,093
berpengaruh bagi produksi			
Keinginan dari konsumen	0,061	1,9	0,115
Tingkat pertumbuhan ekonomi	0,055	1,7	0,093
Terbukanya persaingan pasar bebas	0,058	1,8	0,104
Subtotal	0,35		0,64
Total	1,00		2,8

Sumber : Data Primer diolah 2021

Lampiran 8. Surat Perjanjian Kerjasama

PERJANJIAN KERJASAMA

antara

INDONESIA SUSTAINABLE COFFEE COOPERATIVE – ISCC

Dengan

MASYARAKAT PERLINDUNGAN INDIKASI GEOGRAFIS KOPI
ARABIKA SIPIROK

dan

KOPERASI KOPI
LUAT SIPIROK

KERJASAMA PENGEMBANGAN APLIKASI KETERTELUSSURAN
INDIKASI GEOGRAFIS KOPI ARABIKA SIPIROK TERINTEGRASI
DALAM APLIKASI KETERTELUSSURAN INDIKASI GEOGRAFIS
KOPI INDONESIA

Pada hari ini , tanggal , yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Tuan Ayub Suleman Pulungan, SH, lahir di Sipirok pada tanggal 21 Januari 1968, swasta, berdomisili di Jl. Timbul IV D Blok B Nomor 17, RT06/RW08, Kelurahan Cipedak, Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan, pemegang Kartu Tanda Penduduk Nomor 3174092101680004;

Dalam hal ini bertindak dalam jabatannya selaku CEO Koperasi Kopi Indonesia Lestari (Indonesia Sustainable Coffee Cooperative - ISCC) yang didirikan menurut Hukum Republik Indonesia, oleh karena itu berwenang bertindak untuk dan atas nama Koperasi Kopi Indonesia Lestari atau disingkat “**ISCC**”, selanjutnya disebut PIHAK PERTAMA.

2. Tuan Erwinsyah Siregar, lahir di, pada tanggal, pegawai negeri sipil, berdomisili di....., pemegang Kartu Tanda Penduduk Nomor

Dalam hal ini bertindak dalam jabatannya selaku Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Arabika Sipirok yang didirikan menurut Hukum Republik Indonesia, oleh karena itu berwenang bertindak untuk dan atas nama Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Arabika Sipirok atau disingkat “**MPIG KAS**”, selanjutnya disebut PIHAK KEDUA.

3. Tuan Mansur Batubara, lahir di, pada tanggal, pegawai negeri sipil, berdomisili di....., pemegang Kartu Tanda Penduduk Nomor

Dalam hal ini bertindak dalam jabatannya selaku Ketua Koperasi Kopi Luat Sipirok yang didirikan menurut Hukum Republik Indonesia, oleh karena itu berwenang bertindak untuk dan atas nama Koperasi Kopi Luat Sipirok atau disingkat “**KKLS**”, selanjutnya disebut PIHAK KETIGA.

Masing-masing Pihak dalam kedudukan dan jabatan tersebut, terlebih dahulu menerangkan hal-hal sebagai berikut:

- Bahwa PIHAK KEDUA merupakan Koperasi yang memiliki konsep dan pemikiran, serta tenaga ahli untuk mengembangkan aplikasi ketertelusuran Indikasi Geografis Kopi di Indonesia dalam suatu sistem terpadu mendukung peningkatan peran dan fungsi petani kopi dalam kerangka pengembangan koperasi terintegrasi dengan Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi untuk memudahkan petani mengakses pasar dan menjaga kualitas dan meningkatkan produktifitas sesuai standar Indikasi Geografis yang telah diterbitkan Ditjen HAKI –

Kemenkumham RI;

- Bahwa PIHAK PERTAMA bersama Direktorat Jenderal Perkebunan – Kementerian Pertanian RI telah menyusun Aplikasi Ketertelusuran Indikasi Geografis Kopi Indonesia dengan Pilot Proyek Aplikasi Ketertelusuran Indikasi Geografis Kopi Arabika Sapiro (sekarang dan selanjutnya disebut “Aplikasi”), sebagai model untuk pengembangan di seluruh wilayah Indikasi Geografis Kopi di Indonesia, yang dikembangkan secara terintegrasi dan didukung teknologi 4.0 untuk meningkatkan peran petani dalam tata niaga komoditas kopi secara nasional maupun dalam perdagangan internasional;
- Bahwa PIHAK KEDUA merupakan pemegang HAKI Indikasi Geografis Kopi Arabika Sapiro;
- Bahwa PIHAK KETIGA merupakan badan usaha koperasi yang memiliki lingkup usaha di daerah berlakunya Indikasi Geografis Kopi Arabika Sapiro;
- Bahwa untuk melaksanakan operasional Aplikasi Ketertelusuran Indikasi Geografis Kopi Arabika Sapiro secara berkesinambungan dan efektif mendukung peningkatan produktivitas dan kualitas kopi yang dihasilkan petani di lingkungan daerah produksi Indikasi Geografis Kopi Arabika Sapiro, PIHAK PERTAMA, PIHAK KEDUA, dan PIHAK KETIGA bermaksud membuat suatu kerjasama saling menguntungkan dengan tujuan akhir meningkatkan nilai pasar komoditas kopi arabika Sapiro di tataran perdagangan kopi nasional maupun internasional.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, PIHAK PERTAMA, PIHAK KEDUA, dan PIHAK KETIGA berjanji mengikatkan diri satu sama lain melaksanakan hal-hal sebagai berikut:

1. PIHAK PERTAMA mengikatkan diri memberikan persetujuan kepada PIHAK KEDUA selaku pelaksana dalam pengoperasian Aplikasi Ketertelusuran Indikasi Geografis Kopi Arabika Sapiro, termasuk menggunakan identitas, informasi, dan nama Indikasi Geografis Kopi Arabika Sapiro dalam operasionalisasi Aplikasi tersebut dalam kemasan maupun setiap produk, media promosi dan di setiap aktifitas yang dikeluarkan, dilaksanakan, atau dipasarkan PIHAK KETIGA.
2. PIHAK KEDUA dalam melaksanakan operasional Aplikasi dan aktifitas usahanya yang menggunakan, informasi, identitas, atribut, dan nama Indikasi Geografis Kopi Arabika Sapiro akan memberikan penghargaan atau memberi nilai manfaat tertentu kepada PIHAK KEDUA, yang diwujudkan berupa pembagian Sisa Hasil Usaha yang setiap tahunnya diperhitungkan, dengan jumlah yang disepakati dalam Rapat Anggota

Tahunan yang dilaksanakan PIHAK KETIGA.

3. PIHAK PIHAK KEDUA wajib menempatkan orangnya di dalam struktur PIHAK KETIGA, yaitu personil yang kompeten dan memahami secara baik aspek pengawasan mutu produk Indikasi Geografis Kopi Arabika Sipirok dan dapat mempertanggungjawabkan kualitas produk yang dikeluarkan oleh PIHAK KETIGA sudah memenuhi standar mutu Indikasi Geografis Kopi Arabika Sipirok. Sehubungan dengan penempatan personil mewakili PIHAK KEDUA ini, PIHAK KETIGA menyediakan imbal jasa sesuai mekanisme PIHAK KETIGA. Dan PIHAK KETIGA dapat meminta penggantian personil tersebut kepada PIHAK KEDUA bilamana performanya tidak memenuhi standar atau melakukan sesuatu kesalahan yang berakibat merugikan PIHAK KEDUA maupun PIHAK KETIGA.
4. PIHAK KEDUA dan PIHAK KETIGA mengikatkan diri secara eksklusif kepada PIHAK PERTAMA dan menyetujui PIHAK PERTAMA selaku integrator Aplikasi ke dalam sistem Aplikasi Ketertelusuran Indikasi Geografis Kopi INDONESIA, termasuk dan tidak terbatas menyiapkan infrastruktur pendukung (server induk), metode dan system pemeliharaan, migrasi dan pengembangan system ke metode dan teknologi yang lebih baik dan handal, seperti block chain atau metode lain sesuai perkembangan teknologi. Setiap perubahan dan peningkatan kualitas dan kapasitas yang dilakukan oleh PIHAK PERTAMA wajib ditransfer kepada PIHAK KETIGA selaku pelaksana melalui pelatihan, seminar, dan forum lainnya.
5. PIHAK PERTAMA dan PIHAK KETIGA akan membuat dan menandatangani Perjanjian tersendiri yang mengatur kedudukan PIHAK PERTAMA selaku offtaker (stand by buyer) produk yang dihasilkan oleh PIHAK KETIGA.
6. Untuk mendukung kapasitas produksi dan kualitas hasil produksi yang dikeluarkan PIHAK KETIGA, PIHAK PERTAMA akan melakukan proses pendanaan melalui lembaga keuangan maupun sumber lain yang pada prinsipnya memberi kemudahan dan bantuan kepada PIHAK KETIGA maupun anggotanya, yang dengan demikian PIHAK PERTAMA akan bertindak selaku avalis atau posisi lain yang dimungkinkan sesuai ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia.
7. Pembiayaan Aplikasi sebagai pilot proyek didanai oleh Direktorat Jenderal Perkebunan \, Kementerian Pertanian RI, dengan demikian tidak

dibebankan kepada PIHAK KEDUA, PIHAK KETIGA. Namun demikian, Para Pihak memahami untuk pengembangan sistem yang lebih baik sesuai ketentuan Diktum Empat di atas, PIHAK KEDUA dan PIHAK PERTAMA akan mengaturnya secara khusus dalam Perjanjian yang akan dibuat sesuai ketentuan Diktum 5 tersebut di atas.

8. PARA PIHAK sepakat satu sama lain akan melakukan promosi bersama Aplikasi ini sehingga diterima masyarakat secara umum, termasuk dalam tata niaga nasional maupun kerangkaeksport import komoditi kopi.
9. PARA PIHAK sepakat satu sama lain untuk menjajagi kerjasama lanjutan dalam pengolahan, produksi di industri hilir, termasuk dan tidak terbatas berupa pemasaran/penjualan produk kopi secara langsung kepada konsumen (end user) atau industri terkait, baik berbentuk *off line* (toko, gerai, café/restoran, atau ecotourisme) atau platform digital secara *on line*.
10. Jangka waktu Kesepakatan Bersama ini berlaku 30 (tiga puluh) tahun, dan akan dilakukan peninjauan dan evaluasi setiap 5 (lima) tahun sejak tanggal kesepakatan ini ditandatangani, dan dapat diperpanjang sesuai kesepakatan PARA PIHAK.
11. Setiap informasi dan data-data terkait kerjasama ini adalah bersifat rahasia, oleh karenanya masing-masing Pihak berkewajiban menjaga informasi tersebut terhadap pihak manapun, sepanjang berlakunya Kesepakatan Bersama ini, kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku, atau atas persetujuan PARA PIHAK atau atas informasi yang sudah diketahui oleh masyarakat atau telah menjadi milik umum.
12. Semua informasi dan korespondensi yang harus diberikan oleh Para Pihak wajib disampaikan dengan mengirimkan pemberitahuan tersebut melalui media elektronik tercatat, pos tercatat, atau dikirim langsung dengan disertai bukti tanda terima ke alamat Para Pihak.
13. Hal-hal yang belum cukup diatur dalam Kesepakatan Bersama ini akan diatur dan dituangkan secara khusus dalam dokumen yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Perjanjian Kerjasama ini.
14. Demikian Perjanjian Kerjasama ini ditandatangani PARA PIHAK dengan penuh itukad baik.

Demikian Perjanjian Kerjasama ini dibuat dan ditandatangani di Sipirok dan

selaku demikian mengikat sebagai hukum bagi Para Pihak.

Koperasi Kopi Luat
Sapirook
Ketua,

Masyarakat Perlindungan
Indikasi Geografis Kopi
Arabika Sapirook
Ketua,

**Indonesia Sustainable
Coffee
Cooperative -
Koperasi Kopi Lestari
Indonesia
C.E.O,**

Mansur Batubara

Erwinsyah Siregar

**Ayub Suleman
Pulungan**

Saksi I :

Saksi II :

Saksi III :