

**ANALISIS PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI (*Coffea sp.*)
DI COFFEE SHOP SELADANG CAFE**

S K R I P S I

Oleh :

MUHAMMAD IHSAN SYAHPUTRA

NPM : 1504300229

Program Studi : Agribisnis



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**ANALISIS PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI (*Coffea sp.*)
DI COFFEE SHOP SELADANG CAFE**

SKRIPSI

Oleh:

**MUHAMMAD IHSAN SYAHPUTRA
1504300229
AGRIBISNIS**

**Disusun sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara**

Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Mhd. Buhari Sibuea, M.Si.
Ketua


Surnia Herman, S.P., M.Si.
Anggota

**Disahkan Oleh :
Dekan**



Ir. Asritanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 05-10-2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya

Nama : MUHAMMAD IHSAN SYAHPUTRA
NPM : 1504300229

Menyatakan dengan ini yang sebenarnya, bahwa skripsi ini dengan judul "Analisis Pengembangan Agribisnis Kopi (*Coffea sp.*) Di Coffee Shop Seladang Cafe". Berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain dari beberapa referensi yang saya masukan, akan saya cantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan yang sesungguhnya dan apabila ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarism) yang tidak ditoleren lagi, maka saya bersedia dikenakan sanksi dari fakultas. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Oktober 2019

Yang Menyatakan


Muhammad Ihsan Syahputra

RINGKASAN

MUHAMMAD IHSAN SYAHPUTRA (1504300229/AGRIBISNIS) dengan judul skripsi “**Analisis Pengembangan Agribisnis Kopi (Coffea sp.) Di Coffee Shop Seladang Cafe.**” Penelitian ini dilakukan di Coffee Shop Seladang Cafe Jalan Lintas Takengon-Bireun, Desa Jamur Ujung, Kecamatan Wih Pesam, Kabupaten Bener Meriah, Provinsi Aceh. Penelitian ini dibimbing oleh **Bapak Dr. Ir. Muhammad Buchari Sibuea, M.Si.** sebagai ketua komisi pembimbing dan **Bapak Surna Herman, S.P., M.Si.** sebagai anggota komisi pembimbing.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk Mengetahui Faktor-faktor Internal dan Eksternal yang terdapat pada Coffee Shop Seladang Cafe dan Mengetahu bagaimana Pengembangan Agribisnis Kopi yang terdapat pada Seladang Cafe. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT dan metode analisis deskriptif dengan memakai alat ukur skala likert kemudian di intepretasikan dengan menggunakan indeks skor.

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa Seladang Cafe berada pada Kuadran II dalam Matriks Posisi SWOT yaitu Strategi Agresif. Posisi ini sangat menguntungkan dimana Seladang Cafe memiliki Kekuatan serta Peluang. Fokus strategi adalah Strategi SO (Strength-Opportunity) menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Kekuatan yang dimiliki diantaranya adalah Bibit kopi unggul, Biaya perawatan tanaman sedikit, Pengolahan menggunakan mesin canggih, serta pemerintah kabupaten sebagai pihak pendukung. Peluang yang dimiliki diantaranya, Ketersediaan bahan baku menekan biaya operasional, Pengalaman dalam membudidayakan kopi serta pengelolaan kafe, Konsep yang menarik, Sebagai Destinasi Agrowisata.

Kata kunci : Kopi, analisis SWOT, Pengembangan Agribisnis.

SUMMARY

MUHAMMAD IHSAN SYAHPUTRA (1504300229/AGRIBUSINESS) with the thesis title "**Analysis of Coffee Agribusiness Development (Coffea sp.) In Seladang Cafe Coffee Shop.**" Bener Meriah Regency, Aceh Province. This research was guided by **Mr. Dr. Ir. Muhammad Buchari Sibuea, M.Sc.** as chair of the supervising commission and **Mr. Surna Herman, S.P., M.Sc.** as a member of the supervising committee.

This research was conducted to determine the Internal and External Factors contained in Seladang Cafe Coffee Shop and Find out how Coffee Agribusiness Development contained in Seladang Cafe. The method used in this study is the SWOT analysis method and descriptive analysis method using a Likert scale measuring instrument then interpreted using the score index.

Based on the results and discussion of the study, it can be concluded that Seladang Cafe is located in Quadrant II in the SWOT Position Matrix, which is an Aggressive Strategy. This position is very advantageous where Seladang Cafe has Strength and Opportunity. The focus of the strategy is the SO (Strength-Opportunity) Strategy using power to take advantage of the opportunities that exist. Their strengths include superior coffee seedlings, low plant maintenance costs, processing using sophisticated machinery, and the district government as a supporter. Opportunities that are owned, among others, the availability of raw materials reduce operational costs, experience in cultivating coffee and cafe management, an interesting concept, as an Agro Tourism Destination.

Keywords: Coffee, SWOT analysis, Agribusiness Development.

RIWAYAT HIDUP

MUHAMMAD IHSAN SYAHPUTRA lahir di Kota Medan. Anak Kedua dari Empat Bersaudara dari Ayahanda Rahmad dan Ibunda Rosdiana Lubis. Pendidikan formal yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

1. Pada Tahun 2000 Masuk Taman Kanak-Kanak (TK) Yaitu TK Kartika dan lulus pada tahun 2003.
2. Pada Tahun 2003 Masuk Sekolah Dasar (SD) Yaitu SDN 112145 Dan Lulus Pada Tahun 2009.
3. Pada Tahun 2009 Masuk Sekolah Menengah Pertama Swasta (SMP) Panglima Polem Rantau Prapat Dan Lulus Pada Tahun 2012.
4. Pada Tahun 2012 Masuk Sekolah Menengah Atas (SMA) Yaitu SMA Swasta Sutomo 1 Medan Dan Lulus Pada Tahun 2015.
5. Pada Tahun 2015 Diterima Menjadi Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis.
6. Pada Tahun 2015 Mengikuti Pengenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa Baru (PKKMB) Dan Masa Ta'aruf (MASTA) PK IMM FAPERTA UMSU.
7. Pada Tahun 2015 Mengikuti Darul Arqam Dasar (DAD) PK IMM FAPERTA UMSU.
8. Pada Tahun 2016 Menjadi Panitia Pelaksana Masa Ta'aruf (MASTA) PK IMM FAPERTA UMSU P.A 2016/2017.
9. Pada Tahun 2016 Mengikuti Kajian Intensif Al-Islam Kemuhammadiyah (KIAM) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Pada Tahun 2018 Bulan Januari-Februari Melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Di PT. Perkebunan Nusantara III Unit Kebun Gunung Para.

11. Pada Tahun 2018 Mengikuti Joint Summer Program Biodiversity: Indonesia Coffee Story Medan-Aceh Hibah PKKUI KEMENRISTEKDIKTI.
12. Pada Tahun 2018 Mengikuti One Day Barista Training Join Summer Program Indonesia Coffee History Di AEKI Cerita Kopi, BPD AEKI SUMUT.
13. Pada Tahun 2018 Mengikuti Kegiatan Workshop KUI PTM Se-Indonesia sebagai Volunteer KUI UMSU.
14. Pada Tahun 2018 Mengikuti Kegiatan Kuliah Umum dalam rangka Kerja sama UMSU dengan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (BIPA) sebagai Volunteer KUI UMSU.
15. Pada Tahun 2018 Mengikuti Kegiatan Peresmian Warung Prancis di Perpustakaan UMSU dalam rangka Kerja sama KUI UMSU dengan Alliance Française Medan sebagai Volunteer LKUI UMSU.
16. Pada Tahun 2018 Mengikuti Kegiatan Rekrutmen Volunteer LKUI UMSU.
17. Pada Tahun 2019 menjadi perwakilan LKUI UMSU sebagai Volunteer untuk mengikuti kegiatan Melayu Day di Yala, Thailand.
18. Pada Tahun 2019 Mengikuti Kegiatan Seminar ASEAN Research Workshop on Entrepreneurship Knowledge Transfer sebagai Volunteer LKUI UMSU.\
19. Pada Tahun 2019 Mengikuti Kegiatan Workshop UMSU sebagai Volunteer LKUI UMSU.
20. Pada Tahun 2019 Menjadi Panitia Joint Summer Managing Dengue and Other Tropical Disease in Southeast Asia and The Influence Of Traditional Medicine UMSU-USU.
21. Pada Tahun 2019 Melakukan Penelitian Dengan Judul Analisis Pengembangan Agribisnis Kopi (*Coffea sp.*) di Coffee Shop Seladang Cafe.

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah kehadiran Allah SWT penulis hadiahkan atas segala karunia dan Hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Kedua Orangtua Penulis Yang Tersayang Dan Terkasih Ayahanda Rahmad Dan Ibunda Rosdiana Lubis Yang Telah Memberi Dukungan Baik Berupa Moral Dan Materi Sehingga Penulis Bisa Menyelesaikan Skripsi Ini.
2. Tersayang Dan Tercinta Abang Dan Adik Penulis Muhammad Kurniawan, Muhammad Rizki Fadillah, Muhammad Daffa Rahadian.
3. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si Selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Ir. Mhd. Buchari Sibuea, M.Si Selaku Ketua Komisi Pembimbing.
6. Bapak Surna Herman, S.P., M.Si Selaku Anggota Komisi Pembimbing.
7. Keluarga Lembaga Kerja Sama dan Urusan Internasional UMSU, Bapak dr. Eka Airlangga, M.Ked (Ped) Sp.A selaku Ketua LKUI UMSU, Ayahanda Dr. Abdul Gophur, M.Pd., Ibunda Emni Purwoningsih, SPd, M.Kes. Selaku Sekretaris LKUI UMSU, abangda Ilham Pratama, Abangda Rizqa Windy Fazaruddin, dan Kakanda Desy Ayu Wulandari Beserta Staff dan Volunteer Lainnya Yang Tidak Dapat Penulis Sebutkan Satu Persatu Yang Sudah Memberikan Dukungan Moril Serta Bimbingan Kepada Penulis Sehingga Penulis Dapat Menyelesaikan Skripsi Ini.
8. Sahabat Seperjuangan Tersayang Penulis Hafiza Ulfa Hasibuan, Shabrina Dwi Puspita, Lufpi Adi Guna, Muhammad Angga Pratama Lubis, Rivandi Simangunsong, Resha Juang Perkasa Dan Prayogi Pangestu, dan Suharman.
9. Teman-teman Yang Membantu Penulis Memberikan Support Baik Secara Moril Dan Pengetahuan Selama Proses Penyusunan Yaitu Annisa, Aprialdi, Arba Rizki Pebriani, Dwi Handoko, Fachri Aldo Siregar, Putri Lestari Sembiring, Teo Kurniawan.

10. Teman-teman Kos Inces Dempo yang selalu Menyemangati serta Memberi Bantuan selama proses penyelesaian Skripsi Peneliti, Fauziah Nur Nasution, Putri Suci Ramadhan, Sri Bunga Rezki dan Teman-teman kos lainnya.
11. Teman-Teman NoobGengs Squad AGRIBISNIS 6 Stambuk 2015 Agung Rifandy, Annas Mubaraq, Ahmad Soleh nasution, Arip Rahman Lubis, Bagus Kurniawan, Fachri Nasution, Khairul Fadli Sembiring, Jatra Tirta, Nanda Maulana, Rizki Ramadhani dan yang lainnya Yang Memberikan Dukungan Kepada Penulis.
12. Teman-Teman Agribisnis 6 Yang Telah Memberikan Dukungan Secara Moril Dan Masukan Sehingga Dapat Membantu Penulis Menyelesaikan Skripsi Ini Yang Tidak Bisa Penulis Sebutkan Satu Persatu.
13. Teman-Teman Yang Terlibat Dalam Kegiatan Joint Summer UMSU-USU. Yang Sudah Memberikan Dukungan Moril Sehingga Membantu Penulis Menyelesaikan Skripsi Ini.
14. Teman-Teman Fakultas Kedokteran UMSU Yang Telah Memberi Dukungan Moril dan Masukan Sehingga Membantu Penulis Dalam Menyelesaikan Skripsi Ini, Ariq Muflih, Fitri Dyana Siagian, Nurhasanah, Reza Gustiranda, Ridho, M. Yoga Dwi Anggara dan Yang Tidak Dapat Penulis Sebutkan Satu Persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi penulis. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih. Wassalam.

Medan, September 2019

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt atas segala limpahan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Serta Shalawat dan Salam penulis hasiahkan kepada Nabi Besar Muhammad Sallallahu Alaihi Wasallam. Dimana laporan ini penulis sajikan dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Strata 1 (S1) pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul penelitian ini adalah “**Analisis Pengembangan Agribisnis Kopi (*Coffea sp.*) di Coffee Shop Seladang Café**”. Penulis menyadari, bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna dan penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis juga pembaca pada umumnya. Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan Skripsi ini.

Medan, September 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	5
Tujuan Penelitian	6
Kegunaan Penelitian	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
Kopi	7
Sistematika Tanaman Kopi	7
Jenis-jenis Kopi	8
Kategori Kelas Kopi	10
Agribisnis	11
Subsistem Agribisnis	12
Biaya Produksi	14
Penerimaan	15
Pendapatan	16
Kelayakan Usaha	16
Strategi Pengembangan Usaha	17
Analisis SWOT	18
Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	19

Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	19
Penelitian Terdahulu	19
Kerangka Pemikiran	25
METODE PENELITIAN	28
Metode Penelitian	28
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	28
Metode Penarikan Sampel	29
Metode Pengumpulan Data	29
Metode Analisis Data	30
Defenisi dan Batasan Operasional	37
Deskripsi Umum Daerah Penelitian	39
Letak dan Luas Daerah Penelitian	39
Keadaan Penduduk.....	39
Sarana dan Prasarana Umum	42
Karakteristik Sampel.....	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	45
Produksi	45
Jumlah Produksi.....	45
Biaya Produksi	45
Hasil Produksi	46
Biaya Produksi Coffee Shop Seladang Cafe.....	47
Penerimaan Coffee Shop Seladang Cafe	48
Pendapatan Coffee Shop Seladang Cafe.....	49
Analisis Kelayakan Usaha Seladang Cafe	50
Analisis SWOT	50
Evaluasi Faktor Internal	55
Evaluasi Faktor Eksternal	56
Kuadran SWOT	59
Matriks SWOT.....	61

Strategi SO	62
Strategi WO	63
Strategi ST	63
Strategi WT	64
KESIMPULAN DAN SARAN	65
Kesimpulan	65
Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Jumlah Konsumsi Kopi Masyarakat Indonesia Tahun 2010-2016	3
2.	<i>Internal Factor Analysis Strategy(IFAS)</i>	32
3.	<i>External Factor Analysis Strategy(IFAS)</i>	34
4.	Matriks SWOT	35
5.	Batas Wilayah Desa Jamur Ujung.....	39
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	39
7.	Jumlah Kartu Keluarga	40
8.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia.....	40
9.	Jumlah Penggunaan Lahan di Kecamatan Wih Pesam	41
10.	Jumlah Penggunaan Lahan di Seladang Cafe	41
11.	Sarana dan Prasarana di Kecamatan	42
12.	Sarana dan Prasarana di Seladang Cafe	42
13.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
14.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	43
15.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	44
16.	Biaya Penyusutan Produksi.....	47
17.	Biaya Tetap (Fixed Cost)	48
18.	Biaya Variabel.....	48
19.	Total Biaya Produksi.....	48
20.	Total Penerimaan	49
21.	Total Pendapatan.....	50
22.	Matriks IFAS.....	55

23. Matriks EFAS.....	56
24. Matriks Penggabungan IFAS+EFAS	58
25. Matriks SWOT	61

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	27
2.	Diagram Analisis SWOT	34
3.	Diagram Posisi SWOT	59

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Untuk Pemilik/Instansi	70
2.	Kuesioner Untuk Pelanggan	84
3.	Identitas Responden	87
4.	Jumlah Produksi, Biaya Pengolahan dan Harga Jual Kopi/Hektar .	87
5.	Biaya Penyusutan	88
6.	Jumlah Penerimaan Coffee Shop Seladang Cafe	89
7.	Biaya Tenaga Kerja di Coffee Shop Seladang Cafe.....	89
8.	Bobot Internal.....	90
9.	Bobot Eksternal	91

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berdasarkan data dari *United States Department of Agriculture* tahun 2018 bahwa produksi kopi dunia pada tahun 2017/18 menyentuh angka 9.534.000 Ton dan mengalami peningkatan produksi sebesar 936.000 Ton pada tahun 2018/19 dengan jumlah total sebesar 10.470.000 Ton. Brasil adalah negara dengan jumlah produksi tertinggi di dunia dengan total produksi mencapai 3.804.000 Ton pada tahun 2018/19. Indonesia termasuk dalam deretan negara-negara penghasil kopi terbesar di dunia yaitu Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Jumlah rata-rata produksi kopi Indonesia selama 6 tahun terakhir (2014-2019) adalah 655.680 Ton. Berdasarkan jenisnya, jumlah rata-rata produksi kopi Arabika dan Robusta masing-masing sebesar 76.800 Ton dan 579.000 Ton. (*United States Department of Agriculture, 2018*).

Menurut data produksi kopi menurut status perusahaan dari tahun 2015-2017, produksi kopi Indonesia mengalami penurunan jumlah produksi. pada tahun 2015 jumlah produksi kopi Indonesia menurut status perusahaan sebesar 639.412 Ton dan mengalami penurunan produksi sebanyak 0.00016% pada tahun 2016 yaitu sebesar 639.305 Ton, lalu kembali mengalami penurunan produksi sebanyak 0.0029% yaitu sebesar 637.539 Ton. (Direktorat Jendral Perkebunan, 2016).

Seiring dengan perkembangan zaman, produk pertanian kopi ini semakin diminati masyarakat Indonesia bahkan masyarakat dunia. Bisnis (wirausaha) kopi berkembang pesat di seluruh penjuru negeri terutama di daerah-daerah penghasil kopi seperti di Gayo-Aceh, Merapi-Yogyakarta dan daerah penghasil kopi lainnya. Perkembangan wirausaha kopi ini dipengaruhi oleh perubahan pola kehidupan

masyarakat yang gemar minum kopi pada warung kopi atau *coffee shop*. Konsumen semakin selektif dalam memilih produk maupun jasa yang disajikan serta mempertimbangkan atribut dan konsep dari produk tersebut untuk menambah tingkat kepuasan yang akan mereka terima (Ferrinadewi, 2005).

Dalam mengonsumsi kopi, konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda tergantung selera dan kegemaran masing-masing penikmat kopi, ada yang memilih untuk sekedar diseduh dengan air panas, beberapa tidak menambahkan gula, yang lainnya menggunakan alat khusus untuk menyeduh kopi sehingga rasa kopi yang dihasilkan lebih nikmat. Ada dua jenis kopi yang sering dikonsumsi di Indonesia, yaitu kopi arabika dan robusta. Masyarakat cenderung lebih banyak mengonsumsi kopi arabika dibanding robusta, hal ini dikarenakan kopi arabika mempunyai rasa yang nikmat, ringan dan wangi khas kopi yang harum. Sedangkan kopi robusta merupakan kopi kelas dua yang mempunyai kadar kafein yang lebih tinggi dan rasa asam yang cukup kuat. Fenomena tersebut merupakan peluang besar untuk mengembangkan usaha kopi di Indonesia. Selain dapat meningkatkan pendapatan pribadi, pengembangan usaha kopi juga dapat memotivasi para petani kopi untuk lebih giat dan meningkatkan kualitas produksi kopi mereka.

Berdasarkan pada catatan data dari Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), jumlah konsumsi kopi di Indonesia berkisar antara 100.000 hingga 125.000 ton pertahun atau 27% dari produksi normal kopi nasional dengan jumlah 450 ribu ton. Sementara itu, ekspor kopi per tahun mencapai 265.000 ton.

Tabel 1. Jumlah Konsumsi Kopi Masyarakat Indonesia Tahun 2010-2016

No	Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Kebutuhan Kopi (kilogram)	Konsumsi Kopi (kg/kapita/tahun)
1	2010	230.000.000	190.000.000	0.80
2	2011	241.000.000	210.000.000	0.87
3	2012	245.000.000	230.000.000	0.94
4	2013**	249.000.000	250.000.000	1.00
5	2014**	253.000.000	260.000.000	1.03
6	2015**	257.000.000	280.000.000	1.09
7	2016**	260.000.000	300.000.000	1.15

Sumber: Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI)

Keterangan: ** Estimasi

Dari data tersebut memperlihatkan bahwa di masa sekarang, minum kopi sudah menjadi gaya hidup di berbagai wilayah di Indonesia. Salah satu *coffee shop* cukup terkenal yang dikembangkan oleh petani kopi adalah *coffee shop* Seladang *Cafe*, Kafe ini mulai dikembangkan di Kabupaten Bener Meriah. Dengan mengusung konsep kafe yang sangat berbeda dari kebanyakan *coffee shop* yang ada di Indonesia yaitu kafe ini berada di tengah kebun kopi dengan slogan “Ngopi di Kebun Kopi” tidak seperti kebanyakan kafe yang lebih memilih menjalankan bisnis *coffee shop* di tengah kota di gedung-gedung perbelanjaan modern/*mall* untuk menarik pelanggan terutama masyarakat milenial atau remaja yang suka nongkrong di tempat-tempat yang terkesan mewah dan keren. Kafe ini didirikan pada November tahun 2014 dan mulai beroperasi serta melayani pelanggan penikmat kopi di Bener Meriah Sampai sekarang dengan pendapatan bersih mencapai 25 juta rupiah per bulan.

Seladang *Café* dengan total luas lahan termasuk bangunan kafe seluas ± 1 Ha dengan jumlah produksi sekitar 20-30Kg/bulan yang langsung dipanen dari kebun yang mengitari kafe Seladang ini memusatkan usaha bisnis kopinya pada kopi Arabika. Kopi ini merupakan salah satu kopi yang sangat diminati, dengan kualitas

yang tinggi maka jenis kopi ini menjelma menjadi salah satu dari sekian banyak jenis kopi yang mahal harganya. Meskipun tinggi harganya, peminat kopi yang minum kopi di Seladang *Cafe* selalu banyak jumlahnya. *Coffee Shop* ini menyajikan kopi didalam gubuk diantara pohon-pohon kopi yang sudah dirancang sedemikian rupa oleh Sadikin yang biasa dipanggil "Gembel" (pemilik Seladang *Cafe*) dan ditempatkan di tengah-tengah kebun kopi miliknya sendiri sehingga pelanggan merasa seakan-akan menyatu dengan alam ketika menikmati secangkir kopi yang berasal dari pohon-pohon kopi disekitar gubuk tersebut. Meski Seladang *Cafe* terletak jauh dari pusat kota Takengon, tidak mengurangi niat pengunjung/konsumen untuk datang ke kafe ini. Mulai dari pengunjung lokal yang tinggal di sekitaran kota Takengon-Bener Meriah, masyarakat luar kota, turis mancanegara, bahkan yang sengaja datang dari luar negeri hanya untuk menikmati secangkir kopi dan membeli bubuk kopi di Seladang *Cafe* untuk dibawa pulang ke negara asal mereka. Hal ini dapat terjadi bukan tanpa sebab bagi mereka yang datang jauh-jauh hanya untuk menikmati kopi di Seladang *Cafe*, pemilik kafe ini sudah beberapa kali mengadakan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kopi yang bertujuan menambah pengetahuan bagi petani-petani kopi yang ada di Bener Meriah, seperti pada tahun 2016 lalu Seladang *Cafe* mengadakan kegiatan yang bertema "Gayo Dalam Lorong Waktu" bersama Komunitas *Photography* Gayo dan Pemerintah Daerah Kabupaten Bener Meriah, menjadi penyelenggara GAMIFest 2018 (*Gayo Alas Mountain International Festival*) kegiatan ini merupakan kegiatan internasional yang dihadiri oleh berbagai masyarakat baik dari dalam negeri maupun luar negeri, dimana pada kegiatan ini seluruh Institusi, Pemerintah, Masyarakat, Pengusaha dan pihak lain yang terlibat dalam mempromosikan budaya

serta komoditi unggulan dari Tanah Gayo serta mengenalkan beragam potensi lainnya kepada Investor. Lewat kegiatan-kegiatan ini masyarakat luas mulai mengenal kafe Seladang *Cafe* dan memberikan peluang bagi Seladang *Cafe* sehingga banyak warga asing datang ke kafe Seladang, serta beberapa kegiatan lainnya yang membuat kafe ini menjadi *Trendsetter* bagi warung kopi atau kafe yang berada di kota Takengon dan Bener Meriah. Sehubungan dengan hal tersebut, perlu dilakukan penelitian tentang ANALISIS PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI (*Coffea* sp.) DI COFFEE SHOP SELADANG CAFE. Alasan yang mendasari pemilihan fokus penelitian ini adalah bahwa Seladang *Café* dibangun oleh petani kopi dengan konsep kafe di tengah kebun kopi yang berbeda dari kebanyakan *Coffee Shop* yang berada di tengah kota.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana faktor-faktor internal dan eksternal yang terdapat pada *Coffee Shop* Seladang *Cafe*?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di *Coffee Shop* Seladang *Cafe*?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang terdapat pada *Coffee Shop Seladang Cafe*.
2. Mengetahui Bagaimana Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di *Coffee Shop Seladang Cafe*.

Kegunaan Penelitian

1. Bagi Pengusaha Kopi, hasil penelitian ini dapat dijadikan panduan dalam mengembangkan usaha kopinya.
2. Bagi petani kopi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam mengembangkan agribisnis kopi mereka sehingga dapat menghasilkan produk dengan nilai jual tinggi.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian ini memberikan bahan rujukan bagi peneliti dalam ilmu pengetahuan serta menjadi informasi bagi peneliti-peneliti yang sedang menyelesaikan tugas akhir dan kegiatan lain yang berkaitan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kopi

Tanaman kopi memiliki beberapa spesies, diantara *Coffea arabica L.*, *Coffea canephora Pierre*, *Coffea liberica W. Bull.*, *Coffea excels* dan lain sebagainya. Akan tetapi masyarakat pada umumnya lebih sering mengkonsumsi kopi arabika (*Coffea arabica L*) dan kopi Robusta (*Coffea canephora Pierre*).

Sistematika Tanaman Kopi (*Coffea sp.*)

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

Kidom	: Plantae
Subkidom	: Tracheobionta
Super Divisi	: Spermatophyta
Divisi	: Magnoliophyta
Kelas	: Magnoliopsida
Sub Kelas	: Asteridae
Ordo	: Rubiales
Famili	: Rubiaceae
Genus	: Coffea
Spesies	: <i>Coffea sp.</i>

Daerah-daerah penghasil kopi yang terkenal antara lain Aceh dengan kopi Gayonya, Jogjakarta dengan kopi Merapinya, Sumatera Utara dengan kopi Sidikalangnya, dari sekian banyak daerah penghasil kopi tersebut, Gayo merupakan penghasil kopi terbaik di Indonesia bahkan di dunia. Kopi Gayo yang terbaik kualitasnya adalah kopi jenis Arabika. Ketinggian tempat yang baik untuk membudidayakan kopi Arabika berkisar 1000-1700 meter di atas permukaan laut

dengan jumlah produksi berkisar 1500-3000 kg/ha. Suhu optimum bagi tanaman kopi untuk tumbuh adalah 12-28°C dengan curah hujan berkisar 1500-3000 mm/tahun (Raharjo, 2012).

Jenis-jenis Kopi

Terdapat tiga jenis kopi yang sangat terkenal di dunia, yaitu Arabika, Robusta dan Liberika. Kopi arabika (*Coffea Arabica*) diklasifikasikan pertama kali oleh seorang ilmuwan Swedia yang bernama Carl Linnaeus (Carl von Linné) pada tahun 1753. Jenis kopi yang memiliki kandungan kafein sebesar 0.8-1.4% ini awalnya berasal dari Brasil dan Etiopia. Spesies kopi yang lebih dulu ditemukan dan kemudian dibudidayakan oleh manusia hingga saat ini adalah kopi arabika. Kopi arabika dapat tumbuh optimal pada daerah dengan ketinggian 700-1700mdpl dengan suhu 16-20 °C dengan iklim kering selama 3 bulan berturut-turut. Kopi arabika merupakan spesies kopi yang rentan terhadap penyakit karat daun (*Hemileia vastatrix*) dibandingkan spesies kopi lain seperti kopi robusta dan liberika, sehingga menurut (Spillane, 1993) spesies kopi arabika memerlukan perhatian serta perawatan lebih dalam pembudidayaannya.

Terdapat banyak daerah penghasil kopi di Indonesia. Daerah-daerah penghasil kopi yang terkenal antara lain Aceh dengan kopi Gayonya, Jogjakarta dengan kopi Merapinya, Sumatera Utara dengan kopi Sidikalangnya, dari sekian banyak daerah penghasil kopi tersebut, Gayo merupakan penghasil kopi terbaik di Indonesia bahkan di dunia. Kopi Gayo yang terbaik kualitasnya adalah kopi jenis Arabica. Kopi arabika yang terdapat pada dataran Gayo dibudidayakan pada ketinggian sekitar 1100-1300 meter di atas permukaan laut yang bersuhu sekitar 12-28°C serta curah hujan 1500-3000mm/tahun dengan jumlah produksi rata-rata

sebesar sekitar 1500-3000 kg/ha. Kandungan kafein yang terdapat dalam biji kopi arabika berkisar antara 0,8 sampai 1,4% serta tingkat kecacatan biji sebesar 11%. Tanah Gayo merupakan daerah penghasil kopi dengan lahan terluas yang terdapat di Indonesia. Lahan yang ditanam di kopi dikawasan ini mencakup 46.493 ha, dengan jumlah petani kopi lebih dari 20.000 KK, dan setiap tahun jumlahnya terus meningkat. Ini menjadikan dataran tinggi Gayo sebagai produsen kopi Arabika terbesar tidak hanya di Indonesia, tapi juga Asia. Hal tersebut tidak lepas dari luas lahan yang dimiliki dan dikelola oleh petani kopi disana dengan luas lahan rata-rata seluas 2 Hektar. Karakter kopi Gayo yang beragam dipengaruhi oleh beragam faktor seperti jenis tanah, ketinggian tempat tumbuh serta berbagai faktor lainnya, pada daerah dengan ketinggian sekitar 700 sampai 1500 mdpl di memiliki cita rasa varietas kopi yang berbeda dengan varietas yang tumbuh di daerah dengan ketinggian tempat yang berbeda. Terdapat beberapa varietas yang di tanam yaitu, ateng, bourbon, katimor dan aneka ragam varietas lainnya (Khalida, 2014).

Kopi Robusta (*Coffea canephora*) berada di Indonesia pada tahun 1900, kopi ini tahan penyakit karat daun, dan memerlukan syarat tumbuh dan pemeliharaan yang ringan, sedangkan produksinya jauh lebih tinggi. Oleh karena itu kopi ini cepat berkembang dan mendesak kopi-kopi lainnya. Saat ini lebih dari 90% dari areal pertanaman kopi Indonesia terdiri atas kopi Robusta (Prastowo, 2010).

Kopi robusta mampu beradaptasi lebih baik dibanding kopi arabika. Areal perkebunan kopi robusta di Indonesia relatif luas karena dapat tumbuh baik pada daerah yang lebih rendah. Kopi robusta memiliki karakteristik fisik biji agak bulat, lengkungan tebal dan garis tengah dari atas kebawah hampir rata. (Rukmana, 2014)

Kopi Liberika Tungkal Komposit atau disebut juga Libtukom adalah jenis kopi yang berasal dari Kabupaten Tanjung Jabung Barat dan telah ditetapkan sebagai varietas bina melalui Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia No. 4968/Kpts/SR.120/12/2013 tanggal 6 Desember 2013. Kabupaten Tanjung Jabung Barat adalah salah satu daerah penghasil utama kopi di Provinsi Jambi dengan luas 2.882 ha dari jenis liberika pada tahun 2015 (Badan Pusat Statistik, 2016).

Kategori Kelas Kopi

Terdapat 5 tingkatan kelas kopi, yaitu (1) grade 4, (2) grade 3, (3) grade 2, (4) grade 1 dan (5) specialty. Kopi grade *specialty* adalah kopi yang paling tinggi kualitasnya dengan nilai *cupping* minimal sebesar 80 dari skala maksimal 100, nilai ini didapat berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh *Q-Grader*/Penguji kualitas kopi yang sudah bersertifikat, seperti misalnya para *Q-Grader* dari Asosiasi Kopi Spesialti (*Specialty Coffee Association*) yang menilai kualitas kopi dari segi aroma, body, rasa, acidity, dan sebagainya sesuai syarat yang sudah ditentukan.

Istilah kopi spesialti (*Specialty Coffee*) pertama kali dicetuskan oleh seorang penikmat kopi yang terkenal di dunia kopi bernama Erna Knutsen pada tahun 1978 “Tea and Trade Journal” sederhana. Istilah *Specialty Coffee* merujuk pada keunikan rasa dari biji kopi yang diproduksi pada iklim dan wilayah tertentu. Kopi spesialti bukan saja menggambarkan minuman yang terbuat dari kopi dengan rasa yang spesial saja, akan tetapi lebih dari itu, kopi spesialti dapat menggambarkan bagaimana kopi itu ditanam kemudian dirawat, serta dipanen dan diolah lewat proses pasca panen hingga sampai pada tahap dimana produk kopi tersebut siap dijual dan disajikan kepada penikmat kopi secara spesial. Erna Knutsen menggunakan istilah spesialti untuk menyebut kopi dengan rasa serta kualitas

terbaik. Sebuah kopi dapat dikategorikan sebagai kopi spesialti dengan ketentuan sebagai berikut. Perkebunan dikelola secara Organik. Hal ini tidak mutlak, karena masih ada juga *Specialty Coffee* dari perkebunan Non Organik, petik merah, yaitu petani hanya memetik kopi yang sudah benar-benar matang atau berwarna merah, Presentasi kerusakan maksimal hanya 4% saja sehingga dalam 1 kg (1000 gr) biji kopi *Specialty* hanya terdapat 40 gr biji kopi yang rusak atau tidak sempurna, Memiliki nilai cupping test 80-100 (Muzaifa. M., 2016).

Agribisnis

Agribisnis adalah suatu rangkaian kegiatan budidaya dalam bidang pertanian pada lini *on-farm* (di dalam lahan budidaya) dan peningkatan nilai tambah pada komoditas *on-farm* lewat proses pengolahan, pemasaran dan distribusi (*off-farm*). Terdapat 4 subsistem agribisnis, yaitu 1) subsistem pengadaan dan penyaluran sarana dan prasarana produksi (saprodi), 2) subsistem produksi primer atau usaha tani (*on-farm*), 3) subsistem agroindustri atau pengolahan, dan 4) subsistem pemasaran. Usaha di bidang agribisnis dapat menggerakkan perekonomian melalui pemanfaatan sumber daya yang terbatas dengan berbagai kegunaan yang tidak terbatas. (Sa'id, E., 2007).

Agribisnis juga dapat dikatakan sebagai bisnis dengan basis usaha dalam bidang pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, mulai dari sektor hulu hingga hilir. Dapat dikatakan, agribisnis merupakan cara dalam melihat sisi ekonomi bagi usaha penyediaan pangan. Dalam dunia agribisnis juga dipelajari bagaimana strategi dalam memperoleh keuntungan melalui pengelolaan berbagai macam aspek seperti budidaya, penyediaan bahan baku, pasca panen, proses

pengolahan, sampai pada tahap pemasaran suatu produk/komoditi. Dalam uraian manajemen agribisnis, setiap bagian penting dalam produksi dan distribusi pertanian sebagai aktivitas agribisnis. Istilah agribusiness atau agribisnis adalah gabungan dari kata agriculture (pertanian) dan business (bisnis) yaitu pemasaran dalam bidang pertanian atau segala bentuk perusahaan akan suatu komoditi pertanian. Dalam bahasa Indonesia dikenal juga dengan agrobisnis. Objek agribisnis dapat berupa hewan, tumbuhan, maupun organisme lain (Sieva, 2015).

Subsistem Agribisnis

Secara abstrak sistem agribisnis dapat diartikan sebagai semua aktifitas, mulai dari pengadaan dan penyaluran sarana produksi (*input*) sampai dengan pemasaran produk-produk yang dihasilkan oleh usaha tani serta agroindustri, yang saling terkait satu sama lain. Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat berbagai sistem dalam agribisnis, yaitu :

- Subsistem Agribisnis Hulu

Subsistem ini adalah subsistem yang meliputi penyediaan sarana produksi (saprodi) pertanian yaitu, benih, bibit, pupuk, pemberantas hama dan penyakit, lembaga kredit, bahan bakar, mesin pertanian, dan peralatan produksi pertanian. Individu-individu yang melakukan kegiatan pengadaan dan penyaluran sarana produksi baik itu perorangan, perusahaan swasta, pemerintah, maupun koperasi. Subsistem ini sangat penting mengingat perlunya keterpaduan antara berbagai unsur tersebut guna mewujudkan sukses agribisnis. Industri yang menyediakan sarana produksi pertanian disebut juga sebagai agroindustri hulu.

-Subsistem budidaya/usahatani

Subsistem ini menghasilkan produk pertanian berupa bahan pangan, hasil-hasil perkebunan, buah-buahan, bunga dan tanaman hias, serta hasil ternak hewan dan ikan. Pelaku kegiatan dalam subsistem ini adalah produsen yang terdiri dari petani, peternak, pengusaha tambak, pengusaha tanaman hias dan lain sebagainya.

- Subsistem Agribisnis/Agroindustri Hilir

Subsistem ini meliputi pengolahan dan pemasaran (Tata niaga) produk pertanian dan olahannya. Terdapat beberapa rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dalam subsistem ini mulai dari pengumpulan produk usaha tani, pengolahan, penyimpanan serta distribusi. Sebagian produk yang dihasilkan dari usaha tani ini didistribusikan langsung pada konsumen baik dalam atau di luar negeri. Sebagian lainnya mengalami proses pengolahan terlebih dahulu yang kemudian didistribusikan ke konsumen. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan subsistem ini adalah pengumpul produk, pengolah, pedagang, penyalur ke konsumen, pengalengan dan lain-lain. Industri yang mengolah suatu produk usahatani disebut juga agroindustri hilir. Subsistem ini dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat pedesaan serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat pedesaan karena subsistem ini dapat menjadi penggerak utama roda perekonomian pedesaan

- Subsistem Jasa Layanan Pendukung (Kelembagaan)

Subsistem jasa layanan pendukung agribisnis (kelembagaan) atau supporting institution adalah semua jenis kegiatan yang berfungsi mendukung dan melayani serta mengembangkan kegiatan sub-sistem hulu, sub-sistem usaha tani, dan sub-sistem hilir. Berbagai lembaga yang memiliki keterkaitan dalam kegiatan ini adalah konsultan, penyuluh, keuangan, dan penelitian. Lembaga penyuluhan dan konsultan

memberikan layanan informasi yang dibutuhkan oleh petani dan pembinaan teknik produksi, budidaya pertanian, dan manajemen pertanian. Untuk lembaga keuangan seperti perbankan, model ventura, dan asuransi yang memberikan layanan keuangan berupa pinjaman dan penanggungan resiko usaha (khusus asuransi). Kemudian dalam rangka pemberian layanan informasi teknologi produksi, teknik manajemen hasil penelitian dan pengembangan yang mutakhir serta budidaya dilakukan oleh lembaga penelitian baik itu dilakukan oleh Balai penelitian maupun oleh Perguruan tinggi. (Maulidah, 2012).

Biaya Produksi

Terdapat hubungan antara tingkat penggunaan berbagai faktor produksi terhadap pruduk atau hasil yang akan diperoleh. Hal ini disebut juga dengan hubungan antara input produksi dengan outpout produksi. Selain itu dalam beberapa kasus untuk menghasilkan suatu produk dapat juga dipengaruhi oleh produk lain, dalam memproduksi produk tertentu dapat digunakan input yang satu maupun input lain (Chaerningrum, 2010).

Dalam suatu proses produksi usahatani keberadaan fungsi produksi menunjukkan jumlah output yang maksimal yang dapat diperoleh dengan menggunakan berbagai alternatif kombinasi capital (modal) dan tenaga kerja (Chaerningrum, 2010).

Proses produksi adalah tahap transformasi antara dua input atau lebih untuk menjadi satu atau lebih produk. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi ketersediaan produk, diantaranya komoditi itu sendiri, luas lahan, tenaga kerja, modal, manajemen iklim dan faktor sosial ekonomi produsen. Faktor-faktor produksi tersebut kemudian akan dijadikan sebagai suatu bentuk pengorbanan yang

diberikan agar mampu menghasilkan fungsi produksi dengan baik (Chaerningrum, 2010)

Biaya total digunakan untuk mengetahui besarnya penerimaan yang diterima petani kopi dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\mathbf{TC=TFC+TVC}$$

Keterangan:

TC = Total Cost/Biaya Total (Rp)

TFC = Total Fixed Cost/Biaya Tetap Total (Rp)

TVC = Total Variabel Cost/Biaya Variabel Total (Rp)

(Ratini, 2014).

Penerimaan

Penerimaan adalah jumlah total harga dikali jumlah produk yang dijual. Terdapat dua bentuk penerimaan yaitu penerimaan kotor dan penerimaan bersih. Penerimaan kotor merupakan penerimaan yang berasal dari penjualan hasil produksi usahatani yang didapat melalui perkalian jumlah produksi dengan harga jualnya (Aditiya, 2017). Dalam perhitungannya dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\mathbf{TR = P.Q}$$

Keterangan:

TR = Total Revenue (Penerimaan Total)

P = Price (Harga)

Q = Quantity (Jumlah Produksi)

Pendapatan

Pendapatan merupakan selisih antara keuntungan dan kerugian dalam suatu usahatani dan kerugian merupakan selisih antara jumlah penerimaan usahatani dengan jumlah biaya usahatani (Sugiyanto, 2010). Secara matematis, perhitungan pendapatan dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut.

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π = Keuntungan

TR = Total Revenue (Total pendapatan)

TC = Total Cost (Total biaya)

Kelayakan Usaha

Studi kelayakan bisnis dilakukan dalam rangka mengkaji dan mendalami suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan guna mengetahui apakah suatu kegiatan usaha/bisnis tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. Mengkaji secara mendalam dapat diartikan sebagai meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian dilakukan pengukuran, perhitungan, serta analisis hasil penelitian tersebut menggunakan metode-metode terkait. Kelayakan artinya suatu usaha yang dijalankan akan memberi manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang telah dikeluarkan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Revenue Cost Ratio (R/C)

Analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C) dapat digunakan guna mengetahui apakah suatu usahatani yang dilakukan petani layak atau tidak. R/C merupakan perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total yang mencakup biaya variable dan biaya tetap (Hasibuan, 2018).

Jika $R/C \text{ Ratio} > 1$, maka usaha yang dijalankan mengalami keuntungan atau layak untuk dikembangkan

Jika $R/C \text{ Ratio} < 1$, maka usaha tersebut mengalami kerugian atau tidak layak untuk dikembangkan.

Jika $R/C \text{ Ratio} = 1$, maka usaha berada pada titik impas (Break Event Point).

Benefit Cost Ratio (B/C)

$B/C \text{ Ratio}$ merupakan suatu perhitungan yang digunakan guna memperoleh gambaran tentang perbandingan antara manfaat dengan biaya yang dikeluarkan dalam suatu usahatani. Semakin besar angka perbandingan dengan kriteria minimal 1, maka kemampuan usaha untuk memberikan manfaat terhadap suatu usahatani suatu komoditi akan semakin besar atau potensial (Hasibuan. 2018).

$(B/C) = \text{Benefit (Keuntungan)} / \text{Cost (Biaya)}$

Jika $B/C \text{ Ratio} > 0$, maka usaha yang dijalankan mengalami keuntungan atau prospek untuk dikembangkan.

Jika $B/C \text{ Ratio} < 0$, maka usaha tersebut mengalami kerugian atau tidak layak untuk dikembangkan.

Jika $B/C \text{ Ratio} = 0$ maka usaha berada pada titik impas (Break Event Point).

Strategi Pengembangan Usaha

Strategi merupakan kiat perusahaan untuk mencapai visi, misi, dan tujuannya. Merumuskan suatu Strategi merupakan tanggung jawab besar bagi pimpinan perusahaan dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Oleh sebab itu, perumusan Strategi harus dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Pertimbangan tersebut harus disesuaikan dengan kondisi nyata di lapangan dan data

yang valid, agar strategi yang dirumuskan mampu memberikan pengaruh atau kontribusi terhadap perkembangan usaha. Dalam merumuskan strategi pengembangan usaha perlu mengidentifikasi secara cermat kondisi internal dan eksternal perusahaan yang meliputi faktor kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang bagi perusahaan. Kekuatan merupakan faktor internal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya, sedangkan kelemahan merupakan faktor internal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Sementara itu, ancaman dan peluang merupakan faktor dari luar perusahaan yang memberikan pengaruh positif maupun negatif terhadap perkembangan perusahaan (Putra, 2018).

Tujuan utama Strategi dalam setiap kegiatan adalah mencapai keberhasilan. Dalam mencapai tujuan yaitu keberhasilan, ada beberapa elemen Strategi yang harus dipenuhi. Pertama, tujuan yang diformulasikan secara sederhana, konsisten dan berjangka panjang. Kedua, pengertian mendalam terhadap lingkungan persaingan. Ketiga, penilaian objektif terhadap sumber daya dan implementasi yang efektif (Pane, 2017).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah kegiatan mengidentifikasi berbagai macam faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yang dapat menguntungkan perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan Strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, Strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencana Strategis (*strategic planner*)

harus menganalisis faktor-faktor Strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis SWOT (Rangkuti, 2014).

Analisis Lingkungan Internal Perusahaan

Analisis lingkungan internal perusahaan merupakan kegiatan menganalisa guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan berdasarkan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Terdapat dua variabel yang dianalisis dalam lingkungan internal perusahaan yaitu Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*). Tujuan analisis sehingga manajemen akan dapat melakukan reaksi secara tepat terhadap setiap perubahan, selain itu agar manajemen mempunyai kemampuan merespon berbagai isu kritis mengenai lingkungan yang mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap perusahaan (Rangkuti, 2014).

Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan

Lingkungan Eksternal perusahaan yang berpengaruh tidak langsung terhadap kegiatan perusahaan. Lingkungan eksternal meliputi variabel-variabel di luar organisasi yang dapat berupa tekanan umum dan tren didalam lingkungan sosial ataupun faktor-faktor spesifik yang beroperasi didalam lingkungan kerja (Industri) organisasi. Variabel-variabel eksternal ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu ancaman dan peluang (Rangkuti, 2014).

Penelitian Terdahulu

Supriatna (2014) melakukan penelitian mengenai Analisis Strategi Pengembangan Usaha kopi luwak (studi kasus: UMKM Careuh *Coffee* Rancabali-Ciwidey Bandung). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan usaha UMKM

Careuh *Coffee*, peneliti Mengidentifikasi dan menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran UMKM Careuh *Coffee*, dan menyusun serta merekomendasikan alternatif strategi pengembangan usaha UMKM Careuh *Coffee*. Metode pengolahan dan analisis data disajikan secara deskriptif dan analisis dilakukan dengan cara kuantitatif dan kualitatif. Proses perumusan strategi dilakukan melalui tiga tahap, yaitu tahap masukan dengan analisis lingkungan internal dan eksternal, tahap pencocokan dengan analisis SWOT, dan tahap pengambilan dengan metode AHP. Hasil analisis internal kemudian dituangkan dalam bentuk matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), kekuatan dan kelemahan yang telah dianalisis kemudian diberikan bobot. Hasil analisis eksternal dituangkan kedalam matriks *External Factor Evaluation* (EFE), peluang dan ancaman yang telah dianalisis kemudian diberikan bobot. Hasil dan kesimpulan penelitian ini adalah Bauran pemasaran pada UMKM Careuh *Coffee* di antaranya adalah produk yang dihasilkan adalah kopi luwak yang berasal dari kopi Arabika. Kopi Arabika diambil dari para petani yang berada didaerah Ciwidey Rancabali. Dalam hal tempat, UMKM Careuh *Coffee* memasarkan produknya melalui *coffee shop*. Harga yang ditawarkan oleh UMKM Careuh *Coffee* yaitu Rp 1.300.000/kg. Dalam hal promosi, UMKM Careuh *Coffee* telah melakukan aktivitas-aktivitas promosi di antaranya pameran, brosur, dan publisitas. Berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan UMKM Careuh *Coffee* terdiri dari kondisi finansial perusahaan, sumber daya manusia yang tersedia, sikap konsumen, teknologi Informasi serta lokasi. Alternatif Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh UMKM Careuh *Coffee* di antaranya penguatan SDM pemasaran dan strategi integrasi ke depan.

Penelitian terdahulu oleh Dwi (2018) tentang Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (studi kasus PT. Golden Malabar). Tujuan penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan usaha dari pengolahan kopi arabika. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder melalui observasi dan wawancara langsung, untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan digunakan matriks Evaluasi Faktor Internal dan Matriks Evaluasi Eksternal, sedangkan alat analisis yang digunakan untuk menentukan strategi yang tepat untuk perusahaan adalah *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil penelitian ini menunjukkan total skor matriks IFE PT. Golden Malabar adalah 3,0507 yang mengindikasikan posisi internal perusahaan yang kuat. Total skor matriks EFE PT. Golden Malabar Indonesia adalah 2,0160. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan belum cukup merespon peluang dan ancaman yang ada di luar perusahaan. Posisi matriks IE PT. Golden Malabar Indonesia terdapat pada wilayah IV, dimana perusahaan sedang tumbuh dan berkembang di Industri pengolahan kopi arabika, sangat tepat untuk melakukan Strategi integrasi. Strategi prioritas pertama sesuai dengan analisa QSPM, dan akan lebih baik lagi apabila PT. Golden Malabar Indonesia melakukan integrasi ke belakang membangun jaringan kepada mitra atau agen pemasok ceri kopi.

Penelitian terdahulu oleh Mariani (2009) tentang Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di Kabupaten Humbang Hasudutan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan (keadaan sumber daya manusia, ketersediaan lahan, keamanan berusaha, akses transportasi, keadaan sumber daya alam) mampu mengatasi faktor kelemahan (penggunaan teknologi tradisional, ketersediaan dana, lembaga pembina, penelitian, dan pelatihan, pemasaran kopi, dukungan kebijakan

pemerintah daerah dan pelaksanaanya, Industri pengolahan kopi, kemitraan usaha, bibit kopi bermutu pengendalian hama penyakit dan pemeliharaan) yang dimiliki kawasan tersebut. Hal itu ditunjukkan oleh nilai bobot skor faktor kekuatan yang lebih besar dari bobot skor kelemahan yakni sebesar 1,338 untuk faktor kekuatan dan 0,992 untuk faktor kelemahan. Secara umum menunjukkan bahwa Pengembangan Agribisnis Kopi dibawah rata-rata dalam kekuatan internalnya secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan total nilai bobot skor 2,330. Hasil penggabungan matriks IFE dan EFE dalam matriks SWOT dalam Pengembangan Agribisnis Kopi Humbang Husundutan, menghasilkan beberapa alternatif Strategi yaitu sebagai berikut : (1) Meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan dan memperluas usahatani kopi yang berkualitas dan jaringan pemasaran, (2) Membentuk dan membina lembaga penelitian untuk R&D serta mendukung Asosiasi kopi, (3) Menguatkan modal untuk usaha agribisnis dan memperluas jaringan pemasaran kopi, (4) Mengembangkan kopi organik, meningkatkan mutu kopi melalui pasca panen yang baik, dan membuat peraturan bagi mitra usaha, (5) Melakukan pembinaan, pengembangan pemberdayaan kelembagaan dan manajemen usahatani, (6) Memperbaiki rantai pemasaran kopi melalui lembaga yang terkait, 7) Menciptakan kerjasama yang baik dengan pihak investor.

Dalam penelitian Sarma (2014) tentang *An Agribusiness Development Approach of Beef Cattle in Selected Areas of Bangladesh*. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer didapat dari hasil survey, metode observasi dan beberapa metode terkait. Berdasarkan analisis SWOT didapat hasil skor tertimbang yaitu 1,775, 2,438, dan 0,842 untuk peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan masing-masing. Peluang dan skor kekuatan lebih tinggi dari ancaman

dan kelemahan agribisnis sapi potong. Hasilnya menunjukkan peluang besar untuk eksplorasi agribisnis sapi potong. Dari hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi SO adalah strategi terbaik diantara empat strategi dan skor daya Tarik total (TAS) adalah 5,833. Jadi strategi IV dipilih dan strategi lain akan mendukung strategi IV. Beberapa rekomendasi untuk meningkatkan agribisnis sapi potong di wilayah studi diteruskan sebagai berikut. (1) Mempersiapkan rencana strategis untuk kombinasi agribisnis sapi potong dengan produsen dan pengolah daging dengan kemitraan swasta publik, (2) Kontrak pemasaran produksi formal dengan sapi potong dapat diperkenalkan akan mendorong investasi pada penggemukan sapi komersial, pemrosesan daging, peralatan daging dan jaringan distribusi, (3) Pengaturan untuk akses ke kredit institusional dengan tingkat bunga yang wajar dapat membantu meningkatkan produksi sapi potong, (4) Pengenalan kendaraan yang sesuai atau tidak sesuai untuk transportasi sapi selama pembelian dan penjualan, (5) Meningkatkan kesadaran di kalangan petani, pedagang, pelaku rantai nilai untuk menggunakan teknologi penggemukan sapi.

Rengga, Dkk., (2016) melakukan penelitian tentang *Agribusiness Development Strategy of Soybean Commodity in Sigi Regency*. Proses pengumpulan data dilakukan secara primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan dengan wawancara langsung yang dilakukan oleh ahli, data sekunder didapat lewat website Badan Pusat Statistik Sigi. Jumlah responden sebanyak 6 orang yang terdiri dari 3 orang dari pihak Kabupaten Sigi dan 3 orang Petani kopi. Hasil penelitian ini adalah terdapat lima strategi prioritas secara berurutan, yaitu: 1) program memotivasi petani partisipasi dan pemberdayaan; 2) penguatan kebijakan pembangunan kedelai lokal yang mendukung petani; 3) program pengembangan

spesifikasi budidaya kedelai melalui Perluasan area dan Pemetaan lahan; 4) kemitraan pertanian daerah; 5) pengembangan industri pengolahan kedelai.

Dalam penelitian Sibuea, Dkk, (2014) tentang Strategi Pengembangan Agribisnis Karet Rakyat di Kabupaten Nias Selatan. Penelitian ini menghasilkan beberapa Strategi Pengembangan Karet Rakyat di Kabupaten Nias Selatan, yakni Membentuk kelompok tani sebagai sarana penyuluhan, pendidikan, serta pengenalan teknologi, Bantuan modal petani, Program peremajaan karet tua dengan klon unggul, memanfaatkan anggaran otonomi daerah untuk meningkatkan produksi karet kebutuhan industri, kerja sama dengan investor untuk membangun pabrik pengolahan karet, meningkatkan teknologi budidaya karet, memperluas areal perkebunan karet, serta menggalakan pemakaian bibit (klon) unggul.

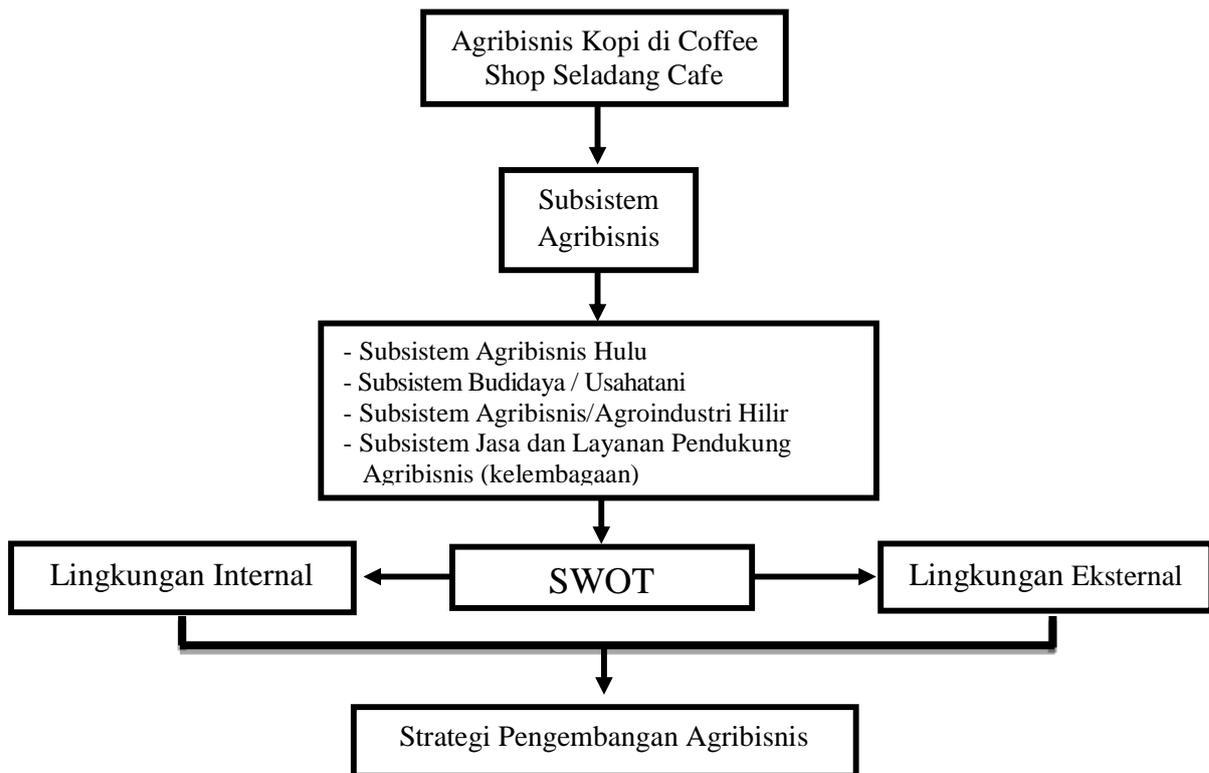
Dalam Penelitian Sibuea, M (2017) tentang *Development Strategy Business of Sipirok Weaving Handicrafts*. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, pengalaman mumpuni, dan suasana lingkungan kerja yang aman serta hasil kerajinan yang bernilai tinggi kemudian didukung dengan mudahnya akses transportasi ke lokasi kerajinan merupakan beberapa kekuatan yang terdapat pada Sipirok *Woven Handcraft Business*. Kemudian beberapa kelemahan objek penelitian ini diantaranya, tidak memiliki minat untuk mengikuti berbagai pelatihan, kelemahan dalam sistem pembukuan, memiliki pegawai tetap, manajemen fasilitas serta sistem pemasaran. Terdapat beberapa peluang dalam penelitian ini salah satunya adalah teknologi yang mumpuni, salah satu ancaman yang terdapat dalam penelitian ini adalah naiknya harga bahan baku, fokus strategi penelitian ini adalah strategi agresif.

Kerangka Pemikiran

Kopi merupakan salah satu komoditi ekspor unggulan, apabila memiliki kualitas yang baik maka akan menghasilkan nilai jual yang tinggi. Indonesia merupakan negara penghasil kopi keempat terbesar di dunia, salah satu daerah penghasil kopi dengan kualitas yang sangat baik adalah Kabupaten Bener Meriah, Provinsi Aceh. Jenis kopi yang diusahakan oleh masyarakat Bener Meriah adalah kopi Arabika, Arabika merupakan jenis kopi dengan harga jual yang cukup tinggi karena memiliki cita rasa yang lebih nikmat dibandingkan dengan jenis kopi yang lain. Terdapat sebuah *coffee shop* yang menyajikan konsep kafe yang berlokasi tepat ditengah kebun kopi, tidak seperti *coffee shop* kebanyakan yang lebih memilih membuka kafe di tengah kota atau di pusat perbelanjaan dan menyajikan kopi mereka untuk kalangan remaja yang gemar nongkrong di tempat-tempat yang terkesan mewah dan keren, *coffee shop* ini didirikan jauh dari pusat kota yaitu sekitar 25 KM dari pusat kota takengon dan terletak di tengah kebun milik Sadikin Gembel (Pemilik *coffee shop* Seladang Cafe dan kebun kopi seladang). Tema ini diusung pemilik kafe agar pengunjung dapat merasakan sensasi minum kopi di kebun kopi, dimana kebanyakan peminum kopi terutama yang berasal dari luar negeri yang bukan penghasil kopi, mereka mungkin tidak pernah melihat langsung bagaimana pohon kopi itu sendiri, diharapkan dengan konsep yang disajikan ini dapat memenuhi kepuasan pelanggan yang datang ke *coffee shop* Seladang Cafe. Kebun kopi seladang di tangani langsung oleh pemiliknya mulai dari proses penanaman benih kopi, perawatan tanaman belum menghasilkan, panen, sampai pengolahan pasca panen dengan bantuan beberapa pekerja kafe yang sudah diberi arahan oleh sang pemilik. Dengan memanfaatkan kebun sendiri sebagai bahan baku

maka dapat dipastikan kualitas yang akan dihasilkan untuk kemudian disajikan kepada pengunjung kafe ini, karena seluruh pasokan bahan baku yang dibutuhkan dipenuhi dari hasil kebun kopi Seladang itu sendiri. Berbeda dengan *coffee shop* lain yang cenderung membeli bahan baku dari petani kopi yang berbeda-beda sehingga menghasilkan cita rasa kopi yang kurang nikmat. Perbedaan perlakuan ini tentunya juga menghasilkan nilai tambah serta strategi pengembangan yang berbeda pula. Dalam menyusun kerangka pemikiran ini peneliti melampirkan diagram urutan yang akan dilakukan dalam menganalisis permasalahan dalam penelitian ini dengan menggunakan teori agribisnis dan melihat langsung kelengkapan apakah sudah sesuai dengan teori yang ada, kemudian melakukan analisa pada subsistem agribisnis yang diterapkan pada objek yang diteliti, dengan menggunakan metode analisis SWOT maka akan diketahui faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal pada objek yang diteliti kemudian menentukan bagaimana strategi pengembangan agribisnisnya.

Gambaran diatas merupakan dasar pemikiran untuk menganalisis strategi pengembangan agribisnis kopi. Perumusan strategi dilakukan dengan menggunakan alat analisis SWOT dengan tujuan memperoleh strategi yang mampus mengoptimalkan kekuatan serta peluang yang ada sehingga kelemahan dan ancaman yang datang dapat diatasi atau diminimalisir. Berikut merupakan kerangka operasional penelitian.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian Pengembangan Agribisnis pada Seladang Café.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan (*Coffee shop Seladang Café*). Digunakannya studi kasus sebagai metode dalam penelitian ini karena studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu. Penelitian studi kasus difokuskan pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis secara cermat terhadap berbagai faktor yang terkait dengan kasus sehingga akhirnya diperoleh kesimpulan yang akurat. Tujuan dari studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara detail tentang latar belakang, sifat-sifat khas dari kasus atau status individu, yang kemudian sifat-sifat khas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara *purposive*, yaitu sampel ditentukan secara sengaja karena sesuai karakteristik dan tujuan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada Seladang *Cafe* yang berlokasi di Lereng Bukit Bur Ni Telong, di lintasan Takengon-Bireuen, tepatnya di kawasan Jamur Ujung, Bener Meriah, sekitar 15 KM dari pusat Kota Takengon. Alasan pemilihan Seladang *Café* sebagai objek penelitian adalah karena kafe tersebut dikembangkan oleh pemodal kecil dan lokasinya jauh dari pemukiman. Selain itu, kafe tersebut telah berdiri cukup lama dengan penghasilan yang cukup tinggi.

Metode Penarikan Sampel

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive* sampling, yaitu peneliti langsung memilih sampel yang diinginkan peneliti secara sengaja berdasarkan tujuan penelitian. Menurut Sugiono (2010) metode *Purposive* sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative terhadap masalah yang diteliti. Objek penelitian ini adalah coffee shop Seladang Café. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menjadikan komoditi kopi sebagai ladang usaha mata pencaharian mereka. Jumlah responden terdiri dari 5 orang yaitu (1) pemilik *coffee shop* Seladang Cafe, (2) 1 orang dari Institusi atau Lembaga Pemerintah terkait (Dinas Pariwisata Kabupaten Bener Meriah), dan (3) 10 orang pelanggan yang berkunjung ke *coffee shop* seladang cafe. Penarikan sampel ini didasari pertimbangan bahwa responden yang dipilih mengerti betul tentang peluang serta berbagai fenomena yang terdapat pada komoditi kopi serta perkembangan agribisnisnya di Kabupaten Bener Meriah.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data strategi pengembangan agribisnis kopi di Seladang *Cafe*. Data tersebut dikumpulkan dengan teknik observasi ke lokasi penelitian, wawancara dengan informan, dan pemberian kuesioner terhadap pelanggan dan masyarakat di sekitar Seladang *Cafe*. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah (1) peneliti, (2) pedoman wawancara, (3) angket respon pemilik kafe, petani, pelanggan dan masyarakat, dan (4) lembar catatan lapangan. Yang dimaksud peneliti sebagai

instrumen penelitian adalah bahwa kehadiran peneliti pada lokasi penelitian diharapkan dapat memperoleh data penelitian.

Data yang dikumpulkan merupakan data yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan wawancara langsung kepada pemilik usaha dan *key informant* yaitu petani, penyuluh serta institusi atau lembaga pemerintah terkait yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pengembangan agribisnis kafe Seladang. Data dikumpulkan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Adapun data sekunder diperoleh dari pelanggan dan masyarakat sekitar lokasi penelitian serta laman berita online Lintas Gayo (salah satu laman berita terpercaya di Bener Meriah).

Prosedur untuk mengumpulkan data hasil wawancara adalah (1) menyusun pedoman wawancara, (2) melakukan dan merekam kegiatan wawancara dengan informan, dan (3) menyimpan data hasil wawancara. Data hasil observasi dikumpulkan dengan cara pengamatan langsung ke lokasi penelitian. Pada saat pengamatan di lokasi, dilakukan perekaman visual terhadap objek-objek penting yang terdapat pada lokasi penelitian. Selain itu juga dicatat data yang dianggap penting. Data hasil kuesioner dikumpulkan dengan cara membagikan lembar kuesioner kepada responden.

Metode Analisis Data

Instrumen untuk menganalisis data hasil observasi dan wawancara adalah peneliti dan daftar *check*. Instrumen untuk menganalisis data hasil kuesioner adalah peneliti dan tabel kalkulasi data. Yang dimaksud peneliti sebagai Instrumen analisis

data adalah bahwa kehadiran peneliti dalam kegiatan analisis data dapat menentukan data mana yang valid dan data mana yang tidak valid.

Prosedur untuk menganalisis data hasil observasi adalah (1) menyajikan data hasil observasi, (2) membandingkan data hasil observasi dengan data lainnya, (3) menetapkan kebenaran (justifikasi) data hasil observasi. Prosedur untuk menganalisis data hasil wawancara adalah (1) melakukan transkripsi data lisan ke dalam bentuk tulisan, (2) mereduksi data, (3) menyajikan data, (4) memverifikasi data, dan (5) menyimpulkan data.

Permasalahan pertama dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif untuk melihat bagaimana faktor internal dan eksternal yang terdapat pada *coffee shop Seladang Cafe*.

1. Matriks Faktor Strategi Internal (*IFAS*)

Setelah faktor – faktor Strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi , suatu tabel *IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary)* disusun untuk merumuskan faktor- faktor Strategis internal tersebut dalam rangka kerangka *Strength and Weakness* perusahaan. Tahapnya adalah:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) samapai 0,0 (tidak penting) , berdasarkan pengaruh factor-faktor tersebut terhadap posisi 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 suatu perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata Industri dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata Industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata – rata industri, nilainya adalah 4.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan 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*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. 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 strategi internalnya. Skor total ini dapat di gunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok Industri yang sama.

Tabel 2. *Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)*

FAKTOR – FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING	KOMENTAR
KEKUATAN :				
KELEMAHAN :				
TOTAL				

2. Matriks Faktor Strategi Eksternal (*EFAS*)

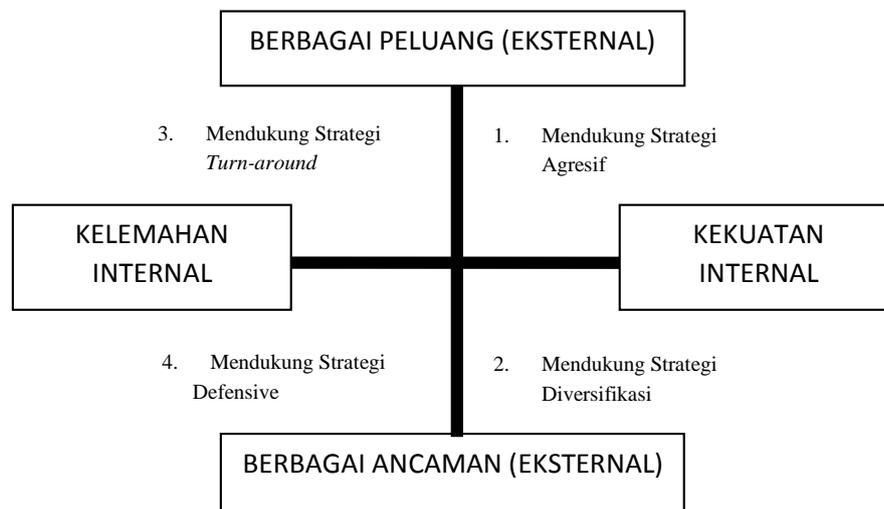
Sebelum membuat matriks faktor Strategi eksternal, perlu diketahui terlebih dahulu Faktor Strategi Eksternal (*EFAS*). Berikut langkah-langkahnya:

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Beri bobot masing – masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor- faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor Strategis.
- 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 peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan 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*)
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. 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 Eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 3. *External Factor Analysis Strategy (EFAS)*

FAKTOR – FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING	KOMENTAR
KEKUATAN :				
KELEMAHAN :				
TOTAL				

Menyelesaikan masalah kedua tentang pengembangan Agribisnis di Seladang *Coffee* dilakukan dengan 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 (*opprtunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*).



Gambar 2. 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 diterapkan dalam kondisi ini 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 (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain 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.

Tabel 4. Matriks SWOT

	<i>IFAS</i>	<i>STRENGTH (S)</i>	<i>WEAKNESSES (W)</i>
<i>EFAS</i>		Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
<i>OPPORTUNITY (O)</i>		STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan 5-10 faktor peluang Eksternal		Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>THREAT (T)</i>		STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan 5-10 faktor ancaman Eksternal		Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2017

a. Strategi SO

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

b. Strategi ST

Strategi ini memusatkan pada kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada guna meminimalisir kelemahan.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti, 2017).

Definisi Dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam pembahasan usulan penelitian ini, maka digunakan beberapa batasan definisi sebagai berikut.

1. Lokasi penelitian dilakukan di Seladang *Café*, Kab. Bener Meriah
2. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2019.
3. Sampel responden adalah Pemilik *Coffee Shop* Seladang *Café* , Petani, dan Pelanggan kafe.
4. *Coffee Shop* adalah usaha kedai kopi dengan konsep yang disesuaikan dengan selera pelanggan/para penikmat kopi baik dalam bentuk kopi olahan siap dikonsumsi maupun dalam bentuk (*Roasted Beans*) biji kopi sangrai.
5. Analisis adalah kegiatan menganalisa pengembangan agribisnis yang terdapat pada *Coffee Shop* Seladang *Café*.
6. Pengembangan adalah perluasan atau pembangunan secara bertahap dan teratur yang menjurus ke sasaran yang dikehendaki.
7. Agribisnis adalah segala bentuk usaha yang berhubungan dengan sektor pertanian dalam rangka mengusahakan atau memanfaatkan komoditi atau produk pertanian dalam meningkatkan nilai guna produk atau komoditi tersebut.
8. Agribisnis Kopi adalah segala bentuk usaha yang berhubungan dengan komoditi kopi dalam meningkatkan nilai guna komoditi tersebut sehingga dapat menghasilkan profit.
9. Pengembangan agribisnis kopi adalah melakukan perluasan secara bertahap dan teratur dalam mengelola dan memanfaatkan tiap bagian dari

tanaman kopi. Serta meningkatkan nilai guna kopi sehingga dapat menjurus pada sasaran yang dikehendaki.

10. Biaya Produksi adalah segala bentuk pengeluaran yang dilakukan dalam suatu proses produksi.
11. Penerimaan adalah total harga dikali jumlah produk terjual.
12. Pendapatan merupakan selisih antara keuntungan dan kerugian dalam suatu usahatani dan kerugian merupakan selisih antara jumlah penerimaan usahatani dengan jumlah biaya usahatani.
13. Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu kegiatan yang mengkaji secara mendalam suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha tersebut.
14. SWOT merupakan salah satu alat analisis manajemen yang digunakan untuk mensistematisasikan masalah dan menyusun pilihan-pilihan strategi.
15. Kekuatan (*Strenghts*) adalah unsur-unsur yang jika digunakan dengan baik akan memperkuat tujuan atau sasaran.
16. Kelemahan (*Weakness*) adalah kekurangan yang jika dibiarkan akan menggerogoti kekuatan sehingga tujuan menjadi tidak tercapai atau gagal.
17. Peluang (*Oportunities*) adalah kesempatan yang ada sehingga jika kita mempergunakan kesempatan secara efektif dan tepat guna memungkinkan sasaran dapat dicapai dengan baik.
18. Ancaman (*Threats*) adalah bahaya atau gangguan yang terdapat dalam suatu sistem yang jika dibiarkan akan menggerogoti kekuatan yang ada dan membuat usaha semakin lemah.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Penelitian ini dilakukan pada sebuah Coffee shop yang terletak di Desa Jamur Ujung Kecamatan Wih Pesam. Luas Desa Jamur Ujung $0,89 \text{ km}^2$. Tinggi wilayah 1200 mdpl yang dipengaruhi oleh 2 musim yaitu musim hujan dan musim kemarau. Suhu udara berkisar $19-23^{\circ}\text{C}$. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan posisi Desa dan daerah perbatasannya.

Tabel 5. Batas Wilayah Desa Jamur Ujung

Batas	Desa/Kel	Kecamatan
Sebelah utara	: DESA KARANG REJO	: BUKIT
Sebelah selatan	: DESA SUKARAME ATAS	: WIH PESAM
Sebelah timur	: DESA REMBELE	: BUKIT
Sebelah barat	: DESA SUKARAME BAWAH	: WIH PESAM

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Keadaan Penduduk

Dari pengolahan data registrasi penduduk 2018 diperoleh angka jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Desa Jamur Ujung berjumlah 746 jiwa, jumlah KK di Kecamatan Wih Pesam berjumlah 716 KK, dan jumlah keseluruhan penduduk Kecamatan Wih Pesam berjumlah 24.861 jiwa, dengan penggunaan lahan sekitar 6000 ha.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Jamur Ujung

Jenis Kelamin	Jumlah
Jumlah laki-laki	356 orang
Jumlah perempuan	390 orang
Jumlah total	746 orang

Sumber : Bener Meriah Dalam Angka, 2018

Tabel 7. Jumlah Kartu Keluarga yang diterbitkan di Kecamatan Wih Pesam Selama 4 bulan terakhir pada tahun 2017

Bulan (2017)	Jumlah KK
September	166
Oktoberber	175
November	190
Desember	185
Jumlah total	716

Sumber : Bener Meriah Dalam Angka, 2018

Berdasarkan tabel di atas, diketahui jumlah penduduk di Desa Jamur Ujung pada akhir tahun 2017 mencapai 746 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki 356 jiwa dan perempuan 390 jiwa, serta 716 Kartu Keluarga.

Tabel 8. Jumlah Penduduk berdasarkan Usia di Kecamatan Wih Pesam

Kelompok Usia (tahun)	Jumlah
0 – 9	5.612 jiwa
10 – 19	4.130 jiwa
20 – 29	4.936 jiwa
30 – 39	4.436 jiwa
40 – 49	2.690 jiwa
50 – 59	1.624 jiwa
60 – 69	915 jiwa
70 – 79+	518 jiwa
Jumlah total	24.861 jiwa

Sumber : Bener Meriah Dalam Angka, 2018

Berdasarkan tabel terlihat bahwa penduduk berusia sangat produktif yaitu dengan usia 20 – 49 tahun berjumlah 12.062 jiwa, Usia belum produktif sebanyak 9.742 jiwa serta usia kurang produktif sebanyak 3.357 jiwa.

Tabel 9. Jumlah Penggunaan Lahan di Kecamatan Wih Pesam

Jumlah Penggunaan Lahan (2017)	Jumlah (ha)
Luas lahan sawah	14
Luas lahan bukan sawah	2.615
Luas lahan perkebunan	3.995
Luas lahan pemukiman	66,28
Jumlah total	6.690,28

Sumber : BPS Bener Meriah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah penggunaan lahan sawah pada Kecamatan Wih Pesam pada tahun 2017 adalah seluas 14 ha, tanah bukan sawah seluas 2.615 ha, luas lahan perkebunan seluas 3.995 ha, serta pemukiman seluas 66,28 ha. Jumlah Total luas penggunaan lahan Kecamatan Wih Pesam adalah seluas 6.690,28 ha.

Tabel 10. Jumlah Penggunaan Lahan di Seladang Cafe

Jumlah Penggunaan Tanah (2017)	Jumlah (ha)
1. Luas lahan Kebun dan bangunan Kafe	1
2. Luas lahan kebun/hutan	1
Jumlah total	2

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa penggunaan lahan untuk kebun kopi dan bangunan kafe seluas 1 ha, serta lahan kebun dan hutan seluas 1ha. Total luas lahan 2 ha.

Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan prasarana umum yang terdapat pada Desa Jamur Ujung dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 11. Sarana dan Prasarana di Kecamatan Wih Pesam

No.	Jenis Sarana dan Prasarana	Jumlah
1.	Masjid	22
2.	Mushalla	37
3.	Puskesmas	2
4.	Klinik	1
5.	Posyandu	23
6.	Klinik Keluarga Berencana	4
Jumlah total		89

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan data yang ditunjukkan oleh tabel di atas, jumlah sarana dan prasarana di Kecamatan Wih Pesam adalah 22 bangunan Mesjid, 37 bangunan Mushalla, 2 Unit Puskesmas, 1 klinik, 23 Posyandu aktif serta 4 Klinik KB.

Tabel 12. Sarana dan Prasarana di Seladang Cafe

No.	Jenis Sarana dan Prasarana	Jumlah
1.	Kolam ikan	1
2.	Lahan parkir	2
3.	Mushalla	1
4.	Gubuk	8
5.	Tempat/Ruangan kafe di bagian depan dan lesehan	5
6.	Tempat/Ruangan kafe di bagian tengah dan lesehan	7
7.	Toilet	2
Jumlah total		26

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Tabel di atas menunjukkan jumlah sarana dan prasarana yang terdapat pada Seladang Café yakni 1 unit mushalla, 8 unit gubuk berkapasitas 6-8 orang disekitar bangunan kafe, 6 tempat lesehan. 6 tempat dilengkapi sofa dengan beragam ukuran, 2 unit toilet, 1 lahan parkir mobil, 1 lahan parkir sepeda motor, dan 1 kolam ikan.

Karakteristik Sampel

Karakteristik merupakan kriteria yang telah ditentukan guna memenuhi kebutuhan data penelitian. responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a) Jenis kelamin

Tabel 13. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	%
1.	Laki-laki	8	80
2.	Perempuan	2	20
Jumlah		10	100

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Analisis penelitian ini dilakukan terhadap 10 responden, klasifikasi responden berdasarkan jenis kelaminnya yaitu 8 orang (80%) laki-laki dan 2 orang (20%) perempuan.

b) Usia

Tabel 14. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah	%
1.	11 – 20	1	10
2.	21 – 30	5	50
3.	31 – 40	2	20
4.	41+	2	20
Jumlah		10	100

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden dengan usia 21-30 tahun merupakan usia responden dengan persentase tertinggi, yakni sebesar 50%.

c) Tingkat Pendidikan

Tabel 15. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat pendidikan	Jumlah	%
1.	SMP	2	20
2.	SMA/SMK	3	30
3.	D III	1	10
4.	S I	4	40
Jumlah		10	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat responden dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 2 orang (20%), SMA/SMK sebanyak 3 orang (30%), D III 1 orang (10%), S I sebanyak 4 orang (40%).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan penelitian ini akan dijabarkan hasil perhitungan biaya-biaya produksi, penerimaan dari kebun, penerimaan kafe, pendapatan *coffee shop* Seladang Cafe, kelayakan usaha *coffee shop* Seladang Cafe, faktor internal dan eksternal yang terdapat pada *coffee shop* Seladang Cafe dan strategi pengembangan agribisnis *coffee shop* Seladang Cafe.

Produksi

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian di *coffee shop* Seladang Cafe. Didapat jumlah produksi serta perhitungan biaya yang harus dikeluarkan selama proses produksi.

Jumlah Produksi

Dari 1 hektar lahan kebun kopi dapat menghasilkan 2000 kg ceri kopi. Kemudian setelah dilakukan pulping dengan mesin pulper akan menghasilkan 800 kg gabah kering kopi, lalu setelah di masukkan dalam mesin huller akan menghasilkan 600 kg green bean kopi.

Biaya Produksi

- Biaya Tanam

Dalam 1 hektar lahan kebun kopi dapat ditanami 1500 bibit kopi dengan biaya bibit sebesar Rp. 3.000.000. biaya tenaga kerja untuk penanaman bibit ke membutuhkan biaya sebesar Rp. 1.500.000. serta biaya pupuk kompos sebesar Rp. 2.250.000. dengan total biaya tanam sebesar Rp. 6.750.000.

- Biaya Perawatan

Biaya perawatan yang harus dikeluarkan dalam 1 hektar lahan kopi adalah masing-masing sebesar Rp. 33.000 untuk biaya topping, Rp. 166.000 untuk biaya

pembabatan, Rp. 33.000 untuk biaya Pemangkasan. Dengan total biaya perawatan sebesar Rp. 232.000.

- Biaya Panen

Dalam proses pemanenan 1 hektar lahan kopi, dibutuhkan biaya sebesar Rp. 1.250/kg ceri yang dipanen, dengan total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 2.500.000/ha.

- Biaya Pasca Panen

Setelah ceri kopi dipanen maka akan diolah melalui mesin pulper untuk dilakukan pulping yaitu melepaskan kulit ceri serta lapisan lendir (parenchyma) dalam tangki fermentasi. Kemudian dilakukan pencucian hingga biji kopi/gabah basah mulai sedikit kasar kemudian dilakukan penjemuran diatas jaring jemur kopi untuk mendapatkan gabah kering dengan kadar air 14-18%. Dari 2000 kg ceri kopi yang dimasukkan kedalam mesin *pulper* akan menghasilkan sekitar 800 kg gabah kering dengan biaya Rp. 750/kg dengan total Rp. 1.500.000. Kemudian 800 kg gabah kering dimasukkan kedalam mesin *huller* untuk menggiling gabah menjadi kopi beras yang kemudian akan dijemur hingga dihasilkan sekitar 600 kg *green bean* dengan biaya *hulling* sebesar Rp. 1.250/kg. dengan total biaya *hulling* sebesar Rp. 2.500.000. berdasarkan jumlah biaya diatas maka total biaya pasca panen yang harus dikeluarkan adalah sebesar Rp. 4.000.000.

Hasil Produksi

Berdasarkan analisis didapat bahwa hasil penjualan untuk 1 kg ceri kopi menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 10.000, untuk 1 kg gabah kering kopi menghasilkan penerimaan Rp. 30.000, untuk 1 kg green bean menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 65.000, kemudian untuk penjualan dalam bentuk bubuk

dengan ukuran 1 kg menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 320.000. untuk 1 kg bubuk kopi diperkirakan dapat memenuhi kebutuhan untuk 100 gelas kopi seduh, jika harga 1 gelas kopi di Seladang Cafe adalah Rp. 10.000., maka dari 1 kg bubuk kopi dapat menghasilkan penerimaan sejumlah Rp. 1.000.000. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah penerimaan dari kafe lebih besar dari pada penerimaan lainnya.

Biaya Produksi Coffee Shop Seladang Cafe

Biaya produksi *coffee shop* Seladang Cafe adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh Seladang Cafe selama melaksanakan produksi kopi serta pengelolaan kafe yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Berikut adalah biaya-biaya produksi yang dikeluarkan oleh Seladang Cafe.

Tabel 16. Biaya Penyusutan Produksi *Coffee Shop* Seladang Cafe.

No.	Uraian	Biaya(Rp)
Biaya Penyusutan		
1.	Cangkul	Rp. 8.750
2.	Gembor	Rp. 5.625
3.	Gergaji Kopi	Rp. 4.500
4.	Gerobak Sorong	Rp. 4.500
5.	Goni	Rp. 562
6.	Gunting Pemotong	Rp. 1.950
7.	Jaring Penjemuran	Rp. 1.750
8.	Kaleng Panen	Rp. 1.650
9.	Mesin Roasting Kopi	Rp. 975.000
10.	Mesin Grinder Kopi	Rp. 390.000
11.	Mesin Pembuat Kopi	Rp. 937.500
12.	Mesin Pemotong Rumput	Rp. 15.000
13.	Mesin Pemotong Kayu	Rp. 45.000
14.	Parang	Rp. 16.250
Jumlah Biaya Penyusutan		Rp. 2.408.037
Rata-rata Biaya Penyusutan		Rp. 172.002

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Tabel 17. Biaya Tetap (Fixed Cost) Produksi Seladang Cafe.

Biaya Tetap	
1. Biaya Tenaga Kerja Gaji Karyawan	Rp. 8.000.000
2. Biaya Operasional	Rp. 1.250.000
3. Biaya Pengolahan	Rp. 333.333
Jumlah Biaya Tetap	Rp. 9.583.333

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Tabel 18. Biaya Variabel (Variabel Cost) Produksi Seladang Cafe.

Biaya Variabel	
1 Sarana Produksi Bibit	Rp. 3.000.000
NPK	Rp. 125.000
Kompos	Rp. 2.500.000
2 Upah	Rp. 975.000
3 Biaya Tak Terduga	Rp. 2.500.000
Jumlah Biaya Variabel	Rp. 9.100.000

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Tabel 19. Total Biaya Produksi Coffee Shop Seladang Cafe.

Biaya Produksi	
1 Jumlah Biaya Tetap	Rp. 9.583.333
2 Jumlah Biaya Variabel	Rp. 9.100.000
Total Biaya Produksi	Rp. 18.683.333

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa biaya produksi *coffee shop* Seladang Cafe adalah sebesar 18.683.333 yang terdiri dari biaya tetap dengan pengeluaran sebesar Rp. 9.583.333 dan biaya variabel yang terdiri dari biaya sarana produksi pertanian dan biaya upah dengan pengeluaran sebesar Rp. 9.100.000.

Penerimaan Coffee Shop Seladang Cafe

Penerimaan usaha tani adalah penerimaan yang berasal dari penjualan hasil produksi usahatani yang diperoleh dari hasil perkalian jumlah produksi dengan harga jualnya (Aditya, 2017).

Tabel 20. Total Penerimaan *Coffee Shop Seladang Cafe*

Menu	Rata-rata Produksi/Bulan	Harga Jual	Penerimaan/Bulan
<i>Chemex Specialty</i>	210 Gelas/ 2,1 Kg	Rp. 40.000	Rp. 8.400.000
Mokapot	210 Gelas/ 2,1 Kg	Rp. 30.000	Rp. 6.300.000
<i>Vietnam Drip</i>	210 Gelas/ 2,1 Kg	Rp. 30.000	Rp. 6.300.000
<i>Cold brew Wine</i>	240 Gelas/ 2,4 Kg	Rp. 30.000	Rp. 7.200.000
<i>Manual Brew</i>	300 Gelas/ 3 Kg	Rp. 10.000	Rp. 3.000.000
Sanger	180 Gelas/ 1,8 Kg	Rp. 12.000	Rp. 2.160.000
Kopi Susu	150 Gelas/ 1,5 Kg	Rp. 10.000	Rp. 1.500.000
<i>Americano</i>	150 Gelas/ 1,5 Kg	Rp. 9.000	Rp. 1.350.000
<i>Espresso</i>	150 Gelas/ 1,5 Kg	Rp. 8.000	Rp. 1.200.000
Tubruk Wine	300 Gelas/ 3 Kg	Rp. 10.000	Rp. 3.000.000
Tubruk Honey	150 Gelas/ 1,5 Kg	Rp. 8.000	Rp. 1.200.000
Tubruk Arabika	150 Gelas/ 1,5 Kg	Rp. 6.000	Rp. 900.000
Total	1950 Gelas/19,5 Kg		Rp. 42.510.000
Rata-rata	162,5 Gelas/1,65Kg		Rp. 3.542.500

Sumber : *Data Primer Diolah 2019*

Keterangan : ** Perkiraan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa harga jual produk kopi Seladang Cafe dengan harga yang paling mahal adalah menu *Chemex Specialty* dengan harga Rp. 40.000 dan yang paling murah adalah Tubruk arabika dengan harga Rp. 6000/ Gelas. Berdasarkan penjumlahan, didapat rata-rata penerimaan dari hasil penjualan menu kopi di Seladang Cafe sebesar Rp. 3.542.500.

Pendapatan *Coffee Shop Seladang Cafe*

Setelah mengetahui jumlah penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan, kita dapat mengetahui jumlah pendapatan yang diperoleh Seladang Cafe. Pendapatan diperoleh dengan mengurangi total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan oleh *Coffee Shop Seladang Cafe*. Dikatakan untung apabila jumlah penerimaan lebih besar dari pada total biaya produksi, begitu pula sebaliknya. Apabila total biaya produksi lebih besar dari pada jumlah penerimaan, maka dikatakan rugi. Besar pendapatan *Coffee Shop Seladang Cafe* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 21. Total Pendapatan *Coffee Shop* Seladang Cafe

Uraian	Jumlah (Rp)
Penerimaan	Rp. 42.510.000
Total Biaya	Rp. 18.683.333
Pendapatan	Rp. 23.826.667

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa hasil pengurangan Penerimaan dengan Total Biaya Produksi didapat jumlah pendapatan yang diperoleh *Coffee Shop* Seladang Cafe adalah sebesar Rp. 23.826.667.

Analisis Kelayakan Usaha *Coffee Shop* Seladang Cafe

Analisis kelayakan usaha *coffee shop* Seladang Cafe dilakukan guna mengetahui bagaimana kelayakan usaha tersebut untuk dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana kelayakan usaha tersebut, perlu dilakukan uji kelayakan dengan menggunakan metode *R/C ratio (Revenue Cost Ratio)* sebagai berikut.

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{TR}{TC}$$

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{\text{Rp.42.510.000}}{\text{Rp.18.683.333}}$$

$$R/C \text{ Ratio} = \mathbf{2,27}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai B/C Ratio > 1, yaitu sebesar 2,27 artinya usaha *Coffee Shop* Seladang Cafe dikatakan layak untuk dijalankan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT diawali dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal yang terdapat pada objek yang diteliti, yaitu faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) padah *coffee shop* Seladang Cafe.

Berdasarkan penggunaan metode serta peninjauan langsung ke lapangan, terdapat beberapa faktor internal dan eksternal pada *coffee shop* Seladang Cafe, yaitu :

Beberapa kekuatan yang terdapat pada *coffee shop* Seladang Cafe :

1. Bibit kopi yang ditanam di kebun kopi milik Seladang Cafe merupakan bibit kopi unggul sehingga biji kopi yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi dan memiliki harga yang tinggi pula.
2. Perawatan terhadap setiap tanaman kopi hanya sesekali dilakukan sehingga tidak memerlukan biaya lebih/khusus perawatan tanaman kopi.
3. Pengolahan menggunakan mesin canggih sehingga menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. Mesin-mesin pengolahan kopi otomatis yang menghasilkan kopi dengan takaran yang pas sesuai setelan barista, sehingga cita rasa kopi yang disajikan tidak berbeda.
4. Pemerintah Kabupaten sebagai pihak yang cukup berpengaruh terhadap perkembangan Seladang Cafe. Beberapa festival/acara kebudayaan gayo diselenggarakan di Seladang Cafe bersama Pemerintah Kabupaten Bener Meriah sehingga meningkatkan citra Seladang Cafe sebagai kafe dengan nilai budaya serta agro wisata kopi di Gayo.

Beberapa kelemahan yang terdapat pada *coffee shop* Seladang Cafe :

1. Teknologi pembibitan masih sederhana / belum mengaplikasikan kultur jaringan yang dapat meningkatkan jumlah produksi dengan kualitas ekspor sehingga dapat menambah nilai jual kopi yang akan berdampak pada kenaikan pendapatan Seladang Cafe.

2. Pemeliharaan dan pemberantasan hama masih manual, belum menggunakan teknologi maju yang akan meningkatkan efisiensi waktu serta tenaga kerja yang digunakan dalam melakukan pemeliharaan serta pemberantasan hama.
3. Biaya pengolahan tinggi / menggunakan mesin yang mahal harganya. Mesin-mesin yang digunakan menghasilkan kopi yang nikmat serta praktis. Akan tetapi biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan mesin pengolah kopi ini cukup mahal, berkisar Rp3.000.000 – 30.000.000 dan biaya perawatan berkisar Rp2.000.000 – 2.500.000.
4. Tidak ada subsidi pupuk atau bibit dari Pemerintah. Seladang Cafe menggunakan bibit yang dipilih dan dibeli sendiri oleh sang pemilik kafe.

Beberapa peluang yang terdapat pada *coffee shop* Seladang Cafe :

1. Ketersediaan bahan baku mampu menekan biaya operasional. Seladang Cafe selalu memiliki stok bahan baku yang cukup sehingga tidak memerlukan penambahan bahan baku dari sumber lain yang akan menambah biaya operasional dan berdampak pada penerimaan serta pendapatan kafe.
2. Mendapatkan pengalaman dalam membudidayakan kopi serta kemampuan manajemen dalam menjalankan usaha *coffee shop*. Sehingga dapat mengatasi berbagai masalah serta kemungkinan-kemungkinan buruk yang dapat terjadi.
3. Konsep unik serta menarik yang diterapkan oleh Seladang Cafe menciptakan sensasi berbeda dalam menikmati kopi langsung di tengah kebun kopi dimana kopi yang dinikmati berasal langsung dari kebun tersebut dan diolah langsung menjadi kopi di kafe Seladang Cafe.

4. Seladang Cafe sebagai destinasi Agrowisata kopi, dimana pengunjung dapat belajar langsung dari pemilik kafe bagaimana proses panen, proses pengolahan, hingga kopi siap dinikmati oleh pelanggan di Seladang Cafe.

Beberapa ancaman yang terdapat pada *coffee shop* Seladang Cafe :

1. Harga sarana produksi seperti mesin sangrai dan mesin pembuat kopi otomatis cenderung memiliki harga tinggi sehingga perlu mengeluarkan modal yang cukup tinggi pula.
2. Hama dan penyakit tanaman kopi yang tidak dapat di prediksi oleh petani serta iklim yang berubah-ubah cukup mempengaruhi frekwensi dan jumlah hama yang datang.
3. Jumlah pesaing yang terus bertambah seiring dengan meningkatnya konsumsi kopi oleh masyarakat sehingga mempengaruhi peningkatan jumlah *coffee shop* yang berdiri dengan berbagai konsep berbeda, dengan begitu persaingan di dunia *coffee shop* pun semakin sengit.
4. Kerja sama yang tidak berkepanjangan dengan Pemerintah Kabupaten karena tidak terdapat perjanjian tertulis antara Seladang Cafe dengan Pemerintah Kabupaten.

Indikator-indikator tersebut didukung oleh jawaban responden/pelanggan Seladang Cafe. Jawaban-jawaban tersebut diantaranya, 100% setuju bahwa menu di Seladang Cafe selalu tersedia, 87% sangat setuju bahwa kopi yang disajikan Seladang Cafe berkualitas tinggi, 60% sangat setuju bahwa pelayanan yang diberikan sangat ramah, 87% setuju bahwa pelayanan tepat waktu, 75% setuju bahwa lokasi Seladang Cafe Strategis untuk bisnis kopi, 100% setuju bahwa Seladang Cafe merupakan destinasi Agrowisata kopi, 62% setuju bahwa Seladang

Cafe cocok untuk dijadikan tempat menikmati kopi bersama keluarga, serta 100% setuju bahwa mereka mau untuk menjadikan Seladang Cafe sebagai partner bisnis jikalau responden menjalankan bisnis serupa.

Evaluasi Faktor Internal (Matriks IFAS)

Di bawah ini merupakan hasil dari pengolahan matriks *Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS). Penentuan Rating bobot didapat dari hasil wawancara kepada Responden. Penilaian skor didapat dari hasil perkalian rata-rata rating dengan rata-rata bobot.

Tabel 22. Matiks IFAS

Strategi Internal	Faktor-faktor dalam Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai	
Strength (Kekuatan)	S1	Bibit kopi yang ditanam di kebun milik Seladang Cafe merupakan bibit kopi unggul	0,135	4	0,540
	S2	Perlakuan terhadap tanaman kopi yang tidak memerlukan banyak biaya	0,118	2,5	0,295
	S3	Pengolahan menggunakan mesin canggih sehingga menghasilkan produk kualitas tinggi	0,135	4	0,540
	S4	Pemerintah Kabupaten sebagai pihak yang cukup berpengaruh terhadap perkembangan Seladang Cafe	0,101	2,5	0,252
			Jumlah	1,627	
Weakness (Kelemahan)	W1	Teknologi pembibitan masih sederhana belum menggunakan kultur jaringan guna mendongkrak jumlah produksi serta kualitas produk	0,135	2	0,270
	W2	Pemeliharaan dan pemberantasan hama masih manual	0,135	3	0,405
	W3	Biaya produksi cukup tinggi / menggunakan mesin yang mahal harganya	0,135	1	0,135
	W4	Tidak ada subsidi pupuk atau bibit dari Pemerintah	0,101	3	0,303
			Jumlah	1,113	
Total		1		2,740	

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan data yang dipaparkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil perhitungan matriks IFAS dengan nilai faktor internal sebesar 2,740 dengan nilai kekuatan sebesar 1,627 dan nilai kelemahan sebesar 1,113. Hal ini menunjukkan bahwa *coffee shop* Seladang Coffee memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahan lingkungan internalnya.

Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks EFAS)

Di bawah ini merupakan hasil pengolahan matriks *External Factor Analysis Strategy* (EFAS). Penentuan Rating dan Bobot didapat dari hasil wawancara dengan Responden.

Tabel 23. Matriks EFAS

Strategi Eksternal	Faktor-faktor dalam Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai	
Opportunity (Peluang)	O1	Ketersediaan bahan baku dapat menekan biaya operasional	0,103	4	0,412
	O2	Pengalaman dalam budidaya kopi serta kemampuan manajemen dalam mengelola kafe	0,120	3	0,360
	O3	Konsep yang Unik dan Menarik	0,120	3	0,360
	O4	Sebagai destinasi Agrowisata Kopi	0,137	3	0,411
			Jumlah	1,543	
Threat (Ancaman)	T1	Harga sarana prasarana produksi relatif tinggi	0,137	2	0,274
	T2	Perubahan iklim, serangan hama dan penyakit tanaman kopi	0,137	1	0,137
	T3	Jumlah pesaing yang semakin bertambah	0,137	2,5	0,274
	T4	Kerja sama yang tidak berkepanjangan	0,103	3	0,309
			Jumlah	0,994	
Total		1		2,627	

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan data yang dipaparkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil perhitungan matriks EFAS dengan nilai faktor eksternal sebesar 2,725 dengan masing-masing nilai peluang sebesar 1,543 dan nilai ancaman sebesar 0,994. Hal ini menunjukkan bahwa *coffee shop* Seladang Coffee memiliki peluang untuk mengatasi ancaman lingkungan eksternalnya.

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan IFAS di atas menunjukkan bahwa :

a. Dari segi internal : *Strength* > *Weakness*

$$1,627 > 1,113$$

b. Dari segi eksternal : *Opportunity* > *Threat*

$$1,543 > 0,994$$

Tabel 24. Matriks Penggabungan IFAS+EFAS

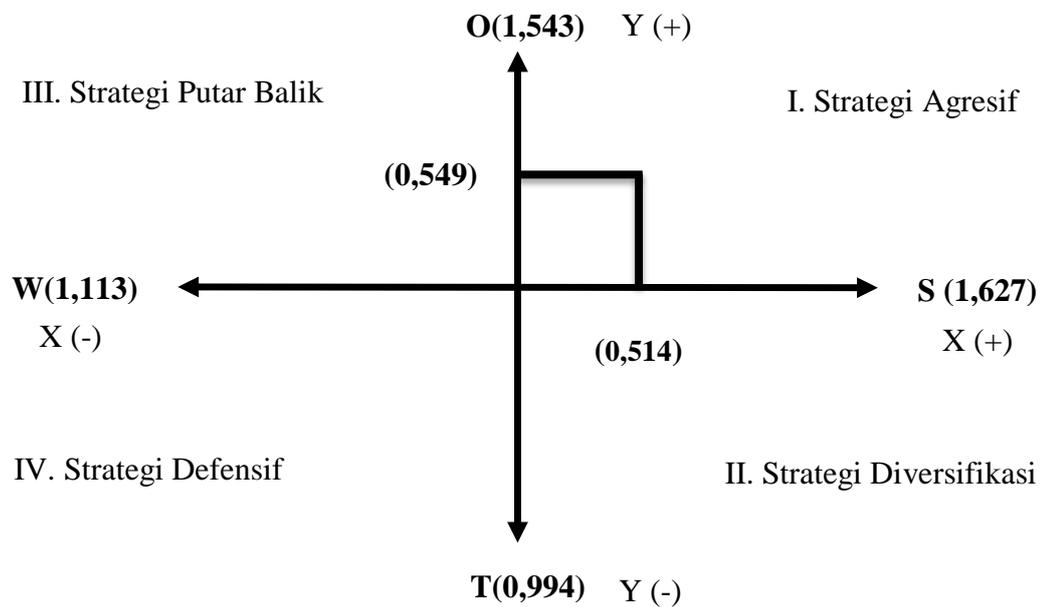
Faktor dan elemen strategi		Bobot	Rating	Nilai	
Strength (Kekuatan)	S1	Bibit kopi yang ditanam di kebun milik Seladang Cafe merupakan bibit kopi unggul	0,135	4	0,54
	S2	Perlakuan terhadap tanaman kopi yang tidak memerlukan banyak biaya	0,118	2,5	0,295
	S3	Pengolahan menggunakan mesin canggih sehingga menghasilkan produk kualitas tinggi	0,135	4	0,54
	S4	Pemerintah Kabupaten sebagai pihak yang cukup berpengaruh terhadap perkembangan Seladang Cafe	0,101	2,5	0,252
			Jumlah	1,627	
Weakness (Kelemahan)	W1	Teknologi pembibitan masih sederhana belum menggunakan kultur jaringan guna mendongkrak jumlah produksi serta kualitas produk	0,135	2	0,27
	W2	Pemeliharaan dan pemberantasan hama masih manual	0,135	3	0,405
	W3	Biaya produksi cukup tinggi / menggunakan mesin yang mahal harganya	0,135	1	0,135
	W4	Tidak ada subsidi pupuk atau bibit dari Pemerintah	0,101	3	0,303
			1	Jumlah	1,113
Selisih Kekuatan-Kelemahan				0,514	
Opportunity (Peluang)	O1	Ketersediaan bahan baku dapat menekan biaya operasional	0,103	4	0,412
	O2	Pengalaman dalam budidaya kopi serta kemampuan manajemen dalam mengelola kafe	0,120	3	0,360
	O3	Konsep yang Unik dan Menarik	0,120	3	0,360
	O4	Sebagai destinasi Agrowisata Kopi	0,137	3	0,411
			Jumlah	1,543	
Threat (ancaman)	T1	Harga sarana prasarana produksi relatif tinggi	0,137	2	0,274
	T2	Perubahan iklim, serangan hama dan penyakit tanaman kopi	0,137	1	0,137
	T3	Jumlah pesaing yang semakin bertambah	0,137	2,5	0,274
	T4	Kerja sama yang tidak berkepanjangan	0,103	3	0,309
			Jumlah	0,994	
Selisih Peluang-Ancaman				0,549	

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Kuadran SWOT

Nilai faktor internal untuk kekuatan yang dimiliki *coffee shop* Seladang Cafe adalah 1,627 sedangkan nilai kelemahannya adalah 1,113. Berdasarkan nilai tersebut maka kekuatan yang dimiliki Seladang Cafe bernilai lebih besar dari pada kelemahannya. Nilai faktor eksternal untuk peluang yang dimiliki *coffee shop* Seladang Cafe adalah 1,543 sedangkan nilai ancamannya adalah 0,994. Berdasarkan nilai tersebut maka peluang yang dimiliki Seladang Cafe bernilai lebih besar dari pada ancamannya.

Berdasarkan tabel Matriks penggabungan maka diperoleh nilai $X > 0$ yaitu 0,514 dan Nilai $Y > 0$ yaitu 0,549. Posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada Koordinat *Cartesius* berikut ini :



Gambar 3. Matriks Posisi SWOT

Berdasarkan diagram diatas diketahui bagaimana *coffee shop* Seladang Cafe ini berada pada kuadran I (Strategi Agresif). Situasi merupakan situasi yang sangat menguntungkan. *Coffee shop* Seladang Cafe memiliki peluang dan kekuatan

sehingga dapat memanfaatkan peluang yang tersedia untuk memaksimalkan kekuatan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi tersebut terfokus pada strategi SO (*Strength-Opportunity*) yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Beberapa kekuatan yang terdapat pada Seladang Cafe ini diantaranya, bibit kopi unggul, biaya perawatan tanaman sedikit, pengolahan menggunakan mesin canggih, Pemerintah Kabupaten sebagai pihak pendukung. Peluang yang dimiliki Seladang Cafe diantaranya, ketersediaan bahan baku menekan biaya operasional, pengalaman dalam budidaya kopi serta pengelolaan kafe, konsep yang menarik, serta sebagai destinasi Agrowisata kopi.

Matriks SWOT

Tabel 25. Matriks SWOT usaha *coffee shop* Seladang Cafe

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Faktor Internal</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Faktor Eksternal</div>	STRENGTH (S) 1. Bibit kopi yang digunakan Seladang Cafe merupakan bibit unggul. 2. Biaya perawatan tanaman sedikit. 3. Pengolahan bahan baku menjadi produk siap saji menggunakan mesin canggih. 4. Pemerintah Kabupaten sebagai pihak yang cukup berpengaruh terhadap perkembangan Seladang Cafe.	WEAKNESSES (W) 1. Teknologi pembibitan masih sederhana. 2. Pemeliharaan dan pemberantasan hama masih manual. 3. Biaya produksi cukup tinggi. 4. Tidak ada subsidi bibit dari pemerintah.
OPPORTUNITY (O) 1. Ketersediaan bahan baku menekan biaya operasional. 2. Pengalaman budidaya dan pengelolaan kafe. 3. Konsep kafe yang unik dan menarik. 4. Sebagai destinasi Agrowisata kopi.	SO 1. Mengoptimalkan ketersediaan bahan baku kualitas tinggi guna menekan biaya operasional. 2. Memanfaatkan pengalaman guna meningkatkan mutu produk. 3. Mengoptimalkan penggunaan mesin pengolahan yang canggih untuk meningkatkan daya saing produk. 4. Buat perjanjian tertulis dengan Pemerintah Kabupaten guna memaksimalkan Agrowisata kopi di kebun Seladang Cafe. 5. Ciptakan inovasi baru untuk konsep dan penggunaan lahan kebun dan kafe. 6. Laksanakan agenda rutin mengenai pengembangan agribisnis kopi dengan organisasi atau sesama pelaku usaha kopi. 7. Manfaatkan keingintahuan pelanggan sebagai penunjang agrowisata kopi seladang.	WO 1. Terapkan teknologi pembibitan seperti kultur jaringan guna mendongkrak jumlah produksi dan kualitas bahan baku. 2. Manfaatkan pengalaman dalam mengatasi masalah hama dan penyakit tanaman kopi. 3. Maksimalkan ketersediaan bahan baku serta keunikan konsep kafe guna meningkatkan pendapatan dan mengimbangi biaya produksi dan pengolahan. 4. Kembangkan program agrowisata dengan melibatkan organisasi terkait, terutama kalangan muda mudi.

THREAT (T)	ST	WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga Alat relatif tinggi. 2. Perubahan iklim dan serangan hama dan penyakit yang tidak dapat di prediksi. 3. Jumlah pesaing semakin bertambah. 4. Kerja sama yang tidak berkepanjangan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Optimalisasi keunggulan bibit untuk bahan baku sebagai penambah daya saing. 2. Optimalisasi penggunaan mesin canggih dan bahan baku unggul sehingga dapat mengimbangi jumlah biaya yang dikeluarkan dengan harga jual yang sesuai dengan kualitas yang diberikan. 3. Memanfaatkan keterlibatan Pemerintah Kabupaten untuk menanggulangi masalah hama serta pengaruh iklim cuaca yang terjadi. 4. Manfaatkan biaya perawatan tanaman yang kecil sebagai biaya untuk perawatan mesin. 5. Ciptakan lingkungan persaingan sehat. 6. Jadikan pesaing sebagai <i>partner</i> usaha. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perlu dilakukan evaluasi penggunaan saprodi dengan mencari alternatif lain dalam mengolah bahan baku menjadi produk siap saji. 2. perlu dilakukan perjanjian tertulis antara kafe dengan instansi lain, lalu mengadakan penyuluhan guna menambah kemampuan dalam memberantas hama dan penyakit yang terdapat pada tanaman kopi.

Sumber : *Data Primer Diolah, 2019*

1. Strategi SO

Strategi ini mengoptimalkan seluruh kekuatan yang ada guna memanfaatkan peluang sebesar-besarnya, jika suatu perusahaan memiliki suatu kelemahan, maka perusahaan akan mampu mengatasi kelemahan tersebut dan mengubahnya menjadi peluang. Berikut merupakan penjelasan dari *point-point* yang terdapat pada tabel di atas. Mengoptimalkan ketersediaan bahan baku berkualitas tinggi guna menambah harga jual produk untuk menekan biaya operasional. Memanfaatkan pengalaman dalam budidaya kopi serta pengalaman mengelola kafe guna meningkatkan mutu produk dan pelayanan yang diberikan oleh kafe. Mengoptimalkan penggunaan mesin pengolahan yang canggih untuk meningkatkan daya saing produk yaitu hasil olahan dengan mutu yang baik. Buat perjanjian tertulis dengan Pemerintah Kabupaten guna memaksimalkan Agrowisata kopi di kebun Seladang Cafe. Ciptakan inovasi baru untuk konsep dan penggunaan

lahan kebun dan kafe seperti menyediakan tempat khusus dimana pengunjung bisa menanam kopi ketika mengunjungi Seladang Cafe. Laksanakan agenda rutin mengenai pengembangan agribisnis kopi dengan organisasi atau sesama pelaku usaha kopi sebagai media bertukar pikiran dan mengembangkan sayap usaha. Manfaatkan keingintahuan pelanggan sebagai penunjang agrowisata kopi Seladang.

2. Strategi WO

Penerapan strategi ini didasarkan pada peluang yang ada guna meminimalisir kelemahan yang dimiliki. Beberapa strategi yang didapat berdasarkan persilangan indikator diantaranya, Terapkan teknologi pembibitan seperti kultur jaringan guna mendongkrak jumlah produksi dan kualitas bahan baku sehingga diharapkan kopi di Seladang dapat menghasilkan produk dengan mutu yang lebih baik dari sebelumnya. Manfaatkan pengalaman dalam membudidayakan kopi guna mengatasi hama serta penyakit pada tanaman kopi. Maksimalkan ketersediaan bahan baku serta keunikan konsep kafe guna meningkatkan pendapatan dan mengimbangi biaya produksi dan pengolahan. Kembangkan program agrowisata dengan melibatkan organisasi terkait, terutama kalangan muda mudi.

3. Strategi ST

Strategi ini merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam mengatasi ancaman dari lingkungan luar perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan yang ada. Beberapa strategi yang dihasilkan diantaranya, Optimalisasi keunggulan bibit sebagai sumber bahan baku guna menambah daya saing lewat kualitas kopi terbaik yang dimiliki. Optimalisasi penggunaan mesin canggih dan bahan baku unggul sehingga dapat mengimbangi jumlah biaya yang dikeluarkan dengan harga jual yang sesuai dengan kualitas yang diberikan. Memanfaatkan

keterlibatan Pemerintah Kabupaten untuk menanggulangi masalah hama serta pengaruh iklim cuaca yang terjadi. Salah satunya dengan mengadakan penyuluhan pertanian tentang bagaimana cara menanggulangi serangan hama dan penyakit pada tanaman kopi dengan iklim yang sulit untuk di prediksi. Manfaatkan biaya perawatan tanaman yang sedikit sebagai penunjang biaya perawatan mesin pengolah kopi. Bersaing dengan sehat guna menghindari timbulnya musuh dalam dunia bisnis yang akan berdampak pada lingkungan bisnis yang aman. Jadikan pesaing sebagai partner dalam dunia bisnis warung kopi, semakin luas jaringan yang dimiliki akan mempermudah pengusaha dalam memperlebar sayap usahanya.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan guna meminimalisir kelemahan yang ada serta menghindari berbagai ancaman yang datang dari lingkungan luar perusahaan. Beberapa strateginya adalah, Perlu dilakukan evaluasi penggunaan saprodi dengan mencari alternatif lain dalam mengolah bahan baku menjadi produk siap saji, Sehingga dapat menekan biaya produksi yang terlalu mahal. Perlu dilakukan perjanjian tertulis antara kafe dengan instansi lain, mengadakan penyuluhan guna menambah kemampuan dalam memberantas hama dan penyakit yang terdapat pada tanaman kopi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS pada penelitian ini dapat dilihat bahwa *coffee shop* Seladang Cafe ini berada pada kuadran I (Strategi Agresif). Situasi merupakan situasi yang sangat menguntungkan. *Coffee shop* Seladang Cafe memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang tersedia untuk memaksimalkan kekuatan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi tersebut terfokus pada strategi SO (*Strength-Opportunity*) yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Beberapa kekuatan yang terdapat pada Seladang Cafe ini diantaranya, bibit kopi unggul, biaya perawatan tanaman sedikit, pengolahan menggunakan mesin canggih, Pemerintah Kabupaten sebagai pihak pendukung. Peluang yang dimiliki Seladang Cafe diantaranya, ketersediaan bahan baku menekan biaya operasional, pengalaman dalam budidaya kopi serta pengelolaan kafe, konsep yang menarik, serta sebagai destinasi Agrowisata kopi.
2. Strategi Pengembangan yang harus diterapkan adalah Strategi SO (*Strength-Opportunity*), yaitu: Mengoptimalkan ketersediaan bahan baku dengan kualitas unggulan guna menekan biaya operasional serta menambah nilai jual. Dengan begitu Seladang Cafe dapat menjual produk kopi sesuai dengan kualitas yang diberikan sehingga harga jual dapat menambah jumlah penerimaan dan pendapatan dan menambah jumlah keuntungan, Memanfaatkan pengalaman yang didapat serta mengoptimalkan penggunaan mesin pengolahan yang canggih untuk memperlebar sayap perusahaan dan meningkatkan daya saing.

Kopi yang dihasilkan akan memiliki daya saing yang tinggi dibandingkan dengan produk milik perusahaan lain, maka masyarakat yang melekat kualitas akan lebih memilih kopi milik Seladang Cafe untuk di nikmati dan beberapa strategi lainnya sesuai dengan tabel Matrik Swot.

Saran

1. Kepada Seladang Cafe dianjurkan untuk menerapkan teknik kultur jaringan dalam membudidayakan komoditinya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah produksi serta kualitas kopi yang jauh lebih baik dengan begitu dapat menambah nilai jual komoditi kopi milik Seladang Cafe.
2. Disarankan untuk menambah jumlah dari beberapa fasilitas, seperti penambahan jumlah kursi atau tempat duduk, menambah jumlah toilet dan beberapa fasilitas lainnya. Diharapkan setelah menambah beberapa fasilitas tersebut, penikmat kopi yang datang ke Seladang Cafe akan merasa lebih puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adetiyah, E., 2018. Analisis Pendapatan Dan Strategi Pengembangan Usaha Rumah Jamur Kisaran (Skripsi). Medan: Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Aditya, F., 2017. Analisis Pendapatan Dan Strategi Pengembangan Usahatani Ubi kayu (*Manihot esculenta Crantz*) Di Desa Firdaus Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Berdagai (Skripsi). Medan: Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Atiqah. R., 2017. Tingkat Konsumsi Kopi Berdasarkan Pendapatan, usia, dan Harga di kota Depok (Skripsi). Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Chaerningrum, R., 2010. Analisis Usahatani Pepaya California Desa Cikopo Mayak Kecamatan Jasinga Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat (Skripsi). Bogor: Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- David, F. R., 2006. Manajemen Strategis. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Penerbit Salemba Empat.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2013. Komoditas Kopi di Indonesia 2012-2014. ditjenbun.pertanian.go.id/tinymcpuk/gambar/file/Statistik/2014/KOPI%200k.pdf. 27 juni 2018.
- Dwi, Y., 2018. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (Studi Kasus PT. Golden Malabar).
- Ferrinadewi, Erna.2008. Pengaruh Threat Emotion Konsumen Dan Brand Trust Pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Di Surabaya. Jurnal. Universitas Widya Kartika.
- Hanafie, Rita. 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: Penerbit Andi
- Maulidah, S., 2012. Manajemen Agribisnis: Penerbit Brawijaya University.
- Mariani, T., 2009. Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Muzaifa, M., 2016. Exploration Study of Gayo Specialty Coffee (*Coffea Arabica L.*): Chemical Compounds, Sensory Profile and Physical Appearance. Department of Agricultural Product Technology, Agricultural Faculty, Syiah Kuala University.

- Prastowo, B., 2010. *Budidaya dan Pasca Panen Kopi*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. Bogor. 70 hlm.
- Putra, F., 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Pertanian Organik di PT Agatho Organik Agro Cisarua Kabupaten Bogor (Skripsi)*. Bogor: Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Rahardjo, P. 2012. *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rangkuti, F., 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Kompas Gramedia Building.
- Rangkuti, F., 2017. *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*.
- Rengga, Dkk., 2016. *Agribusiness Development Strategy of Soybean Commodity in Sigi Regency*. Department of Aribusiness Faculty of Agriculture University of Tadulako, Palu. pp. 94-100. ISSN 2407-7585.
- Rukmana.2014. *Untung Selapustangit Dari Agribisnis Kopi*. Lily Publisher. Yogyakarta.
- Sa'id, E., 2007. *Ekonomi Pangan*. In: *Agribisnis dan Ekonomi Pangan*. Universitas Terbuka, Jakarta, pp. 1-43. ISBN 9796899752.
- Sarma, 2014. *An Agribusiness Development Approach of Beef Cattle in Selected areas of Bangladesh*. Bangladesh Agricultural Auniversity Research System (BAURES). Bangladesh Agricultural University. ISSN 1810-3030.
- Sibuea, M. B., & Sibuea, F. A. (2017). *Development strategy business of Sipirok weaving handicrafts*. *Proceedings of AICS-Social Sciences*, 7, 529-535.
- Sieva, A., 2015. *Pengertian dan Konsep Agribisnis Pertanian*. Makalah. <http://mynewpenyuluhanpertanian.blogspot.co.id/2015/04/pengertiandan-konsep-agribisnis.html>. (Diakses 13 Februari 2016).
- Supriatna, S., 2014. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus: UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidey Bandung)*. Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor Kampus Darmaga Bogor.
- Sugiono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Alfabeta: Jakarta.
- United States Department of Agriculture (USDA). 2016. <http://fas.usda.gov>, *Coffee: World Markets and Trade*.

Lampiran 1. KUISIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI (*Coffea sp.*) DI COFFEE SHOP SELADANG KAFE (STUDI KASUS : KABUPATEN BENER MERIAH PROVINSI ACEH)

Kepada Yth,

Bapak/Ibu

Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Saya bermaksud untuk menggali informasi kepada Bapak/Ibu terkait dengan judul Penelitian saya. Oleh karena itu saya memohon bantuan Bapak/Ibu untuk dapat membantu dengan menjawab pernyataan serta pernyataan yang telah disusun dengan sebenar-benarnya berdasarkan kondisi dan kenyataan yang Bapak/Ibu rasakan. Informasi yang saya terima akan digunakan dalam keperluan akademis serta sebagai sumber data dalam menyelesaikan skripsi.

Demikian surat ini dibuat, Atas kerjasama yang baik saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Muhammad Ihsan Syahputra
1504300229

NOMOR

I. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Alamat / Kecamatan :

Pekerjaan :

Pendidikan :

a. SD

b. SMP

c. SMA

d. KULIAH

e. LAINNYA

Jumlah tanggungan : orang

II. Identitas Usaha

Nama Kafe :

Kepemilikan bangunan kafe :

Luas Lahan :

III. Agribisnis Kopi di Kafe Seladang

Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan tersebut saya berharap kesediaan bapak/ibu untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan ini.
2. Berilah tanda Ceklis (√) pada skor yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Setiap responden hanya boleh memilih satu jawaban di setiap pertanyaan.

Keterangan skor :

SS (Sangat Setuju) = diberi skor 4

S(Setuju) = diberi skor 3

TS (Tidak Setuju) = diberi skor 2

STS(Sangat Tidak Setuju) = diberi skor 1

Analisis Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

PERNYATAAN		JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
KEKUATAN (STRENGHT)					
1	Bibit kopi yang ditanam di lahan Seladang Café merupakan bibit kopi unggul				
2	Perlakuan yang sangat baik pada setiap tanaman kopi yang terdapat pada kebun milik seladang kafe				
3	Pengolahan menggunakan mesin canggih sehingga menghasilkan hasil produksi dengan kualitas ekspor				
4	Dinas pariwisata sebagai pihak yang cukup berpengaruh terhadap perkembangan kafe seladang				
KELEMAHAN (WEAKNESS)					
1	Teknologi pembibitan masih sederhana / belum mengaplikasikan kultur jaringan sehingga produksi banyak dengan kualitas ekspor				
2	Pemeliharaan tanaman dan pemberantasan hama masih manual				
3	Biaya produksi / menggunakan mesin yang mahal harganya				
4	Tidak ada subsidi pupuk atau bibit dari pemerintah				

Analisis Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

PERNYATAAN		JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
PELUANG (OPPORTUNITIES)					
1	Bibit tersedia sehingga dapat menekan harga jual produk kopi				
2	Pengalaman dalam membudidayakan kopi				
3	Konsep yang menarik				
4	Sebagai destinasi agrowisata				
ANCAMAN (THREATS)					
1	Harga sarana produksi berfluktuasi				
2	Hama dan penyakit tanaman kopi				
3	Hama dan penyakit tanaman kopi				
4	Kerjasama yang tidak berkepanjangan				

IV. Lainnya

1. Sub sistem usaha tani hulu kopi di seladang kafe

1.1. Sarana dan prasarana produksi

a. Bibit _____

b. Alat-alat produksi:

1.2. Lainnya:

1.3. Penggunaan lahan

a. Luas lahan : _____

ha

b. Penggunaan lahan:

1.4. Penggunaan tenaga kerja

a. Tenaga

kerja _____ (orang)

b. Tenaga Kerja tetap :

_____ (orang)

c. Tenaga Kerja tidak tetep

: _____ (orang)

d. Tenaga kerja dalam keluarga TKDK

: ____ / _____ orang / upah harian per jam

kerja

e. Tenaga kerja luar keluarga TKLK

: _____/_____ orang

/ upah harian per jam kerja (cth: 70.000/hari (8jam kerja))

1.5.Penggunaan bibit

a. Jumlah bibit yang digunakan : _____ polybag/ha

b. Harga bibit : _____ per satuan /
per polybag

1.6.Biaya penyusutan tanaman: _____

1.7. Pestisida

a. Jenis pestisida: _____

b. Jumlah pemakaian : _____

c. Dosis pemberian : _____

d. Harga pestisida : _____

e. Total biaya untuk pestisida per hari/per bulan/per tahun :

f. Tenaga kerja yang digunakan: _____

2. Subsistem produksi

1.1.Bagaimana teknik pembibitan

a. Berapa lama fase pembibitan : _____

b. Berapa banyak bibit : _____

1.2. Penanaman

a. ukuran lahan semai : _____

b. Pemeliharaan gulma : _____

c. Jarak tanam : _____

1.3. Pemupukan

a. Jenis pupuk : _____

b. Jumlah dosis : _____

c. Harga pupuk : _____

d. Frekuensi : _____

1.4. Pemeliharaan

a. Frekuensi pembersihan lahan : _____

b. Pemberantasan hama : _____

c. Pemangkasan : _____

1.5. Panen

a. Jumlah panen: _____ Kg/hari, _____ Kg/bulan

b. Berapa kali panen raya dalam setahun : _____

c. Berapa TK yang digunakan : _____

1.6. Biaya produksi

a. Tenaga kerja mulai proses pemupukan hingga pasca panen :

b. Sewa mesin giling: _____

c. Biaya karung penampungan: _____

d. Sewa gudang : _____

e. Bahan bakar mesin : _____/liter

f. Alat panen : _____

g. Biaya transportasi: _____

h. Mesin : _____

i. mesin roasting: _____

ii. mesin grinder: _____

iii. mesin pembuat kopi: _____

i. lainnya:

3. Subsistem pengolahan dan pemasaran

1.1.Pasca panen

a. Penyucian: _____

b. Penjemuran : _____

c. penggilingan : _____

d. penyimpanan : _____

e. penyangraian: _____

f. penyajian: _____

g. Lainnya :

1.2. Pemasaran

- a. Adakah menjual produk ke pengumpul?

: _____

- b. Adakah menjual produk ke pedagang besar?:

- c. Menu sajian berbahan kopi:

- d. Lainnya:

1.3. Penerimaan

- a. Total penjualan produk kopi di kafe per hari/Kg

: _____

- b. Harga jual roasted bean/kg: _____

- c. Harga jual roasted bean/kg: _____ \

1.4. Pendapatan

- a. Jumlah pendapatan dari produk kopi? : Rp _____

b. pendapatan bersih dari hasil penjualan prodk kopi? : Rp_____

4. Subsistem Jasa dan Layanan Pendukung

a. Penyuluh pertanian : _____

b. Lembaga terkait : _____

c. Kelompok tani : _____

d. Lembaga penunjang seperti KUD dll : _____

e. MoU dengan instansi terkait : _____

f. Subsidi dari pemerintah : _____

g. Lainnya : _____

Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan tersebut saya berharap kesediaan bapak/ibu untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan ini.
 2. Berilah tanda Ceklis (√) pada skor yang paling sesuai dengan pendapat saudara.
- Setiap responden hanya boleh memilih satu jawaban di setiap pertanyaan.

Keterangan skor :

SWOT	Rating			
	Sangat Besar (SB)	Besar (B)	Kecil (K)	Sangat Kecil (SK)
Kekuatan Peluang	4	3	2	1
Kelemahan Ancaman	1	2	3	4

Kekuatan	4	3	2	1
Bibit kopi unggul				
Biaya perawatan tanaman sedikit				
Pengolahan menggunakan mesin canggih				
Pemerintah Kabupaten sebagai Pihak Pendukung				

Kelemahan	1	2	3	4
Teknologi pembibitan sederhana				
Pemeliharaan dan pemberantasan hama masih manual				
Biaya produksi cukup tinggi				
Tidak ada subsidi bibit dan pupuk dari pemerintah				

Peluang	4	3	2	1
Ketersediaan bahan baku menekan biaya operasional				
Pengalaman budidaya dan pengelolaan kafe				
Konsep unik dan menarik				
Sebagai destinasi Agrowisata kopi				

Ancaman	1	2	3	4
Harga saprodi relatif tinggi				
Perubahan iklim dan serqangan hama dan penyakit.				
Jumlah pesaing semakin bertambah				
Kerja sama yang tidak berkepanjangan				

Lampiran 2. KUESIONER PENELITIAN**ANALISIS PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI (*Coffea sp.*) DI
COFFEE SHOP SELADANG KAFE
(STUDI KASUS : KABUPATEN BENER MERIAH PROVINSI ACEH)**

Kepada Yth,

Bapak/Ibu

Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Saya bermaksud untuk menggali informasi kepada Bapak/Ibu terkait dengan judul Penelitian saya. Oleh karena itu saya memohon bantuan Bapak/Ibu untuk dapat membantu dengan menjawab pernyataan serta pernyataan yang telah disusun dengan sebenar-benarnya berdasarkan kondisi dan kenyataan yang Bapak/Ibu rasakan. Informasi yang saya terima akan digunakan dalam keperluan akademis serta sebagai sumber data dalam menyelesaikan skripsi.

Demikian surat ini dibuat, Atas kerjasama yang baik saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Muhammad Ihsan Syahputra
1504300229

<u>NOMOR</u>

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI (*Coffea sp.*) DI COFFEE SHOP SELADANG KAFE (STUDI KASUS : KABUPATEN BENER MERIAH, PROVINSI ACEH)

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :Tahun

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Pendidikan Terakhir :

Petunjuk pengisian : Berilah lingkaran (O) pada jawaban yang anda pilih.

1. Frekuensi datang ke Seladang Cafe dalam 1 bulan

- | | |
|---------------|----------------------|
| a. 1 – 3 kali | c. 7 – 9 kali |
| b. 4 – 6 kali | d. Lebih dari 9 kali |

2. Menu kopi di Seladang Café selalu tersedia

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. sangat setuju | c. tidak setuju |
| b. setuju | d. sangat tidak setuju |

3. Kopi yang disajikan berasal langsung dari kebun milik Seladang Cafe

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| a. sangat setuju | c. tidak setuju |
| b. pelayanan yang ramah | d. sangat tidak setuju |

4. Kualitas kopi yang disajikan oleh Seladang Café adalah kopi berkualitas tinggi

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. sangat setuju | c. tidak setuju |
| b. setuju | d. sangat tidak setuju |

5. Konsep dan desain yang diterapkan oleh Seladang Café sangat unik

- a. sangat setuju c. tidak setuju
b. setuju d. sangat tidak setuju

6. Pelayan yang bekerja di Seladang Café sangat ramah

- a. sangat setuju c. tidak setuju
b. setuju d. sangat tidak setuju

7. Pelayanan tepat waktu dalam menyajikan pesanan pelanggan

- a. sangat setuju c. tidak setuju
b. setuju d. sangat tidak setuju

8. Letak Seladang Café sangat strategis untuk bisnis kopi

- a. sangat setuju c. tidak setuju
b. setuju d. sangat tidak setuju

9. Seladang Café merupakan coffee shop sebagai destinasi Agrowisata

- a. sangat setuju c. tidak setuju
b. setuju d. sangat tidak setuju

Seladang Café cocok untuk dijadikan tujuan menikmati kopi bersama keluarga

- a. sangat setuju c. tidak setuju
b. setuju d. sangat tidak setuju

11. Seandainya Anda memiliki usaha yang serupa akankah anda bekerja sama dengan Seladang Cafe?

- a. sangat setuju c. kurang setuju
b. setuju d. tidak setuju

Petunjuk pengisian : isilah sesuai pendapat Anda

12. Menu “kopi” favorit anda di Seladang Café?

Jawab:

.....
.....
.....

13. Kekurangan dari Seladang Café?

Jawab:

.....
.....
.....
.....

14. Kelebihan dari Seladang Café?

Jawab:

.....
.....
.....
.....

15. Saran untuk Seladang Café?

Jawab;

.....
.....
.....
.....

Tempat Penelitian	Waktu Wawancara

lampiran 3. Identitas Responden di Coffee Shop Seladang Cafe					
No.	Nama Responden	Usia (tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan
1.	Sadikin Gembel	43	Laki-laki	S1	Pengelola Kafe
2.	Muhammad	42	Laki-laki	SMP	Petani
3.	Khaidir	32	Laki-laki	SMK	Pegawai Swasta
4.	Asromi	27	Laki-laki	S1	Pegawai Swasta
5.	Putra Agus Wanda	24	Laki-laki	S1	Pegawai Swasta
6.	Andi Zulfan	32	Laki-laki	D3	Pegawai Swasta
7.	Ari	30	Laki-laki	S1	Pegawai Swasta
8.	Rexi Sahri Ramadan	22	Laki-laki	SMA	Mahasiswa
9.	Nabila Massanda	16	Perempuan	SMP	Pelajar
10.	Rosa Meilana	22	Perempuan	SMA	Mahasiswa

Sunber : Data Primer Diolah 2019

LAMPIRAN

Lampiran 4. Jumlah Produksi, Biaya Pengolahan dan harga jual kopi per hektar					
Uraian	Jumlah Produksi (kg)	Biaya Pengolahan	Harga Jual/kg	Harga Jual/ha	
Ceri kopi	2000		Rp 10.000	Rp	20.000.000
Gabah kering kopi	800	Rp 1.500.000	Rp 30.000	Rp	24.000.000
Green bean	600	Rp 2.500.000	Rp 65.000	Rp	39.000.000
Roasted bean	600	Rp 15.000.000	Rp 120.000	Rp	72.000.000
Kopi bubuk	600	Rp 3.000.000	Rp 320.000	Rp	192.000.000
Kopi siap saji	600		Rp 1.000.000	Rp	600.000.000

Lampiran 5. Biaya Penyusutan Alat				
Alat	Harga Awal	Harga Akhir	Umur Ekonomis (Bulan)	Biaya Penyusutan
Cangkul	Rp 350.000	Rp 35.000	36	Rp 8.750
Gembor	Rp 150.000	Rp 15.000	24	Rp 5.625
Gergaji Kopi	Rp 180.000	Rp 18.000	36	Rp 4.500
Gerobak Sorong	Rp 575.000	Rp 57.500	60	Rp 8.625
Goni	Rp 45.000	Rp 4.500	36	Rp 1.125
Gunting Pemetong	Rp 150.000	Rp 15.000	60	Rp 5.625
Jaring Penjemuran	Rp 660.000	Rp 66.000	60	Rp 9.900
Kaleng Panen	Rp 750.000	Rp 75.000	60	Rp 11.250
Mesin Grinder Kopi	Rp 26.000.000	Rp 2.600.000	60	Rp 390.000
Mesin Pembuat Kopi	Rp 75.000.000	Rp 7.500.000	120	Rp 975.000
Mesin Roasting Kopi	Rp 130.000.000	Rp 13.000.000	72	Rp 937.000
Mesin Pemetong Kayu	Rp 1.000.000	Rp 100.000	60	Rp 15.000
Mesin Pemetong Rumput	Rp 300.000	Rp 30.000	60	Rp 45.000
Total Biaya Penyusutan				Rp 2.377.400

Lampiran 6. Jumlah Penerimaan Coffee Shop Seladang Cafe			
Menu	Produksi/Bulan	Harga Jual	Penerimaan/Bulan
<i>Chemex Specialty</i>	210 Cup **	Rp. 40.000	Rp. 8.400.000
Mokapot	210 Cup **	Rp. 30.000	Rp. 6.300.000
<i>Vietnam Drip</i>	210 Cup **	Rp. 30.000	Rp. 6.300.000
<i>Cold brew Wine</i>	240 Cup **	Rp. 30.000	Rp. 7.200.000
<i>Manual Brew</i>	300 Cup **	Rp. 10.000	Rp. 3.000.000
Sanger	180 Cup **	Rp. 12.000	Rp. 2.160.000
Kopi Susu	150 Cup **	Rp. 10.000	Rp. 1.500.000
<i>Americano</i>	150 Cup **	Rp. 9.000	Rp. 1.350.000
<i>Espresso</i>	150 Cup **	Rp. 8.000	Rp. 1.200.000
Tubruk Wine	300 Cup **	Rp. 10.000	Rp. 3.000.000
Tubruk Honey	150 Cup **	Rp. 8.000	Rp. 1.200.000
Tubruk Arabika	150 Cup **	Rp. 6.000	Rp. 900.000
Total			Rp. 42.510.000
Rata-rata			Rp. 3.542.500

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Keterangan : ** (Estimasi)

Lampiran 7. Biaya Tenaga Kerja Coffee Shop Seladang Cafe			
No	Nama		Gaji
1	Pekerja 1		Rp 1.000.000
2	Pekerja 2		Rp 1.000.000
3	Pekerja 3		Rp 1.000.000
4	Pekerja 4		Rp 1.000.000
5	Pekerja 5		Rp 1.000.000
6	Pekerja 6		Rp 1.000.000
7	Pekerja 7		Rp 1.000.000
8	Pekerja 8		Rp 1.000.000
Jumlah			Rp 8.000.000

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Lampiran 8. Bobot Internal							
Strategi Internal		Faktor-faktor dalam Strategi Internal	Nomor Sampel		Bobot		Nilai
			1	2	Jumlah	Rata-rata	
Strength (Kekuatan)	S1	Bibit kopi yang ditanam di kebun milik Seladang Cafe merupakan bibit kopi unggul	4	4	8	4	0,137
	S2	Perlakuan terhadap tanaman kopi yang tidak memerlukan banyak biaya	3	4	7	3,5	0,103
	S3	Pengolahan menggunakan mesin canggih sehingga menghasilkan produk kualitas tinggi	4	4	8	4	0,137
	S4	Pemerintah Kabupaten sebagai pihak yang cukup berpengaruh terhadap perkembangan Seladang Cafe	3	3	6	3	0,103
Weakness (Kelemahan)	W1	Teknologi pembibitan masih sederhana belum menggunakan kultur jaringan guna mendongkrak jumlah produksi serta kualitas produk	4	4	8	4	0,137
	W2	Pemeliharaan dan pemberantasan hama masih manual	4	4	8	4	0,137
	W3	Biaya produksi cukup tinggi / menggunakan mesin yang mahal harganya	4	4	8	4	0,137
	W4	Tidak ada subsidi pupuk atau bibit dari Pemerintah	3	3	6	3	0,103
Total					59		1
<i>Sumber : Data Primer Diolah, 2019</i>							

Lampiran 9. Bobot Eksternal							
Strategi Eksternal	Faktor-faktor dalam Strategi Eksternal	Nomor Sampel		Bobot		Nilai	
		1	2	Jumlah	Rata-rata		
Opportunity (Peluang)	O1	Ketersediaan bahan baku dapat menekan biaya operasional	3	3	6	3	0,137
	O2	Pengalaman dalam budidaya kopi serta kemampuan manajemen dalam mengelola kafe	3	4	7	3,5	0,103
	O3	Konsep yang Unik dan Menarik	4	3	7	3,5	0,137
	O4	Sebagai destinasi Agrowisata Kopi	4	4	8	4	0,103
Threat (Ancaman)	T1	Harga sarana prasarana produksi relatif tinggi	4	4	8	4	0,137
	T2	Perubahan iklim, serangan hama dan penyakit tanaman kopi	4	4	8	4	0,137
	T3	Jumlah pesaing yang semakin bertambah	4	4	8	4	0,137
	T4	Kerja sama yang tidak berkepanjangan	2	4	6	3	0,103
Total					58		1
<i>Sumber : Data Primer Diolah, 2019</i>							

