

Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi di Kabupaten Jember (Studi Kasus Pada Koperasi Muslimah Al-Ikhlas)

Alfin Maafi¹, Danu Indra Wardhana^{1,*}, Ara Nugrahayu Nalawati¹

¹Universitas Muhammadiyah Jember1; Alfinmaafi21@gmail.com

¹Universitas Muhammadiyah Jember1; danuindra@unmuhjember.ac.id

¹Universitas Muhammadiyah Jember1; aranugrahayu@unmuhjember.ac.id

*Correspondensi: Danu Indra Wardhana
Email: danuindra@unmuhjember.ac.id

Published: Februari, 2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Agroindustri kopi merupakan salah satu agroindustri yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Kabupaten Jember merupakan salah satu wilayah penghasil kopi terbesar di Jawa Timur. Koperasi Muslimah AL-Ikhlas merupakan salah satu Agroindustri Kopi yang berada di Desa sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis nilai tambah agroindustri kopi di Koperasi Muslimah Al-ikhlas, merumuskan strategi pengembangan agroindustri kopi di Koperasi Muslimah Al-ikhlas. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang dipakai adalah metode Hayami dan SWOT. Hasil dari analisis nilai tambah yang dilakukan menunjukkan bahwa olahan *Roasted Bean* dan *Ground Coffee* menghasilkan nilai tambah berturut-turut yaitu Rp. 68.275/Kg (83%) dan Rp. 72.175/Kg (84%). Keuntungan yang diperoleh yaitu sebesar 65.075/kg pada produk olahan *Roasted Bean* (95%) dan Rp. 68.975/kg untuk olahan *Ground Coffee* (96%). Berdasarkan hasil identifikasi peluang dan memiliki bobot 0,81 dan ancaman 0,37. Dari hasil matriks EFE dengan total skor 1,18 dapat disimpulkan bahwa kondisi lingkungan eksternal dalam usaha pengolahan kopi masih belum sepenuhnya responsif terhadap peluang yang ada dan tantangan yang dihadapi. Strategi pengembangan yang disarankan adalah *Strengths - Opportunities* (S-O). Langkah-langkah yang perlu diambil meliputi mengoptimalkan lahan usaha tani untuk meningkatkan dan mengembangkan produksi, memanfaatkan pasar yang ada untuk memudahkan proses pemasaran kopi, menggunakan media sosial sebagai platform untuk pemasaran produk olahan kopi secara online, meningkatkan sarana dan prasarana produksi kopi agar output lebih optimal, serta menciptakan inovasi produk olahan kopi lainnya untuk menarik minat masyarakat terhadap kopi olahan.

Keywords: Agroindustri Kopi; Nilai Tambah; Matrik SWOT

PENDAHULUAN

Sektor perkebunan di Indonesia saat ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap transformasi perekonomian negara. Besarnya kontribusi tersebut terutama harus disesuaikan dengan semakin tingginya perkembangan dalam sektor perkebunan itu sendiri. Kopi merupakan salah satu komoditas utama dalam sektor perkebunan yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya dalam menyumbang pendapatan negara (Fithriyyah et al., 2020). Produktivitas agroindustri di Indonesia tergolong tinggi. Menurut buku Sub Direktorat Statistik Tanaman Perkebunan (2023) pada tahun 2022 luas areal perkebunan kopi di Indonesia saat ini mencapai 1.265.930 Ha dengan jumlah produksi kopinya sekitar 774.961 ton yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Dengan data tersebut, agroindustri kopi di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang baik di pasar domestik maupun internasional (Ramawati et al., 2019). Namun, tantangan yang dihadapi sangat kompleks. Tantangan-tantangan yang harus dihadapi diantaranya yaitu kualitas dan kontinuitas bahan baku kopi yang belum terjamin, metode budidaya yang masih tradisional, kurangnya

sarana dan prasarana agroindustri, pengelolaan jaringan pemasaran kopi yang kurang optimal, serta kualitas sumber daya manusia yang belum memadai (Paloma et al., 2019).

Beberapa daerah dengan tingkat produktivitas kopi tertinggi di Indonesia diantaranya yaitu Provinsi Riau dengan jumlah produksi kopinya yaitu sebesar 904 kg/Ha, Sumatera Selatan dengan jumlah produksi kopi sebesar 908 kg/Ha, kemudian Jambi dengan jumlah produksi kopi sebesar 944 kg/Ha, selanjutnya yaitu Provinsi Sumatera Barat dengan jumlah produksi kopi sebesar 973 kg/Ha, dan tertinggi yaitu pada Provinsi Sumatera Utara dengan jumlah produksi kopinya sebesar 1265 kg/Ha. Pada wilayah Provinsi Jawa Timur tahun 2022, tercatat total luas area yang dimanfaatkan sebagai lahan perkebunan kopi yaitu sekitar 91.254 Ha dengan jumlah total produksi kopi yaitu sebesar 47.994 ton (Sub Direktorat Statistik Tanaman Perkebunan, 2023). Jumlah total luas area perkebunan dan juga total produksi yang ada didapatkan dari tiga sumber yang berbeda, yaitu dari perkebunan besar negara, perkebunan besar swasta, dan juga perkebunan rakyat.

Kabupaten Jember menjadi salah satu daerah penghasil kopi terbesar di Jawa Timur pada tahun 2022 dengan total produksi sebesar 11.795 ton dengan luas areal sebesar 18.321 Ha (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2023). Salah satu agroindustri kopi yang berada di Kabupaten Jember adalah Koperasi Muslimah al-Ikhlas yang berada di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo. Kopi jenis robusta merupakan jenis kopi yang menjadi salah satu bahan baku pembuatan olahan kopi sangrai dan bubuk di Koperasi Muslimah al-Ikhlas. Setiap bulannya mampu memproduksi olahan kopi sangrai dan bubuk sebanyak 2 kwintal atau 200 kg guna memenuhi permintaan kopi dari daerah Jember maupun luar Jember. Beberapa hal yang menjadi kendala yang menghambat pengembangan Koperasi Muslimah Al-Ikhlas diantaranya yaitu kurangnya peralatan-peralatan yang digunakan kurang memadai, promosi yang belum maksimal.

Untuk mengetahui strategi apa saja yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan produksi atau pengembangan pada Koperasi Muslimah Al-Ikhlas yaitu dengan menghitung nilai tambah yang didapatkan dari proses produksi Koperasi Muslimah Al-Ikhlas selama ini dengan menggunakan metode hayami dan menentukan strategi pengembangannya dengan menggunakan metode SWOT. Adapun metode hayami merupakan salah satu metode efektif untuk menentukan nilai tambah yang diperoleh oleh pelaku produksi, serta untuk menilai nilai output dan produktivitas (Wiryaningsih et al., 2021). Untuk merumuskan strategi alternatif berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi dapat menggunakan metode matriks SWOT (Simatupang et al., 2022). Kombinasi dua metode ini dalam penelitian didasarkan pada keunggulan metode hayami itu sendiri dalam analisis nilai tambah jika dibandingkan metode lain.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk mengetahui hasil dari perhitungan nilai tambah dan juga strategi apa saja yang perlu dilakukan untuk pengembangan produksi. Lokasi studi kasus yang gunakan yaitu agroindustri kopi di Koperasi Muslimah Al-Ikhlas di Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk menghitung pendapatan dan nilai tambah pada kegiatan agroindustri yang dilakukan (Salsabilla et al., 2019). Kegiatan agroindustri dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah, dan menghasilkan olahan produk yang dapat dipasarkan dan dikonsumsi oleh kalangan umum, meningkatkan daya simpan olahan kopi, serta meningkatkan pendapatan dan keuntungan bagi produsen. Secara khusus dalam agroindustri kopi, fokus utamanya adalah untuk meningkatkan nilai tambah dari bubuk kopi dengan melakukan proses pengolahan biji kopi menjadi produk bubuk. Proses produksi ini melibatkan penggunaan

berbagai jenis input seperti bahan baku, peralatan, tenaga kerja, dan input pendukung lainnya. Pengembangan agroindustri ini sering kali ditekankan di wilayah pedesaan.

Metode SWOT merupakan metode untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal sebagai langkah strategis dalam meningkatkan profitabilitas usaha. Dengan adanya perberdayaan atau pengoptimalan lahan produksi diharapkan mampu meningkatkan produksi lebih besar dibandingkan dengan hasil produksi saat ini yang telah diraih. Perumusan strategi dalam matriks SWOT dilakukan melalui konsultasi dengan para ahli. pelaksanaan penelitian melibatkan tahapan-tahapan berikut:

1. Tahap persiapan awal tahap ini melibatkan persiapan semua hal terkait dengan masalah penelitian, termasuk lokasi dan waktu penelitian. Lokasi penelitian adalah Sidomulyo, Kecamatan Silo
2. Menentukan latar belakang, rumusan, dan masalah Langkah ini mencakup pemilihan, perumusan, pembatasan masalah, penetapan tujuan dan manfaat, serta melakukan studi pendahuluan.
3. Tinjauan Pustaka Pada tahap ini, dilakukan pencarian literatur dan referensi yang relevan dengan judul penelitian.
4. Survey lapangan Tahap ini melibatkan survei lapangan di Koperasi Muslimah Al-Ikhlas di Desa Sidomulyo, serta mendapatkan izin dari manajemen Koperasi Muslimah Al-Ikhlas untuk menyebarkan kuesioner.
5. Pengumpulan data. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada penduduk Sidomulyo, Kecamatan Silo, Jember. Kuesioner disampaikan kepada responden yang relevan sesuai dengan panduan dan bimbingan dari peneliti.
6. Analisis hasil penelitian. Data yang terkumpul dianalisis untuk mengevaluasi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, seperti kualitas layanan dan kepuasan penghuni.

Selanjutnya, dalam menyusun EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi 5-10 peluang dan ancaman untuk EFAS.
2. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan untuk IFAS.
3. Memberikan bobot pada setiap faktor, yang berkisar dari 0.0 (tidak penting) hingga 1.0 (sangat penting), berdasarkan pengaruhnya terhadap kondisi organisasi.
4. Memberikan rating pada masing-masing faktor dengan skala 1 (poor) hingga 4 (outstanding), sesuai dengan pengaruh faktor tersebut terhadap organisasi.
5. Mengalikan bobot dengan rating untuk mendapatkan skor pembobotan pada setiap faktor, yang menghasilkan nilai antara 1.0 (poor) hingga 4.0 (outstanding).
6. Menjumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan, yang mencerminkan dampak strategis faktor eksternal atau internal terhadap koperasi.

Metode Pengumpulan data:

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari petani kopi robusta melalui wawancara menggunakan kuesioner yang telah disiapkan. Sedangkan data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari sumber seperti jurnal, buku, referensi yang relevan, serta dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur. Peneliti berfungsi sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan data. Prosedur yang di pakai dalam pengumpulan data Primer dan Sekunder yaitu: (1) Kuisisioner, (2) Wawancara, (3) Observasi (4) Dokumentasi, dengan penjelasannya yaitu sebagai berikut:

1. Kuisisioner merupakan formulir pertanyaan yang telah ditetapkan dengan ketat, yang memungkinkan responden untuk memberikan jawaban secara bebas tanpa pengaruh dari piha lain.

2. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pewawancara bertanya langsung kepada responden, di mana terjadi proses interaksi antara keduanya.
3. Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan terhadap keadaan atau perilaku objek yang menjadi sasaran, yang kemudian dicatat untuk analisis lebih lanjut.
4. Dokumentasi digunakan untuk menyempurnakan dan memvalidasi keakuratan serta kebenaran data atau informasi yang dikumpulkan dari berbagai dokumen yang tersedia di lapangan, yang juga dapat digunakan untuk memverifikasi keabsahan data.

Data sekunder diperoleh dengan membaca dan mempelajari jurnal, buku, serta referensi-referensi yang relevan dengan penelitian ini, termasuk dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur dan sumber pustaka lainnya. Data sekunder digunakan sebagai pendukung untuk data primer dalam penelitian ini secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koperasi Muslimah Al-Ikhlas, sebuah UMKM yang berlokasi di Dusun Curah Manis, Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember, mengelola hasil perkebunan kopi menjadi produk-produk seperti biji kopi sangrai (Roasted Bean) dan kopi bubuk (Ground Coffee). Koperasi ini menggunakan kopi robusta yang dibudidayakan di lahan mereka sendiri, termasuk di Dusun Curah Manis. Lahan yang luas ini memiliki potensi pengembangan yang baik, didukung oleh strategi pengembangan yang efektif berdasarkan faktor internal dan eksternal. Didirikan pada tahun 2016 oleh Ibu Purwadi, Koperasi Muslimah Al-Ikhlas menghasilkan berbagai olahan kopi robusta, termasuk kopi sangrai dan kopi bubuk. Dalam satu kali produksi, koperasi mampu menghasilkan sebanyak 2,5 kwintal kopi green bean. Kopi bubuk dikemas dalam kemasan sachet 250 gram, sementara biji kopi sangrai dikemas dalam kemasan 1 Kg, olahan kopi yang telah diproduksi kemudian dipasarkan di berbagai kafe dan angkringan di Kabupaten Jember, termasuk di Desa Sidomulyo Dusun Curah Manis. Harga jual produk kopi sangrai adalah Rp 105.000/Kg, sedangkan kopi bubuk dijual dengan harga Rp 110.000/Kg.

Beberapa hal yang diidentifikasi sebagai kendala dan kekuatan yang terdapat pada Koperasi Muslimah Al-Ikhlas adalah sebagai berikut. Kendala atau kelemahan yang dihadapi Koperasi Muslimah Al-Ikhlas hingga saat ini yaitu meliputi jaringan pemasaran yang belum optimal, peralatan yang kurang memadai, promosi yang belum maksimal, keterbatasan sumber daya manusia, pengolahan yang masih menggunakan teknologi yang belum lengkap, ketiadaan standar SOP dan standar kualitas produk, serta proses produksi yang kurang efisien akibat karyawan yang belum profesional. Adapun kekuatan yang dimiliki koperasi ini antara lain bahan baku berkualitas tinggi dan terjamin, produk kopi yang memenuhi standar pasar, lokasi pengolahan yang strategis dengan lahan yang luas, hubungan baik dengan mitra dan konsumen, beberapa pelanggan yang loyal, serta sudah memiliki sertifikasi halal dan NIB, dan ketersediaan bahan baku yang melimpah.

1. Analisis Nilai Tambah Produk Olahan Biji Kopi Robusta Sangrai Dan Bubuk Kopi di Koperasi Muslimah Al-Ikhlas

Analisis nilai tambah digunakan untuk mengetahui besarnya nilai tambah yang diperoleh dari proses pengolahan kopi robusta mentah menjadi kopi sangrai (*roasted bean*) dan kopi bubuk (*ground coffe*) pada Koperasi Muslimah Al-Ikhlas. Hasil perhitungan analisis nilai tambah dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil dari perhitungan Nilai Tambah Kopi Sangrai dan Kopi Bubuk di Koperasi Muslimah Al-Ikhlas

No.	Variabel	<i>Roasted Bean</i>	<i>Ground Coffee</i>
I. Output, Input dan Harga			
1.	Output (Kg)	98	98
2.	Input (Kg)	125	125
3.	Tenaga kerja (HOK)	4	4
4.	Faktor konversi	0,78	0,78
5.	Koefisien tenaga kerja (HOK)	0,032	0,032
6.	Harga output (Rp/Kg)	105.000	110.000
7.	Upah tenaga kerja langsung (Rp/HOK)	100.000	100.000
II. Penerimaan dan Keuntungan			
8.	Harga bahan baku	8.000	8.000
9.	Sumbangan input lain	5.625	5.625
10.	Nilai output	81.900	85.800
11.	a. Nilai tambah (Rp/Kg)	68.275	72.175
	b. Rasio nilai tambah (%)	83	84
12.	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (Rp/Kg)	3.200	3.200
	b. Pangsa tenaga kerja	5	4
13.	a. Keuntungan (Rp/Kg)	65.075	68.975
	b. Tingkat keuntungan (%)	95	96
III. Balas Jasa Pemilik Faktor-Faktor Produksi			
14.	Margin (Rp/Kg)	73.900	77.800
	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (%)	4	4
	b. Sumbangan input lain (%)	7,61	7,23
	c. Keuntungan pemilik Perusahaan (%)	88,06	88,66

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Pada Tabel 1 diatas ditunjukkan bahwa total produksi dalam satu siklus produksi di Desa Sidomulyo mencapai 200 kg, terdiri dari dua jenis olahan kopi yaitu *Roasted Bean* dan *Ground Coffee*. Di sisi lain, total penggunaan bahan baku kopi dalam satu siklus produksi adalah 250 kg untuk kedua jenis olahan tersebut. Bahan baku yang digunakan adalah kopi gelondongan atau kopi mentah. Kedua jenis olahan kopi memiliki kebutuhan bahan baku yang sama, yaitu sekitar 125 kg per jenis olahan, sementara hasil atau output yang diperoleh adalah sekitar 98 kg per jenis olahan. Perbedaan antara input (bahan baku) dan output (hasil) terjadi karena proses produksi melibatkan pemanasan kopi yang mengakibatkan penyusutan kadar air sekitar 2,5%.

Faktor konversi yang diperoleh adalah sebesar 0,78. Angka ini mengindikasikan bahwa 1 kg bahan baku menghasilkan sekitar 0,78 kg produk olahan kopi baik *Roasted Bean* maupun *Ground Coffee*. Pentingnya nilai faktor konversi yang kurang dari 1 adalah karena hal ini menunjukkan bahwa jumlah output atau hasil produksi lebih rendah dibandingkan dengan jumlah bahan baku yang digunakan. Dalam satu kali produksi kopi secara keseluruhan, diperlukan sekitar 4 Hari Ongkos Kerja (HOK). Nilai koefisien tenaga kerja yang diperoleh adalah sebesar 0,32 HOK. Perhitungan HOK dilakukan dengan mengalikan waktu kerja

dengan jumlah tenaga kerja yang terlibat, dan hasilnya dibagi dengan 8, dimana 8 adalah koefisien standar untuk satu hari kerja, yang setara dengan 8 jam (Hariyanto et al., 2019).

Nilai output yang diperoleh pada produk olahan kopi sangrai atau *Roasted Bean* yaitu sebesar Rp. 81.900/Kg dan Rp. 85.800/Kg untuk olahan kopi bubuk atau *Ground Coffee*. Besarnya nilai tambah yang dihasilkan dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk biaya sumbangan input lainnya selain biaya bahan baku. Berdasarkan Tabel 1, nilai sumbangan input lain per kg bubuk kopi *Roasted Bean* dan *Ground Coffee* adalah Rp. 5.625. Sumbangan input lain ini mencakup biaya untuk alat seperti kebutuhan gas elpigi dan biaya listrik.

Untuk olahan kopi sangrai atau *Roasted Bean*, nilai tambah yang dihasilkan adalah Rp. 68.275/Kg. Rasio nilai tambah yang tercapai adalah 83%. Ini berarti bahwa dari setiap Rp.100 nilai produk, sebesar Rp.83 merupakan nilai tambah yang dihasilkan. Sedangkan untuk olahan kopi bubuk atau *Ground Coffee*, nilai tambah yang diperoleh adalah Rp. 72.175/Kg, dengan rasio nilai tambah sekitar 84%. Dalam hal ini, untuk setiap Rp.100 nilai produk, sebesar Rp.84 merupakan nilai tambah yang dihasilkan. Berdasarkan pada penelitian Lestari et al. (2021) dan Supratman et al. (2020), rasio nilai tambah pada produk olahan *Roasted Bean* dan *Ground Coffee* ini tergolong kedalam rasio nilai tambah tinggi karena nilainya lebih dari 40%. Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai tambah yang diperoleh dalam bentuk angka yang positif, hal ini berarti bahwa usaha produksi yang dilakukan memberikan nilai tambah untuk keuntungan bagi pengusaha atau produsennya (Supratman et al., 2020). Nilai tambah yang positif pada hasil perhitungan juga menunjukkan bahwa suatu usaha layak untuk dipertahankan dan dikembangkan di masa yang akan datang (Wiryaningsih et al., 2021).

Nilai tambah yang dihitung dalam konteks ini masih merupakan nilai tambah kotor, yang belum memperhitungkan pendapatan tenaga kerja langsung. Pendapatan tenaga kerja langsung diperoleh dari hasil koefisien tenaga kerja (HOK) dikali dengan upah tenaga kerja langsung, yaitu Rp. 100.000 per HOK dalam satu kali produksi. Dari perhitungan ini, didapatkan pendapatan sebesar Rp. 3.200 per kilogram untuk setiap jenis olahan kopi yang dihasilkan. Artinya, pendapatan yang diperoleh tenaga kerja untuk setiap kilogram olahan kopi yang dihasilkan adalah Rp. 3.200. Pendapatan tenaga kerja langsung yang dihitung ini berpengaruh terhadap persentase pangsa tenaga kerja. Pada olahan kopi sangrai atau *Roasted Bean*, persentase pangsa tenaga kerja diperoleh sebesar 5%, sedangkan pada olahan kopi bubuk atau *Ground Coffee*, persentase pangsa tenaga kerja adalah 4%.

Berdasarkan hasil analisis pada Koperasi Muslimah Al-Ikhlas diperoleh keuntungan sebesar 65.075/kg pada produk olahan kopi sangrai atau *Roasted Bean*. Tingkat keuntungan yang dimiliki sebesar 95%, hal ini dapat diartikan bahwa 95% dari nilai tambah merupakan keuntungan bagi produsen atau pemilik usaha. Untuk produk olahan kopi bubuk atau *Ground Coffee* memiliki keuntungan sebesar Rp. 68.975/kg. Dengan tingkat keuntungan sebesar 96%, hal ini menunjukkan bahwa produsen mendapatkan keuntungan sebesar 96% dari nilai tambah. Berdasarkan penelitian Lestari et al. (2021) disebutkan bahwa keuntungan yang diperoleh pada bagian ini termasuk kategori keuntungan bersih karena hasil yang diperoleh telah dikurangi dengan biaya tenaga kerjanya. Nilai margin yang diperoleh sebesar Rp. 73.900/kg untuk produk kopi sangrai atau *Roasted Bean*. Pendapatan tenaga kerja adalah sebesar 4%, sumbangan input lainnya sebesar 7,61%, dan keuntungan produsen mencapai 88,06%. Sedangkan untuk produk kopi bubuk atau *Ground Coffee*, margin yang diperoleh sebesar Rp. 77.800/kg, dengan persentase pendapatan tenaga kerja sebesar 4%, sumbangan input lainnya sebesar 7,23%, dan keuntungan produsen sebesar 88,66%. Persentase keuntungan produsen pada penelitian ini dikategorikan tinggi, yaitu lebih dari 80%, menunjukkan bahwa usaha produksi

olahan kopi yang dilakukan sangat sukses dan menguntungkan bagi produsen. nilai margin yang diperoleh pada perhitungan didapatkan nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai tambahnya dikarenakan pada perhitungan nilai margin, nilai sumbangan input lain tidak berpengaruh (Salsabilla et al., 2019).

2. Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Pengembangan pengolahan Kopi di Koperasi Muslimah Al-ikhlas

Analisis SWOT merupakan alat bantu yang digunakan untuk merumuskan strategi berdasarkan situasi yang mempengaruhi kinerja suatu koperasi. Alat ini membagi faktor-faktor yang relevan menjadi internal dan eksternal, menyoroti hubungan antara organisasi dengan lingkungannya yang menciptakan dan mendukungnya. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan diperoleh identifikasi faktor internal dan eksternal adalah sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Faktor Internal. Faktor Internal terbagi 2 yaitu Faktor Kekuatan dan Faktor Kelemahan.

1) Faktor Kekuatan:

- a) Kopi memiliki kualitas yang sangat baik untuk di produksi
- b) Kopi yang dihasilkan standar pasar/baik
- c) Lokasi pengolahan yang strategis dan lahan yang luas
- d) Hubungan dengan mitra dan konsumen sangat baik
- e) Memiliki beberapa pelanggan yang baik
- f) Telah memiliki ijin sertifikat halal dan NIB
- g) Bahan baku banyak tersedia

2) Faktor Kelemahan:

- a) Jaringan marketing belum maksimal
- b) Keterbatasan peralatan
- c) Promosi belum maksimal
- d) Kurangnya sumberdaya manusia
- e) Pengolahan masih menggunakan teknologi yang belum lengkap
- f) Belum ada standar SOP dan standar kualitas produk
- g) Proses produksi kurang efisien, dikarenakan karyawan yang belum profesional

b. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal, terdiri dari Peluang dan Ancaman.

1) Faktor Peluang:

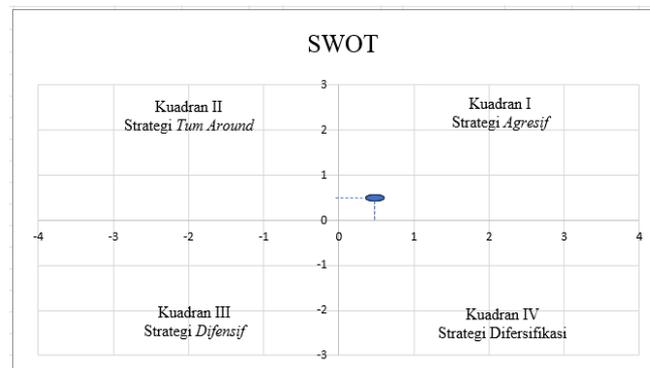
- a) Potensi pengembangan usaha edukasi kopi masih terbuka luas
- b) Kebutuhan kopi permintaan pasar cukup tinggi dan meningkat
- c) Semakin banyak petani yang menanam kopi
- d) Sebagai pemasok kopi di Café dan Angkringan yang semakin berkembang
- e) Diversifikasi produk menjadi kemasan *cashet*
- f) Kemudahan memasarkan produk kopi melalui media social

2) Faktor Ancaman:

- a) Cuaca tidak stabil menyebabkan produksi dan kualitas menjadi terganggu
- b) Adanya pesaing kopi robusta di KSU dan berbagai pengolahan lainnya
- c) Kurangnya kesadaran Masyarakat tentang perbedaan dan kualitas kopi robusta

- d) Banyaknya kompetitor dan memiliki nilai komersial yang lebih tinggi
- e) Alat produksi dan kemasan yang lebih canggih di berbagai competitor
- f) Munculnya kompetitor baru

Hasil evaluasi kuantitatif terhadap faktor-faktor internal dan eksternal dalam industri pengolahan kopi di Kecamatan Silo Kabupaten Jember direpresentasikan dalam bentuk diagram SWOT. Berdasarkan hasil pembobotan faktor internal dan faktor eksternal dapat disusun matriks IFAS dan EFAS. Dari hasil perhitungan ditemukan bahwa kekuatan (*Strengths*) memiliki bobot sebesar 0,86 dan kelemahan (*Weaknesses*) memiliki bobot sebesar 0,44. Dari analisis matriks IFE, total bobot sebesar 1,30. Dari analisis matriks EFE, total bobot sebesar 1,3 mengindikasikan bahwa usaha pengolahan kopi di Koperasi Muslimah Al-Ikhlas memiliki faktor internal yang secara keseluruhan dinilai tinggi. Usaha ini mampu mengoptimalkan kekuatannya serta mengatasi kelemahan yang ada dengan efektif. Posisi strategi ditetapkan berdasarkan perhitungan selisih antara nilai kekuatan dan kelemahan, serta selisih antara nilai peluang dan ancaman dengan panduan sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Cartesius

Pada diagram cartecius Gambar 1 terlihat usaha koperasi kopi berada pada kuadran 1. Koperasi ini tetap memiliki kekuatan internal yang signifikan meskipun ada beberapa ancaman yang dilewati. Strategi yang disarankan adalah menggunakan kekuatan internal untuk mengeksplorasi peluang jangka panjang, terutama melalui diversifikasi produk atau pasar. Posisi ini menunjukkan bahwa Koperasi Muslimah Al-Ikhlas di Kecamatan Silo, Kabupaten Jember, memiliki potensi untuk mengurangi dampak ancaman eksternal dengan meningkatkan kualitas kopi, sehingga petani dapat meningkatkan profitabilitas usaha mereka.

Tabel 4. Matrik SWOT Pengembangan usaha tani Kopi di Kecamatan Silo

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTHS (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi memiliki kualitas yang sangat baik untuk produksi 2. Kopi yang dihasilkan standar pasar/baik 3. Lokasi pengolahan yang strategis dan lahan yang luas 4. Hubungan dengan mitra dan konsumen sangat baik 5. Memiliki beberapa pelanggan yang baik 6. Sudah memiliki ijin sertifikasi halal dan NIB 7. Bahan baku banyak tersedia 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jaringan marketing belum maksimal 2. Keterbatasan peralatan 3. Promosi belum maksimal 4. Kurangnya sumberdaya manusia 5. Pengolahan masih menggunakan teknologi yang belum lengkap 6. Belum ada standar SOP dan standar kualitas produk 7. Proses produksi kurang efisien, dikarenakan karyawan yang belum profesional
	<p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi pengembangan usaha edukasi kopi masih terbuka luas 2. Kebutuhan kopi permintaan pasar cukup tinggi dan meningkat 3. Semakin banyak petani yang menanam kopi 4. Sebagai pemasok kopi di cafe dan angkringan yang semakin berkembang 5. Diversifikasi produk menjadi kemasan <i>cashet</i> 6. Kemudahan memasarkan produk kopi melalui media sosial 	<p style="text-align: center;">STRATEGI S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan lahan lokasi usahatani agar produksi meningkat dan berkembang 2. Memanfaatkan ketersediaan pasar untuk mempermudah dalam proses pemasaran kopi 3. Memanfaatkan media sosial sebagai pasar untuk pemasaran produk olahan kopi secara <i>online</i> 4. Meningkatkan sarana prasarana dalam produksi kopi agar menghasilkan <i>output</i> yang lebih optimum 5. Membuat inovasi olahan kopi lainnya untuk menarik daya minat masyarakat terhadap olahan kopi

THREATS (T)	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
1. Cuaca tidak stabil menyebabkan produksi dan kualitas menjadi terganggu 2. Adanya pesaing kopi robusta di KSU dan berbagai pengolahan lainnya 3. Kurangnya kesadaran Masyarakat tentang perbedaan dan kualitas kopi robusta 4. Banyaknya kompetitor dan memiliki nilai komersial yang lebih tinggi 5. Alat produksi dan kemasan yang lebih canggih di berbagai kompetitor 6. Munculnya kompetitor baru	1. Meningkatkan kualitas kopi agar lebih baik dari pada kopi daerah lain 2. Meningkatkan produk yang lebih banyak dari pesaing kopi	1. Memperluas dan mempertahankan jaringan pemasaran

Berdasarkan IFAS dan EFAS pada gambar 1 posisi koperasi Muslimah Al-Ikhlas berada pada kuadran I, artinya memiliki keuntungan dengan kekuatan untuk memanfaatkan peluang pengembangan. Strategi yang diterapkan perkembangan agresif. Adapun strategi yang disarankan adalah *strength-opportunities* (S-O). Strategi-strategi yang perlu dilakukan diantaranya yaitu sebagai berikut.

Strategi pertama mengoptimalkan lahan lokasi usaha tani agar produksi semakin meningkat dan berkembang. Dengan optimalnya pemanfaatan lahan akan meningkatkan hasil produksi pada agroindustri kopi. Menurut Syaputra (2020) strategi yang dapat dikembangkan antara lain mengamati potensi lahan, sumber daya manusia (SDM), dan pasar yang luas, penting untuk melakukan pemberdayaan atau optimalisasi sumber daya tersebut. Pemasaran kopi yang dilakukan harus dapat memenuhi kebutuhan pasar saat ini, salah satu caranya yaitu dengan membuat inovasi lain dari kopi yang saat ini sedang diminati dikalangan pecinta kopi.

Dengan adanya lapak-lapak penjualan kopi yang banyak diminati saat ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kebutuhan kopi asli (kopi bubuk dan kopi sangrai). Menurut penelitian Anjani et al. (2018), disebutkan bahwa salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan kopi adalah dengan memperluas pangsa pasar menggunakan lokasi strategis untuk mempermudah distribusi produk, misal dengan cara mencari lokasi produksi atau pemasaran yang berjarak 2 km dari pasar. Ekspansi dalam pemasaran perlu dilakukan untuk menarik konsumen baru, memperluas jangkauan, serta memperkenalkan produk kepada pihak konsumen secara lebih luas. Peluasan target pemasaran juga dapat dilakukan dengan pemasaran secara langsung kepada pembeli seperti pada kafe atau tempat jual kopi lainnya, atau bahkan dapat masuk dalam

sebuah acara bazar. Alternatif lainnya adalah dengan memperluas wilayah pemasaran melalui cara kerjasama dengan pedagang besar dan pedagang kecil, terutama yang beroperasi di wilayah kota produksi dan sekitarnya (Wintoko et al., 2021).

Dengan adanya pemasaran melalui media sosial, branding yang dapat dilakukan yaitu dengan membranding kopi yang telah diproduksi dengan brand olahan kopi Robusta khas asli Jember, dengan demikian, diharapkan dapat menjadi faktor penarik bagi konsumen atau penggemar kopi di seluruh Indonesia. yaitu perlunya memperbanyak konten dalam sosial media yang telah dibuat dan dibuat semenarik mungkin untuk meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap produk yang dipasarkan (Niam et al., 2022).

Menurut penelitian dari Anjani et al. (2018) disebutkan bahwa langkah yang dapat dilakukan untuk memperluas pasar yaitu dengan secara proaktif melakukan promosi menggunakan keunggulan produk khas yang telah diproduksi untuk meningkatkan kesadaran akan produk secara lebih luas. Promosi juga dapat dilakukan melalui berbagai platform media sosial, termasuk media elektronik dan cetak, seperti mengirim iklan melalui siaran radio atau posting di Instagram. Dalam menghasilkan produk olahan-olahan kopi ini perlu adanya peralatan yang memadai sebagai mana mestinya sehingga dengan adanya sarana prasarana yang lengkap dan lebih maju, diharapkan mampu meningkatkan hasil produksi, karena olahan kopi saat ini masih banyak diminati oleh kalangan anak muda, remaja dan juga dewasa sehingga dalam proses produksi dapat menghasilkan banyak produk olahan-olahan kopi dan lebih optimum untuk kedepannya.

Menurut penelitian Lestari et al. (2021), Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al. (2016), disebutkan bahwa salah satu strategi yang dapat membantu meningkatkan keuntungan yang ada yaitu dengan melakukan lebih banyak promosi yang didukung dengan kualitas produk yang baik dengan mengoptimalkan sarana dan prasarana agar lebih memadai.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan nilai tambah menunjukkan bahwa rata-rata produksi harian *Roasted Bean* dan *Ground Coffee* di Desa Sidomulyo adalah 125 kg untuk kedua jenis olahan kopi. Rata-rata penggunaan bahan baku kopi per hari adalah 250 kg, dengan rata-rata tenaga kerja yang digunakan sebanyak 4 pekerja. Nilai tambah dari pengolahan kopi di Desa Sidomulyo adalah Rp 68.275 atau 83% untuk *Roasted Bean* dan Rp 72.175 atau 84% untuk *Ground Coffee*, dengan rasio nilai tambah pengolahan kopi tergolong tinggi.
2. Strategi pengembangan pengolahan kopi Robusta adalah strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*). Strategi yang disarankan adalah *Strengths - Opportunities* (S-O). Langkah-langkah yang perlu diambil meliputi: mengoptimalkan lahan usaha tani untuk meningkatkan dan mengembangkan produksi, memanfaatkan ketersediaan pasar untuk mempermudah pemasaran kopi, menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran produk olahan kopi secara online, meningkatkan sarana dan prasarana produksi kopi untuk menghasilkan output yang lebih optimal, serta menciptakan inovasi produk olahan kopi lainnya guna menarik minat masyarakat terhadap kopi olahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, N., Malik, A., & Fitri, Y. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Luwak Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 21(1), 9. <https://doi.org/10.22437/jiseb.v21i1.5098>

-
- Dewi, N. L. A. D. S., Suryawardani, I. O., & Sarjana, I. D. G. R. (2016). Strategi Pemasaran Kopi pada Perusahaan Kopi Banyuwatis. *E-Journal Agribisnis Dan Agrowisata*, 5(1), 1–10.
- Fithriyyah, D., Wulandari, E., & Sendjaja, T. P. (2020). Potensi Komoditas Kopi Dalam Perekonomian Daerah di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 700–714.
- Hariyanto, Y., & Achmar, M. (2019). Analisis Nilai Tambah Usaha Kopi Arabika “Argopuro Coffee” Pada Kelompok Masyarakat (Pokmas) Walida Di Desa Tlogosari Kecamatan Sumbermalang. *Agribios:Jurnal Ilmiah*, 17(1), 15. <https://doi.org/10.36841/agribios.v17i1.881>
- Lestari, F., & Adriani, D. (2021). Analisis Nilai Tambah Aneka Olahan Bubuk Kopi Robusta Berbasis Industri Rumah Tangga (Kecamatan Pagaralam Utara , Kota Pagaralam) “ The Value -Added Analysis Of Robusta Powder Processing Various Product Based On Home Industry (North Pagaralam District . 3(2), 56–70.
- Niam, A. A., & Eviana, N. (2022). Strategi Promosi Agresif Melalui Pengayaan Media Sosial di Al Qadri Haji dan Umrah Jakarta. *Widya Manajemen*, 4(1), 55–66. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1.1968>
- Paloma, C., Putri, A., & Yusmarni, Y. (2019). Analisis Risiko Produksi Kopi Arabika (*Coffea arabica* L.) di Kabupaten Solok (Studi Kasus di Kecamatan Lembah Gumanti). *JOSETA: Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, 1(3), 84–93. <https://doi.org/10.25077/joseta.v1i3.185>
- Ramawati, R., Soedarto, T., & Nurhadi, E. (2019). PENGOLAHAN KOPI DAN ANALISIS NILAI TAMBAH KOPI ROBUSTA DI KECAMATAN TUTUR KABUPATEN PASURUAN. *Berkala Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA*, 1(2), 105–112.
- Salsabilla, S., Haryono, D., & Syarief, Y. A. (2019). Analisis Pendapatan Dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Pisang Di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 7(1), 68. <https://doi.org/10.23960/jiia.v7i1.68-74>
- Simatupang, A. E. C., Simatupang, J. T., & Berutu, P. T. S. S. (2022). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Robusta. *Jurnal Methodagro*, 8(1), 67–76.
- Sub Direktorat Statistik Tanaman Perkebunan. (2023). *Statistik Kopi Indonesia 2022 Volume 7*.
- Supratman, M. E., Insan Noor, T., & Yusuf, M. N. (2020). ANALISIS NILAI TAMBAH AGROINDUSTRI PENGOLAHAN KOPI ROBUSTA (Studi Kasus Pada Agroindustri Panawangan Coffee di Desa Sagalaherang Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*,

7(2), 436. <https://doi.org/10.25157/jimag.v7i2.3484>

Syaputra, M. R. (2020). Strategi Pengembangan Kopi Robusta Di Kab. Merangin. *Khasanah Intelektual*, 4(3), 866–888.

Timur, B. P. S. J. (2023). Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2023. In *BPS Provinsi Jawa Timur*.

Wintoko, R., & Marlina, N. (2021). Analisis strategi pemasaran pada ukm rumah kopi temanggung. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1160–1166.

Wiryaningsih, R. C., Haryono, D., & Marlina, L. (2021). NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA AGRONDUSTRI KOPI BUBUK CAP GUNUNG DI KABUPATEN WAY KANAN. *Journal of Agribusiness Science*, 9(4), 630–637.