

Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Pada Gapoktan Gunung Kelir Di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang

*(Development Strategy of Coffee (coffea s.p) Agroindustry on Gapoktan Gunung Kelir
in Jambu District Semarang Regency)*

Suwali,* Syaiful Anwar **, Agus Setiadi **

* Mahasiswa Magister Agribisnis Universitas Diponegoro
** Pengajar Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro
e-mail:suwaliadityaraharja@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pilihan dan menentukan strategi pilihan prioritas pengembangan agroindustri kopi menggunakan metode survei sejak bulan Mei sampai Juli 2016 pada Gapoktan Gunung Kelir Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive*, pengambilan sampel dengan *judgement sampling*. Responden dibagi menjadi dua kelompok: pengrajin kopi 48 orang; responden pakar 11 orang (pemerintah, akademisi, masyarakat). Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan FGD (*Focus Group Discussion*). Analisa data menggunakan analisis SWOT dan analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*) dengan alat bantu program *Expert Choice* versi 9.0. Hasil penelitian menunjukkan strategi pilihan yang tepat diterapkan adalah strategi W-O. Strategi W-O terdiri dari delapan rumusan: Peningkatan promosi; Pendaftaran SNI produk kopi dan sertifikat Halal dari MUI; Bekerjasama dengan mitra kerja dalam hal permodalan (koperasi dan perbankan); Peningkatan kapasitas produksi dan memanfaatkan teknologi tepat guna; Mengoptimalkan lembaga dan saluran pemasaran yang berorientasi pasar nasional dan internasional; Aplikasi teknologi dari panen sampai paskapanen sehingga tercipta produk inovatif dan bervariasi / beragam; Menjaga kelestarian sumber daya alam (SDA); dan Mengoptimalkan kopi sebagai produk unggulan daerah setempat. Strategi pilihan prioritas dalam pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang adalah peningkatan promosi.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan, Agroindustri dan Kopi

ABSTRACT

This study aims to formulate the strategy of choice and determine the strategy of priority choice of coffee agroindustry development using survey method since May to July 2016 at Gapoktan Gunung Kelir, Jambu District, Semarang Regency. The location of the study was determined purposively, sampling with judgment sampling. Respondents were divided into two groups: 48 coffee craftsmen; Expert respondents 11 people (government, academia, community). Data collection through observation, interview, questionnaire and FGD (Focus Group Discussion). Data analysis using SWOT analysis and AHP analysis (Analytical Hierarchy Process) with Expert Choice program tool version 9.0. The results show that the right choice strategy applied is W-O strategy. The W-O strategy consists of eight formulas: Increased promotion; Registration of SNI of coffee products and Halal certificate from MUI; Cooperate with partners in terms of capital (cooperatives and banking); Increasing production capacity and utilizing appropriate technology; Optimizing national and international market-oriented marketing institutions and channels; Technology applications from harvest to post-harvest to create innovative and varied products; Maintaining the sustainability of natural resources (SDA); and Optimize coffee as a local superior product. The priority choice strategy in developing coffee agroindustry at Gapoktan Gunung Kelir in Jambu District of Semarang Regency is an increase of promotion.

Keywords: Strategy, Development, Agroindustry and Coffee

PENDAHULUAN

Kopi (*coffea s.p*) merupakan salah satu produk agroindustri pangan yang digemari oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena kopi memiliki aroma khas yang tidak dimiliki oleh bahan minuman lainnya. Keberadaan kopi sudah menjadi salah satu bagian dari kehidupan sehari-hari baik di Indonesia dan mancanegara. Menurut Widyotomo (2013), kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan tradisional yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Peran tersebut antara lain sebagai sumber perolehan devisa, penyedia lapangan kerja, dan sebagai sumber pendapatan bagi petani pekebun kopi maupun pelaku ekonomi lainnya yang terlibat dalam budidaya, pengolahan, maupun dalam mata rantai pemasaran. Indonesia menjadi salah satu Negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan total produksi kopi pada tahun 2013 sebesar 675.881 ton dan meningkat hingga 685.089 ton pada tahun 2014 (Direktorat Jendral Perkebunan, 2014). Selain itu, Indonesia juga sebagai Negara eksportir ke empat terbesar di dunia untuk komoditi kopi, dengan peran rata-rata sebesar 5,87% terhadap total ekspor dunia. Brazil menempati posisi pertama dengan peran rata-rata sebesar 38,30%, diikuti dengan Vietnam sebesar 16,86% dan Colombia sebesar 13,29% (ICO, 2015).

Agroindustri kopi memiliki peluang yang cukup tinggi untuk dikembangkan di Indonesia karena memiliki prospek besar dipasar domestik dan internasional, namun permasalahan yang dialami agroindustri kopi saat ini juga sangat kompleks, antara lain kualitas dan kontinuitas bahan baku kopi yang kurang terjamin, teknik budidaya yang masih sederhana, kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana agroindustri, jaringan pemasaran kopi yang belum terkelola dengan baik, dan kualitas SDM yang kurang memadai (Hariyati *et al.*, 2013).

Menurut Ditjenbun (2014), Propinsi Jawa Tengah dengan areal perkebunan seluas 39.904 ha mampu menghasilkan kopi kering sebanyak 20.320 ton per tahun (tingkat produktivitas kopi kering = 0,51 ton/ha). Sedangkan di tingkat nasional kopi arabika menghasilkan hampir 150.000 ton dari luas areal 250.000 hektar (tingkat produktivitas kopi kering = 0,60 ton/ha), dan kopi robusta

menghasilkan 600.000 ton dari luas areal 1,05 juta hektar (tingkat produktivitas kopi kering = 0,57 ton/ha). Kopi tersebut dihasilkan dari berbagai wilayah Indonesia seperti Sumatera, Jawa, Bali, NTT, NTB, Sulawesi, Kalimantan sampai Papua (AEKI, 2012).

Menurut BPS (2015), Propinsi Jawa Tengah tepatnya di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang pada tahun 2014 mampu memproduksi kopi kering sebanyak 523,9 ton dari luas lahan perkebunan 600,50 hektar. Produksi kopi tersebut dihasilkan dari dua jenis kopi yaitu kopi jenis robusta sebesar 523 ton dan kopi jenis arabika sebesar 0,90 ton. Petani pengrajin kopi di Kecamatan Jambu sebagian besar tergabung dalam organisasi gabungan kelompok tani (gapoktan) "Gunung Kelir". Gapoktan tersebut mengelola kopi di hamparan lahan seluas 489 hektar dengan rerata produksi 1,1 ton kopi kering per hektar.

Potensi produksi kopi di Kecamatan Jambu yang cukup besar dan memiliki prospek menjanjikan tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para pengrajin kopi Gapoktan Gunung Kelir. Meski secara prinsip agroindustri kopi yang dikerjakan para pengrajin masih berskala kecil, dikelola secara individu dan dengan teknologi konvensional, namun Gapoktan Gunung Kelir saat ini sudah berhasil memproduksi kopi bubuk kemasan dengan merk "Gunung Kelir, Kopi Kenthir, Kopi Lanang, Kopi Wonokasian". Keunggulan produk kopi olahan dari Gapoktan Gunung Kelir yaitu terdapat aroma khas yang menyerupai aroma moka. Selain itu, pengrajin juga gigih dalam mempertahankan mutu dan kualitas kopi. Petani pengrajin kopi hanya akan memetik buah kopi jika sudah berwarna merah atau tua, tanaman kopi juga terpelihara dengan rapi, mudah diatur, para petani pengrajin kopi juga memiliki keinginan yang cukup kuat untuk maju.

Menurut Ngadianto ketua Gapoktan Gunung Kelir, pengrajin kopi Gapoktan Gunung Kelir sejauh ini belum mampu memasarkan produk-produknya secara optimal. Hal itu disebabkan karena munculnya berbagai kendala internal dan eksternal yang menghambat dalam proses pemasaran kopi secara langsung maupun tidak langsung. Kendala yang muncul antara lain seperti wilayah pemasaran produk kopi

yang mayoritas masih berskala lokal, proses penanganan kopi dari panen sampai paskapanen masih secara konvensional, penanganan produk kopi kurang efektif baik dari segi pengolahan, pengemasan dan penyimpanan, kendala lain yaitu permodalan minim, harga kopi yang fluktuatif, munculnya pesaing dengan produk sejenis dari daerah lain, alih fungsi lahan menjadi pemukiman. Sopiannur *et al.* (2011) menambahkan bahwa kendala pada pengrajin kopi saat ini adalah sulitnya pemasaran.

Gapoktan Gunung Kelir perlu meningkatkan volume penjualan produk kopi dari waktu ke waktu melalui metode pemasaran yang ada sehingga dapat mempertahankan dan mengembangkan usaha industrinya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan sebelum menentukan strategi pemasaran yaitu mempelajari tentang: (a) Segmentasi pasar, (b) Pasar sasaran, (c) Penentuan pasar, dan (d) Bauran pemasaran (Utami, 2009).

Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud merumuskan strategi pilihan dan menentukan strategi prioritas yang tepat dalam pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang dengan melakukan evaluasi lingkungan bisnis pemasaran kopi. Penelitian ini mengikuti pendekatan Kotler (2000), yaitu mengkaji lingkungan eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman (*opportunities and Threats*) dan lingkungan internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan (*strengths and weaknesses*). Lingkungan eksternal dibagi menjadi lingkungan makro (demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik dan budaya) dan lingkungan mikro (pelanggan, pesaing, pemasok dan saluran distribusi). Lingkungan internal mencakup pasar dan pemasaran, keuangan dan akuntansi, kegiatan produksi dan sumber daya. Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan sebelumnya maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Merumuskan strategi pilihan yang tepat dalam pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang.

2. Menentukan strategi prioritas pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang dari strategi yang terpilih.

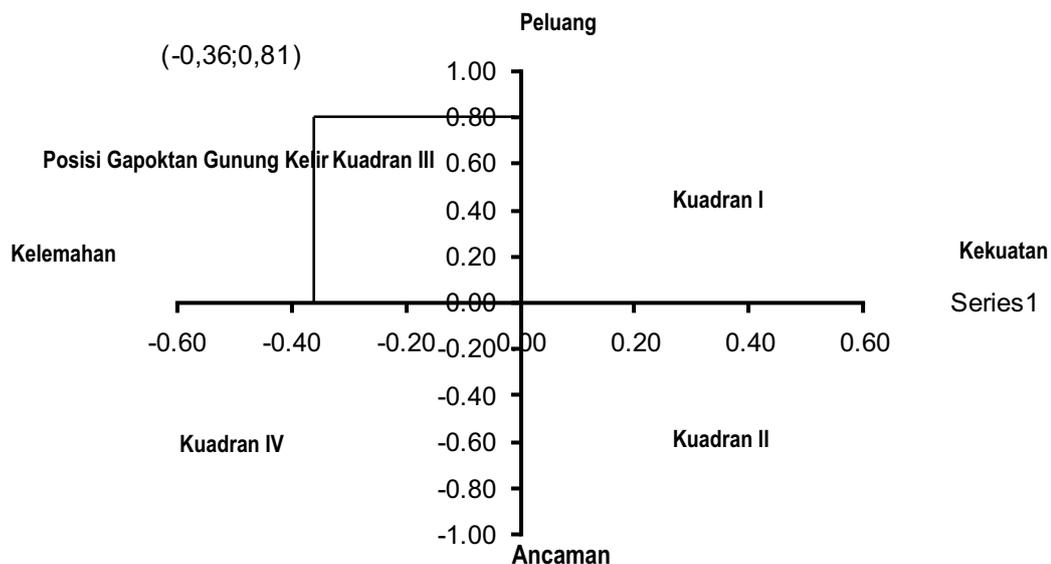
METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survai (Singarimbun, 2012). Lokasi penelitian pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Subjek dalam penelitian ini mencakup pelaku utama pengrajin kopi, pedagang, masyarakat, instansi pemerintah dan akademisi. Pengumpulan data melalui pengamatan langsung, wawancara, pengisian kuesioner dan FGD (*Forum Group Discussion*). Analisa data menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threat*) untuk merumuskan langkah-langkah strategi dan analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*) untuk penentuan prioritas strategi dalam pengembangan agroindustri kopi dengan alat bantu program *Expert Choice* versi 9.0.

HASIL PENELITIAN

Rumusan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi

Berdasarkan hasil analisis SWOT, menunjukkan penentuan posisi pengembangan agroindustri kopi Gapoktan Gunung Kelir di kecamatan Jambu kabupaten Semarang berada pada sumbu X = - 0,36 dan sumbu Y = 0,81. Posisi pengembangan kopi berada pada kuadran III artinya Gapoktan Gunung Kelir di kecamatan Jambu kabupaten Semarang menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak sedang menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Adapun strategi yang diterapkan adalah *improvement strategy* atau strategi WO (*weaknesses-opportunities*) untuk lebih jelas dapat digambarkan melalui Gambar 1. dibawah ini:



Gambar 1. Diagram Posisi Pengembangan Kopi Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah tergambar pada Gambar 1 diatas dapat diketahui bahwa posisi pengembangan agroindustri kopi Gapoktan Gunung Kelir berada dalam kuadran III. Hal ini menunjukkan posisi strategi pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir berada pada situasi yang kurang menguntungkan karena sedang menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal yang besar. Meski demikian peluang pasar yang dimilikinya sangat besar, oleh karena itu fokus strategi adalah pada langkah

meminimalkan masalah-masalah internal organisasi, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Strategi yang sebaiknya digunakan adalah *improvement strategy* atau strategi WO (*weaknesses-opportunities*) yakni strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada (Rangkuti, 2015). Berikut ini matriks SWOT dalam strategi pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Formulasi Analisis Matrik SWOT

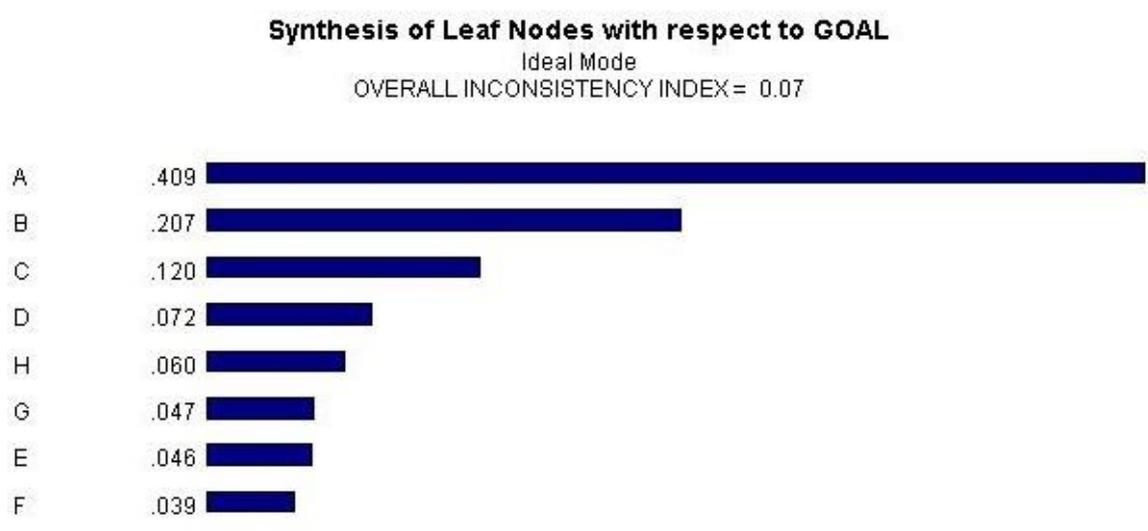
IFAS (Internal Factor Analysis Strategy) EFAS (Eksternal Factor Analysis Strategy)	Kelemahan (Weaknesses) 1. Produk kopi belum dikenal masyarakat luas 2. Belum menerapkan standar mutu produk 3. Permodalan untuk menunjang usaha minim 4. Produksi kopi belum optimal dan penanganan bahan baku belum efektif 5. Lembaga dan saluran pemasaran belum optimal 6. Penanganan produk kopi masih manual, belum inovatif dan tidak variatif
	Peluang (Opportunity) 1. Dukungan promosi dari pemerintah 2. Adanya SNI kopi dan sertifikat Halal. 3. Ketersediaan lembaga keuangan (Koperasi dan Perbankan) 4. Permintaan produk kopi tinggi 5. Wilayah dan jaringan pemasaran luas (nasional, internasional) 6. Alat dan teknologi tersedia 7. Beragam inovasi dan diversifikasi produk kopi 8. Tanaman kopi dibudidayakan 9. Adanya program penghijauan lahan dan slogan "Go green" dari pemerintah 10. Adanya program "one product one village"
	Strategi W-O 1. Peningkatan promosi 2. Pendaftaran SNI produk kopi dan sertifikat Halal dari MUI 3. Bekerjasama dengan mitra kerja dalam hal permodalan (koperasi dan perbankan) 4. Peningkatan kapasitas produksi dan memanfaatkan teknologi tepat guna 5. Mengoptimalkan lembaga dan saluran pemasaran yang berorientasi pasar nasional dan internasional 6. Aplikasi teknologi dari panen sampai paska panen sehingga tercipta produk inovatif dan bervariasi/ beragam 7. Menjaga kelestarian sumber daya alam (SDA) 8. Mengoptimalkan kopi sebagai produk unggulan daerah setempat

Berdasarkan analisis matrik SWOT pada Tabel 1 alternatif strategi yang digunakan untuk pengembangan agroindustri kopi yaitu strategi kelemahan dan peluang (strategi W-O). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada (Rangkuti, 2015). Strategi W-O meliputi: pendaftaran SNI produk kopi dan sertifikat Halal dari MUI, peningkatan promosi, penambahan mitra kerja dalam hal permodalan (koperasi dan perbankan), optimalisasi kegiatan riset dan pengembangan teknologi mulai dari panen, pengemasan dan pemasaran kopi, inovasi dan diversifikasi produk kopi, pembentukan kelompok usaha, dan penambahan mesin-mesin produksi kopi dan manajemen kelestarian SDA.

Strategi Pilihan Prioritas Pengembangan dengan Analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*)

Analisis AHP (*Analytical Hierarchy*

Process) digunakan untuk menentukan prioritas alternatif strategi dalam pengembangan agroindustri kopi di Gapoktan Gunung Kelir Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Strategi pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang menunjukkan bahwa hasil persyaratan analisis dapat diterima dengan *Overall Inconsistency Ratio* sebesar 0,07, yang berarti bahwa matrik perbandingan telah teruji konsisten. Susilowati (2008) menyatakan bahwa nilai *Inconsistency Ratio* $\leq 0,1$ yang berarti keputusan yang diambil oleh responden *key person* dalam menentukan skala prioritas telah konsisten. Semakin kecil nilai *Inconsistency Ratio* maka semakin konsisten responden dalam menentukan skala prioritas. Strategi pilihan prioritas pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang tersaji pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Analisis Seluruh Alternatif Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi

Tabel 2. Definisi Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi

<i>Abbreviation</i>	<i>Definition</i>
A	Peningkatan promosi
B	Pendaftaran SNI produk kopi dan sertifikat Halal dari MUI
C	Bekerjasama dengan mitra kerja dalam hal permodalan (koperasi dan perbankan)
D	Peningkatan kapasitas produksi dan memanfaatkan teknologi tepat guna
E	Mengoptimalkan lembaga dan saluran pemasaran yang berorientasi pasar nasional dan internasional.
F	Aplikasi teknologi dari panen sampai paska panen sehingga tercipta produk inovatif dan bervariasi/ beragam.
G	Menjaga kelestarian sumber daya alam (SDA)
H	Mengoptimalkan kopi sebagai produk unggulan daerah setempat

Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 2, alternatif strategi pengembangan yang menjadi prioritas utama adalah 1) promosi sebagai produk unggulan khas daerah dengan bobot nilai yaitu 0,409; 2) Pendaftaran SNI produk kopi dan sertifikat halal dari MUI dengan bobot nilai sebesar 0,207; 3) Bekerjasama dengan mitra kerja dalam hal permodalan (koperasi dan perbankan) dengan bobot nilai sebesar 0,120; 4) Peningkatan kapasitas produksi dan memanfaatkan teknologi tepat guna dengan bobot nilai sebesar 0,072; 5) Mengoptimalkan kopi sebagai produk unggulan daerah setempat dengan bobot nilai sebesar 0,060; 6) Menjaga kelestarian sumber daya alam (SDA) dengan bobot nilai sebesar 0,047; 7) Mengoptimalkan lembaga dan saluran pemasaran yang berorientasi pasar nasional dan internasional dengan bobot nilai sebesar 0,046; 8) Aplikasi teknologi dari panen sampai paska panen sehingga tercipta produk inovatif dan bervariasi/ beragam dengan bobot nilai sebesar 0,039.

Pada Gambar 2. menunjukkan bahwa hasil analisis strategi penguatan dan pengembangan pasar menunjukkan bahwa alternatif strategi yang pertama adalah promosi sebagai produk unggulan khas daerah dengan bobot nilai 0,409. Alternatif pengembangan pasar dengan melakukan promosi merupakan alternatif paling prioritas diantara semua alternatif strategi pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Alternatif strategi promosi dengan mengangkat kopi sebagai produk unggulan khas daerah. Kegiatan promosi dilakukan melalui kegiatan pameran

di berbagai pameran lokal maupun nasional. Kebijakan pemerintah dengan mengangkat kopi sebagai oleh-oleh khas kabupaten Semarang dapat meningkatkan promosi untuk memperkenalkan kopi ke khalayak lebih luas. Hal ini didukung kecamatan Jambu wilayah terdekat dengan pariwisata yaitu Bandungan, eling bening, rawa apung, benteng Williem ambarawa, sehingga mampu menjadi peluang yang besar dalam mendukung promosi produk kopi.

Strategi yang kedua adalah pendaftaran SNI produk kopi dan sertifikat halal dari MUI dengan bobot nilai sebesar 0,207. Usaha dalam rangka melindungi masyarakat dari produk pangan olahan yang membahayakan kesehatan konsumen, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan keamanan pangan. Salah satunya adalah peraturan mengenai kewajiban pendaftaran produk pangan olahan kopi, seperti yang tercantum dalam PP No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.

Institusi pemerintah yang bertanggungjawab terhadap peredaran produk pangan olahan di seluruh Indonesia adalah Badan Pengawasan Obat dan Makanan (Badan POM) RI. Semua produk makanan dan minuman yang akan dijual di wilayah Indonesia, baik produksi lokal maupun impor, harus didaftarkan dan mendapatkan nomor pendaftaran dari Badan POM, sebelum diedarkan ke pasar. Peraturan ini berlaku bagi semua produk pangan yang dikemas dan menggunakan label sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Bagi Badan POM, nomor pendaftaran ini berguna untuk mengawasi produk-produk yang beredar di pasar, sehingga apabila terjadi

suatu kasus akan mudah ditelusuri siapa produsennya.

Sertifikat Halal dari MUI memiliki peranan yang sangat penting di dunia Kopi. Hal ini untuk memenuhi pasar konsumen muslim baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Apabila melakukan ekspor kopi ke negara Timur Tengah biasanya negara tersebut meminta sertifikat halal dari produk kopi yang dijual. Jika produk kopi sudah memiliki sertifikat halal, maka produk kopi bisa diterima dengan mudah di negara manapun. Saat ini kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal telah bangkit. Komunitas-komunitas halal secara suka rela juga tumbuh di tengah masyarakat seperti Forum Masyarakat Peduli Halal, Halal Corner, Myhalalkitchen, hingga Halalwatch.

Munculnya kesadaran masyarakat tersebut juga dibarengi sikap kritis dengan mempertanyakan kehalalan makanan yang hendak dikonsumsi oleh masyarakat. Dengan telah diterimanya sertifikat halal MUI oleh kopi Gapoktan Gunung Kelir, maka masyarakat tak perlu ragu lagi untuk menikmati kopi di gerai-gerai kopi yang berasal dari produsen kopi Gapoktan Gunung Kelir Kec. Jambu.

Strategi yang ketiga adalah bekerjasama dengan mitra kerja dalam hal permodalan (koperasi dan perbankan) dengan bobot nilai sebesar 0,120. Alternatif strategi dengan membangun jaringan/kemitraan usaha dapat dioptimalkan. Adanya promosi diharapkan juga mampu membuka dan membangun kemitraan dengan berbagai sektor usaha, misalnya industri pengolahan, retailer di beberapa supermarket, toko penyedia oleh-oleh khas daerah, hotel atau restoran.

Strategi yang keempat adalah peningkatan kapasitas produksi dan memanfaatkan teknologi tepat guna dengan bobot nilai sebesar 0,072. Kebijakan pemerintah yang mendukung upaya penerapan dan pengembangan teknologi tepat guna diantaranya adalah Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, yang menyebutkan bahwa penyelenggaraan pemerintahan daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat antara lain melalui pemberdayaan masyarakat serta peningkatan daya saing

daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan, dan kekhususan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Selain itu peraturan lainnya yang merupakan kebijakan pemerintah dalam rangka penerapan teknologi tepat guna adalah Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Iptek (Sisnas P3 Iptek). Di dalam Undang-undang tersebut disebutkan antara lain bahwa Pemerintah Daerah wajib mengalokasikan anggaran sebesar jumlah tertentu yang cukup memadai untuk memacu akselerasi penguasaan, pemanfaatan, dan pemajuan Iptek (Bab VI tentang Pembiayaan, pasal 27 ayat 1).

Kebijakan lainnya yang turut mendukung upaya pemberdayaan masyarakat dalam rangka penerapan teknologi tepat guna adalah Instruksi Presiden RI Nomor 3 Tahun 2001 tentang Penerapan dan Pengembangan teknologi tepat guna. Dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2001 tentang Penerapan dan Pengembangan teknologi tepat guna disebutkan bahwa untuk mempercepat pemulihan ekonomi nasional, mempercepat kemajuan desa dan menghadapi persaingan global dipandang perlu melakukan percepatan pembangunan pedesaan melalui pemberdayaan masyarakat di berbagai bidang yang didukung oleh penerapan dan pengembangan teknologi tepat guna.

Strategi yang kelima adalah mengoptimalkan kopi sebagai produk unggulan daerah setempat dengan bobot nilai sebesar 0,060. Salah satu komoditas unggulan dalam subsektor perkebunan adalah kopi. Kopi merupakan produk yang mempunyai peluang pasar yang baik di dalam negeri maupun luar negeri. Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbanyak di dunia. Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbanyak ke-3, setelah Brazil dan Vietnam.

Peluang untuk mengembangkan kopi sebagai penggerak perekonomian daerah sebenarnya sangat besar, khususnya bagi daerah-daerah sentra produksi kopi. Peluang ini semakin besar dan

terbuka lebar terutama setelah dirintisnya konsep Kawasan Agropolitan di beberapa wilayah perdesaan di Indonesia. Agropolitan adalah upaya menjadikan suatu kawasan perdesaan menjadi kota pertanian yang tumbuh dan berkembang karena berjalannya sistem dan usaha agribisnis serta mampu melayani, mendorong, menarik, menghela kegiatan pembangunan pertanian (agribisnis) di wilayah sekitarnya.

Strategi yang keenam adalah menjaga kelestarian sumber daya alam (SDA) dengan bobot nilai sebesar 0,047. Alternatif strategi manajemen kelestarian sumber daya alam bisa dilakukan dengan pembibitan dan budidaya kopi secara intensif yaitu untuk menjamin bahan baku kopi dan tanaman kopi dalam jumlah yang cukup secara berkelanjutan. Pengusahaan tanaman kopi, belum dibudidayakan secara intensif dan belum diusahakan dalam skala besar. Pengelolaan tanaman yang belum menerapkan teknik budidaya yang baik menyebabkan produktivitas tanaman rendah.

Strategi yang ketujuh adalah mengoptimalkan lembaga dan saluran pemasaran yang berorientasi pasar nasional dan internasional dengan bobot nilai sebesar 0,046. Mengoptimalkan lembaga dan saluran pemasaran yang berorientasi pasar nasional dan internasional adalah dengan mengoptimalkan kelompok usaha seperti Gapoktan Gunung Kelir. Kelompok usaha memerlukan teknik pembinaan manajemen usaha yang tepat. Pembinaan manajemen usaha diperlukan untuk penanganan bahan baku, standar operasional produksi, manajemen keuangan dan pemasarannya sehingga produk yang dihasilkan bermutu dan berdaya saing. Sardjono (1986) mengemukakan bahwa untuk memperoleh produk dengan mutu yang baik perlu diperhatikan mutu bahan baku, proses produksi, dan pengemasan produk. Efektifnya pembinaan dan pendampingan kegiatan usaha membutuhkan wadah permanen yakni kelompok usaha dengan unit pengolahannya. Setelah terbentuk unit kelompok usaha maka dalam penyediaan bahan baku, pengolahan, manajemen keuangan dan pemasaran produk yang dihasilkan dengan bimbingan teknis dan manajemen usaha dan instansi terkait, sehingga pengrajin termotivasi

mengembangkan usaha dengan pola pikir bisnis komersial. Sebagaimana penelitian Saputra, dkk. (2012), bahwa segi aspek kelembagaan berperan penting untuk meningkatkan pendapatan petani kopi, peran pemerintah dalam membimbing serta mengarahkan petani sangat diperlukan demi meningkatkan pengetahuan, kemampuan dalam manajemen serta motivasi petani kopi.

Strategi yang kedelapan adalah aplikasi teknologi dari panen sampai paska panen sehingga tercipta produk inovatif dan bervariasi/ beragam dengan bobot nilai sebesar 0,039. Pascapanen hasil pertanian adalah semua kegiatan yang dilakukan sejak proses penanganan hasil pertanian sampai dengan proses yang menghasilkan produk setengah jadi (produk antara/*intermediate*). Penanganan pascapanen bertujuan untuk menurunkan kehilangan hasil, menekan tingkat kerusakan, dan meningkatkan daya simpan dan daya guna komoditas untuk memperoleh nilai tambah (Setyono et al., 2008). Penanganan pascapanen yang tidak baik akan menyebabkan terjadinya kehilangan hasil, baik bobot maupun kualitas produk yang dihasilkan, terutama untuk panen musim hujan (Firmansyah et al., 2007).

Penerapan teknologi pascapanen hasil pertanian saat ini masih belum merata, hal ini disebabkan antara lain karena penyebaran informasi tentang teknologi pascapanen belum dilakukan secara masif. Perhatian pemerintah terhadap peningkatan nilai tambah produk pertanian di perdesaan selama ini masih relatif kecil jika dibandingkan dengan upaya peningkatan produksi hasil pertanian melalui budidaya tanaman. Oleh karena itu, perkembangan penanganan pascapanen masih berjalan lambat dan belum sesuai dengan harapan (Ditjen P2HP, 2010).

Penerapan teknologi pascapanen yang baik dengan melakukan kegiatan riset oleh universitas maupun balai penelitian, diantaranya penelitian tentang teknik pengolahan, misalnya bahan tambahan yang tepat untuk pengawetan kopi, cara penyimpanan yang mempengaruhi kualitas kopi dan lain-lain. Dukungan riset untuk menghasilkan mutu kualitas kopi yang baik sudah banyak diteliti.

Pengemasan merupakan salah satu sarana untuk menciptakan produk inovatif

dan bervariasi. Hal ini sangat penting dan mutlak diperlukan dalam persaingan dunia usaha seperti saat ini. Menurut Syarief dan Halid (1993), kemasan merupakan faktor yang sangat penting karena fungsi dan kegunaannya dalam meningkatkan mutu produk dan daya jual dari produk. Kemasan produk dan labelnya selain berfungsi sebagai pengaman produk yang terdapat di dalamnya juga berfungsi sebagai media promosi dan informasi dan produk yang bersangkutan. Kemasan produk yang baik dan menarik akan memberikan nilai tersendiri sebagai daya tarik bagi konsumen. Kemasan produk masih merupakan masalah bagi para pengelola usaha, khususnya usaha kecil menengah. Permasalahan tentang kemasan produk dan labelnya kadang-kadang menjadi hambatan bagi perkembangan atau kemajuan suatu usaha. Banyak persoalan yang muncul ketika suatu usaha ingin memiliki suatu kemasan produk yang baik, berkualitas dan memenuhi standar yang ada.

Syarief *et al.* (1989) mengemukakan bahwa persoalan-persoalan yang sering dihadapi yaitu bahan pengemas, desain bentuk kemasan, desain label, sampai pada persoalan yang paling utama yaitu biaya pembuatan kemasan itu sendiri. Bagi para pengelola usaha skala kecil-menengah dengan segala keterbatasan modal usaha permasalahan kemasan bisa ditangani dengan kreativitas. Kemasan yang baik dan menarik tidak selalu identik dengan harga kemasan yang mahal. Bahan pengemas yang murah dan dirancang sedemikian rupa, baik bentuk maupun desain labelnya akan tercipta sebuah kemasan yang tidak kalah bersama dengan kemasan-kemasan modern.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pilihan pengembangan agroindustri yang tepat untuk diterapkan oleh pengrajin kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang adalah strategi W-O yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Strategi W-O terdiri dari delapan langkah: peningkatan promosi, pendaftaran SNI produk kopi dan

sertifikat Halal dari MUI, bekerjasama dengan mitra kerja dalam hal permodalan (koperasi dan perbankan), peningkatan kapasitas produksi dan memanfaatkan teknologi tepat guna, mengoptimalkan lembaga dan saluran pemasaran yang berorientasi pasar nasional dan internasional, aplikasi teknologi dari panen sampai paska panen sehingga tercipta produk inovatif dan bervariasi atau beragam, menjaga kelestarian sumber daya alam (SDA), mengoptimalkan kopi sebagai produk unggulan daerah setempat.

2. Strategi pilihan prioritas dalam pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir secara berurutan adalah peningkatan promosi, pendaftaran SNI produk kopi dan sertifikasi halal dari MUI, dan kerjasama dengan mitra kerja dalam hal permodalan (koperasi dan perbankan).

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan maka disarankan :

1. Mengingat kondisi usaha agroindustri kopi berada pada posisi kuadran III yang kurang menguntungkan, maka para pelaku usaha kopi yang tergabung pada Gapoktan Gunung Kelir sebaiknya perlu meningkatkan kegiatan-kegiatan yang bisa menguatkan dalam pengembangan agroindustri kopi seperti;
 - a. Adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam memasarkan produk-produk kopi, peningkatan mutu dan kualitas kopi melalui kegiatan penyuluhan dan pendampingan.
 - b. Perlu adanya dukungan dari pihak pemerintah setempat berupa modal maupun sarana pendukung dalam pengembangan agroindustri kopi untuk memperluas usaha dan ekspansi pasar domestik dan mancanegara.
 - c. Upaya memperluas pemasaran, pemerintah setempat perlu memfasilitasi dengan kegiatan temu pengisaha, workshop, pameran
2. Perlu adanya kebijakan dan tindak lanjut nyata dari pemerintah terhadap perilaku para pedagang tengkulak maupun kartel dagang yang seringkali

mempermainkan harga kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. 2012. Statistik Kopi Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia 2009-2011. Jakarta. 2012. <http://aeki-aiice.org> Diakses 02 Mei 2016.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2015. Data Strategis Kabupaten Semarang 2015. Halaman 200-201
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2014. Statistik Perkebunan Indonesia 2013-2015. Direktorat Jendral Perkebunan. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian. 2014. Pedoman Umum Kegiatan Pembangunan Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Tahun Anggaran 2015
- Firmansyah, I., U. 2009. Teknologi Pengeringan dan Pemipilan Untuk Perbaikan Mutu Biji Jagung (Studi Kasus di Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan). Prosiding Seminar Nasional Serealia. Balai Penelitian Tanaman Serealia. ISBN: 978-979-8940-27-9.
- Hariyati, Y., Sofia, & Sumarno, J. 2013. Pengembangan Agroindustri Pedesaan Berbasis Kopi Menuju Produk Specialty Kabupaten Jember. Laporan Hasil Penelitian Hibah Strategis Nasional. Lembaga Penelitian Universitas Jember.
- http://www.pertanian.go.id/sakip/admin/file/RENSTRA_DITJEN_PPHP_2010-2014.pdf
- [ICO] International Coffee Organization. 2015. Coffee Market Report. <http://www.ico.org/> [16 Oktober 2016].
- Rangkuti, F. 2015. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Saputra, E., Fitriana, L., Bahar, E., 2012. Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren Di Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian. Jurnal Penelitian Sungkai. Vol. 1. No.1.
- Sardjono. 1986. Pengawasan dan Standar Mutu Gula Merah. Bogor: BBIHP
- Setyono, Soeharmadi A, Setiawati J, Sudaryono. 2008. Perkembangan Penelitian Penanganan Pascapanen. Risalah Simposium II Penelitian Tanaman Pangan, Ciloto. Buku 2. Pusat Penelitian Tanaman Pangan, Bogor. P. 225 465,486.
- Singarimbun, M. 2012. Metode Penelitian Survei. Edisi revisi : Sofian Efendi dan Tukiran. Cetakan ke 30. LP3ES. Jakarta.
- Sopiannur, D., R. Mariati dan Juraemi. 2011. Studi Pendapatan Usaha Gula Aren Ditinjau Dari Jenis Bahan Bakar di Dusun Girirejo Kelurahan Lempake Kecamatan Samarinda Utara. Jurnal EPP. 8 (2): 34-40.
- Syarief, R dan H. Halid. 1993. Teknologi Penyimpanan Pangan. Laboratorium Rekayasa Pangan PAU Pangan dan Gizi. IPB. Bogor.
- Utami, R. W. 2009. Segmentasi Dan Analisis Perilaku Konsumen Kopi Bubuk. Alumni Mahasiswa Pascasarjana Universitas Jember. Jurnal SEP. 3 (2). 4 Juli 2016.
- Widyotomo, S. 2013. Potensi Dan Teknologi Diversifikasi Limbah Kopi Menjadi Produk Bermutu Dan Bernilai Tambah. Review Penelitian Kopi Dan Kakao. Vol. 1 (1) : 63-80.