

Analisis Rantai Pasok dan Nilai Tambah Agroindustri Kopi Lasi Selaras Alam di Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat

The Analysis of Supply Chain and Value Added of Lasi Coffee Selaras Alam in Agam District West Sumatera Province

Rizki Ananda¹, Farida Hanum Hamzah², Fajar Restuhadi²

¹Mahasiswa Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

²Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

Email korespondensi: anandarizky27@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aliran rantai pasok, nilai tambah, dan strategi peningkatan kinerja rantai pasok kopi lasi selaras alam. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 20 orang responden yang terdiri dari 15 orang petani kopi, 2 orang pedagang pengumpul, dan 3 orang pemangku kepentingan (*stakeholder*) Koperasi Selaras Alam. Untuk menjawab tujuan digunakan metode deskriptif, analisis nilai tambah Hayami, dan metode Analisis SWOT dan AHP. Hasil penelitian menunjukkan pihak terkait dalam agroindustri rantai pasok kopi lasi selaras alam adalah petani, pedagang pengumpul, dan konsumen. Nilai tambah yang diperoleh petani dari pengolahan satu kilogram buah kopi menjadi biji kopi rata-rata sebesar Rp3.560 (41,59%) dan nilai tambah yang diperoleh pedagang pengumpul dari penyortiran satu kilogram penyortiran biji kopi rata-rata sebesar Rp20.600 (19,51%). Strategi peningkatan kinerja rantai pasok untuk agroindustri kopi lasi adalah meningkatkan mutu dan produksi serta menjaga konsistensi *brand* (0,302).

Kata Kunci: kopi lasi, rantai pasok, nilai tambah, SWOT, AHP

ABSTRACT

This research was aimed to analyze the flow of supply chain, value-added, and determined the strategy for improvement of supply chain performance in Lasi Coffee Selaras Alam. This research was conducted in Agam District, West Sumatera. A purposive method was used to decide the location of this research. This research used a questionnaire that was distributed to 20 respondents consisting of 15 coffee farmers, 2 merchant collectors, and 3 stakeholders of the Selaras Alam Cooperative. The method used for this research was descriptive, namely Hayami value-added analysis and SWOT and AHP analysis. The result of this research showed that the involved parties in the agroindustry of lasi coffee supply chain were farmers, collectors, and consumers. Value-added obtained by farmers from the processing of one kilogram of coffee fruit into coffee beans were 3,560 IDR (41.59%) and value-added obtained by merchant collectors from sorting one kilogram of coffee beans were 20,600 IDR (19.51%). The strategy to improve the supply chain performance of Lasi Coffee Agroindustry was to improve the quality and the production and maintained the consistency of the brand (0.302).

Keywords: lasi coffee, supply chain, value added, SWOT, AHP

¹Mahasiswa Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

²Dosen Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki luas perkebunan kopi Arabika sebesar 339.636 Ha. Salah satu provinsi di Indonesia yang menghasilkan kopi Arabika yaitu Sumatera Barat. Luas perkebunan kopi Arabika di Sumatera Barat menurut Badan Pusat Statistik (2018) yaitu 17.112 Ha dengan luas tanaman menghasilkan yaitu 14.715 Ha. Kabupaten Agam merupakan salah satu kabupaten di Sumatera Barat yang memiliki perkebunan kopi Arabika. dengan luas perkebunan kopi 1.450 Ha, luas tanaman menghasilkan 926 Ha, luas tanaman belum menghasilkan 108 Ha, dan luas tanaman tua atau rusak 416 Ha (Dinas Perkebunan Sumatera Barat, 2018).

Produksi kopi di Provinsi Sumatera Barat mengalami penurunan produksi sejak beberapa tahun terakhir. Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Barat (2018) menyebutkan bahwa produksi kopi di Sumatera Barat pada tahun 2015 adalah sebesar 15.127 ton mengalami penurunan sebesar 3.123 ton pada tahun 2016 menjadi 12.004 ton, sedangkan pada tahun 2017 tetap mengalami penurunan menjadi 8.855 ton. Produksi kopi tersebut seluruhnya merupakan jenis kopi Arabika. Penyebab terjadinya penurunan produksi kopi pada beberapa tahun terakhir akibat cuaca kemarau basah, sehingga produktivitas kopi tidak maksimal.

Nagari Lasi, Kecamatan Canduang merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Agam yang terletak di lereng Gunung Merapi, awalnya memiliki lahan yang tidak terawat dan dimanfaatkan oleh Komunitas Selaras Alam untuk menanam kopi di lahan tersebut. Komunitas Selaras Alam mendapatkan bantuan bibit kopi dari PT. Pertamina secara gratis dan mengelolanya bersama-sama. Hasil

kopi yang didapat cukup baik karena ditanam pada ketinggian yang sesuai dengan syarat budidaya tanaman kopi Arabika. Selain dapat memberikan nilai tambah, kualitas kopi yang dihasilkan ternyata sesuai dengan selera konsumen, sehingga permintaan kopi Arabika di Kecamatan Candung dengan nama dagang kopi lasi memiliki permintaan yang cukup besar dipasaran lokal dan daerah lainnya di Indonesia.

Pelaku agroindustri tertarik melakukan kegiatan agroindustri kopi karena tingginya permintaan dari luar daerah, akan tetapi permintaan kopi lasi tidak bisa terpenuhi karena jumlah produksi yang terus menurun dan cara pemasaran kopi lasi yang belum mengikuti sistem manajemen pemasaran yang benar. Pemasaran kopi lasi selama ini dilakukan dengan cara membagi rata jumlah produk yang tersedia sesuai dengan jumlah konsumen.

Untuk mengurangi ketidakpastian dalam jumlah permintaan kopi lasi, diperlukan suatu sistem yang dapat menjembatani terhadap distribusi kopi lasi ke tangan konsumen. Salah satunya dengan sistem manajemen rantai pasok.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai pasok dan nilai tambah dari setiap pelaku rantai pasok kopi lasi selaras alam di Kecamatan Candung, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat.

METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan di kebun kopi lasi dan Istana Rakyat Selaras Alam yang berlokasi di Jalan Lasi No. 48, Kecamatan Candung, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif menggunakan metode

Hayami untuk menghitung nilai tambah setiap pelaku rantai pasok, sedangkan analisis deskriptif kualitatif menggunakan metode SWOT untuk menyusun strategi alternatif perusahaan dengan mengkombinasikan kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman serta metode AHP untuk menentukan nilai pembobotan prioritas strategi dengan bantuan *software Expert Choice v11.0*.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan petani dan pedagang pengumpul serta memberikan kuesioner kepada pemangku kepentingan selaras alam. Responden dalam penelitian ini yaitu 15 orang petani kopi, 2 pedagang pengumpul, dan 3 pemangku kepentingan selaras alam. Pengambilan sampel responden dilakukan secara *purposive sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

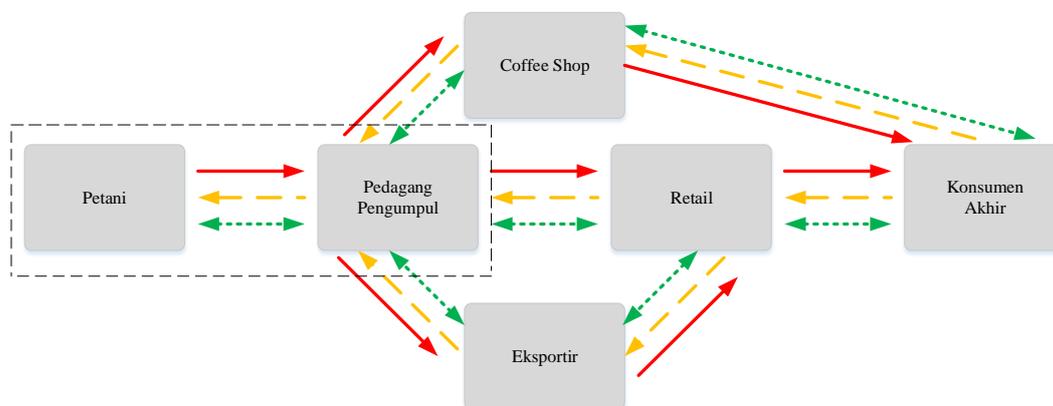
Manajemen Rantai Pasok Kopi Lasi

Rantai pasok merupakan rangkaian kegiatan produktif dari hulu ke hilir yang saling berhubungan antar aktifitas dan membentuk suatu rantai nilai dalam industri (Noviantri *et al.*, 2015). Pelaku rantai pasok dalam kegiatan

agroindustri kopi lasi meliputi petani sebagai pemasok bahan baku utama, pengepul biji kopi, retail, *coffee shop*, eksportir, dan konsumen akhir. Pelaku rantai pasok tersebut melakukan kegiatan yang saling berhubungan sehingga menghasilkan kopi lasi dan sampai ke tangan konsumen.

Aliran yang harus dikelola dalam suatu rantai pasok terdiri dari tiga aliran, yaitu aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi. Pertama, aliran barang yang mengalir dari hulu ke hilir yaitu dari petani ke pengepul kemudian ke konsumen. Kedua, aliran uang yang mengalir dari hilir ke hulu yaitu dari konsumen ke petani. Ketiga, aliran informasi yang dapat mengalir dari hulu ke hilir atau sebaliknya. Pola aliran dalam rantai pasok kopi lasi dapat dilihat pada Gambar 1.

Dalam penelitian ini anggota rantai pasok yang menjadi cakupan pembahasan peneliti adalah petani dan pedagang pengumpul. Sistem rantai pasok kopi lasi dimulai dari hulu yaitu petani sebagai pemasok bahan baku melakukan kegiatan budidaya tanaman kopi, pemeliharaan, panen buah kopi, pengolahan buah kopi menjadi *green bean*, dan menjual biji kopi ke pedagang pengumpul (penyalur).



Gambar 1. Struktur Rantai Pasok Kopi Lasi Selaras Alam

Pedagang pengumpul melakukan pengumpulan *green bean* dari para

petani. Buah kopi yang diterima pedagang pengumpul dari petani

terlebih dahulu diperiksa, jika terdapat biji kopi yang belum kering sesuai kriteria lasi maka akan dikeringkan kembali. Kemudian, pedagang pengumpul melakukan sortasi dengan memisahkan biji kopi berdasarkan kualitas terbaik, kopi jantan, cacat, dan rusak akibat hama. Kopi yang diterima pedagang pengumpul berupa biji kopi dan telah disortasi akan dikumpulkan dan disimpan. Setelah biji kopi terkumpul banyak pedagang pengumpul yang bertugas sebagai penyalur akan mendistribusikan kopi lasi kepada konsumen dari dalam negeri maupun luar negeri.

Analisis Nilai Tambah Kopi Lasi

Hayami *et al.* (1987) menyatakan bahwa nilai tambah merupakan pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, penyimpanan, dan pengangkutan dalam suatu proses produksi. Nilai tambah yang dihitung pada analisis ini adalah nilai tambah yang diperoleh dari pelaku rantai pasok kopi lasi. Adapun perhitungan nilai tambah dalam penelitian ini difokuskan pada aktivitas yang terjadi terhadap petani kopi dan pedagang pengumpul.

Analisis Nilai Tambah Petani

Aktivitas rantai pasok pada petani berupa budidaya tanaman kopi dan pengolahan buah kopi menjadi *green bean*. Kesamaan bibit, sarana produksi dan teknik budidaya membuat setiap petani memiliki potensi yang sama untuk menghasilkan biji kopi yang berkualitas dengan produktivitas yang cukup tinggi. Namun, terdapat faktor yang mempengaruhi perbedaan nilai tambah yang didapatkan setiap petani yaitu harga beli biji kopi kering oleh pedagang pengepul. Penjualan biji kopi kering oleh petani dilakukan secara bebas, artinya petani dapat menjual hasil panen kepada siapa saja. Akan tetapi hanya beberapa petani kopi lasi yang menjual secara bebas hasil panennya.

Analisis nilai tambah petani dilakukan terhadap aktivitas pengeringan dengan bahan baku berupa buah kopi. Umumnya, petani kopi lasi langsung menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul di Selaras Alam karena harga beli yang tinggi dan pembayaran langsung diberikan saat proses jual beli. Perhitungan nilai tambah dilakukan selama satu periode panen atau selama satu bulan. Perhitungan nilai tambah untuk petani kopi lasi yang menjual biji kopi kepada pedagang pengumpul di Selaras Alam dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perhitungan nilai tambah untuk petani kopi lasi selaras alam

No.	Variabel	Keterangan	Nilai
I. Output, Input, dan Harga			
1	Output (Kg/Bulan)	A	30
2	Bahan Baku (Kg/Bulan)	B	280
3	Tenaga Kerja (HOK/Bulan)	C	20
4	Faktor Konversi	$D = A/B$	0,107
5	Koefisien tenaga Kerja	$E = C/B$	0,071
6	Harga Output (Rp/Kg)	F	80.000
7	Upah Rata-Rata Tenaga Kerja	G	30.000
II. Pendapatan dan Keuntungan (Rp/Kg)			
8	Harga Input Bahan Baku (Rp/Kg)	H	-
9	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	I	5.000
10	Nilai Output	$J = D \times F$	8.560
11	a. Nilai Tambah	$K = J - H - I$	3.560
	b. Rasio Nilai Tambah	$L = K/J \times 100\%$	41,59%
12	a. Imbalan Tenaga Kerja	$M = E \times G$	2.130
	b. Bagian Tenaga kerja	$N = M/K \times 100\%$	59,83%
13	a. Keuntungan	$O = K - M$	1.430
	b. Tingkat Keuntungan	$P = O/J \times 100\%$	40,17%
III. Balas Jasa Untuk Faktor Produksi			
14	Margin	$Q = J - H$	8.560
	a. Keuntungan	$R = M/Q \times 100\%$	16,71%
	b. Tenaga Kerja	$S = I/Q \times 100\%$	24,88%
	c. Input Lain	$T = O/Q \times 100\%$	58,41%

Sumber: Data primer diolah (2020)

Keterangan:

- Harga bahan baku merupakan pemberian gratis dari pendiri Selaras Alam yang merupakan hibah dari PT. Pertamina (Persero).
- Sumbangan input lain berupa kemasan.

Berdasarkan Tabel 1 bahwa rata-rata produksi biji kopi lasi yaitu sebesar 30 kg per bulannya. Bahan baku utama yang digunakan dalam proses pengolahan buah kopi sebesar 280 kg. Adanya faktor konversi sebesar 0,107 memiliki arti bahwa setiap kilogram buah kopi yang diolah akan menghasilkan 0,107 kilogram biji kopi. Koefisien tenaga kerja diperoleh dari perbandingan antara tenaga kerja dengan nilai input bahan baku sebesar 20. Harga bahan baku utama atau bibit kopi dalam penelitian ini tidak ada karena bibit yang didapat petani kopi lasi merupakan pemberian gratis yang diberikan komunitas selaras alam.

Nilai output diperoleh dari perkalian faktor konversi dengan harga output sebesar Rp8.560/kg. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan buah kopi menjadi biji kopi (*green bean*) sebesar Rp3.560/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 41,59%. Dari hasil perhitungan nilai tambah, diperoleh keuntungan dalam pengolahan kopi lasi sebesar Rp1.430/kg dengan tingkat keuntungan sebesar 40,17%. Dalam perhitungan nilai tambah juga berkaitan dengan balas jasa yang terdiri dari margin, pendapatan tenaga kerja, sumbangan input lain, dan keuntungan. Margin merupakan selisih antara nilai

output dengan harga input bahan baku sebesar Rp8.560/kg.

Berdasarkan perhitungan nilai tambah pada Tabel 1, untuk mengetahui kategori nilai tambah yang diperoleh maka dilakukan pengujian Hubeis (1997) sebagai berikut:

1. Rasio nilai tambah rendah jika memiliki persentase <15%.
2. Rasio nilai tambah sedang jika memiliki persentase 15% – 40%.
3. Rasio nilai tambah tinggi jika memiliki persentase >40%.

Berdasarkan kriteria pengujian, nilai tambah pengolahan buah kopi menjadi biji kopi lasi mempunyai nilai tambah yang tinggi karena rasio nilai tambah yang diperoleh sebesar 41,59% yakni >40%. Dari hasil perhitungan nilai tambah kopi lasi, memberikan

keuntungan yang besar dari pada menjual buah kopi gelondongan. Adapun penerimaan yang diperoleh petani yang mengolah buah kopi menjadi biji kopi sebesar Rp80.000/kg. Hal ini sejalan dengan penelitian Taipabu *et al.* (2018) yang menyebutkan bahwa rasio nilai tambah dengan persentase >40% dikategorikan memiliki nilai tambah yang tinggi berdasarkan penelitian yang dilakukannya terhadap nilai tambah pengolahan kopra yang mendapatkan hasil yaitu rasio nilai tambah sebesar 41,74%.

Analisis Nilai Tambah Pedagang Pengumpul

Analisis nilai tambah pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Nilai Tambah untuk Pedagang Pengumpul Kopi Lasi

No.	Variabel	Keterangan	Nilai
I. Output, Input, dan Harga			
1	Output (Kg/Bulan)	A	240
2	Bahan Baku (Kg/Bulan)	B	250
3	Tenaga Kerja (HOK/Bulan)	C	53
4	Faktor Konversi	$D = A/B$	0,96
5	Koefisien tenaga Kerja	$E = C/B$	0,21
6	Harga Output (Rp/Kg)	F	110.000
7	Upah Rata-Rata Tenaga Kerja	G	50.000
II. Pendapatan dan Keuntungan (Rp/Kg)			
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	H	80.000
9	Sumbangan Input Lainnya (Rp/Kg)	I	5.000
10	Nilai Output	$J = D \times F$	105.600
11	c. Nilai Tambah	$K = J - H - I$	20.600
	d. Rasio Nilai Tambah	$L = K/J \times 100\%$	19,51%
12	c. Imbalan Tenaga Kerja	$M = E \times G$	10.500
	d. Bagian Tenaga kerja	$N = M/K \times 100\%$	50,97%
13	c. Keuntungan	$O = K - M$	10.100
	d. Tingkat Keuntungan	$P = O/J \times 100\%$	49,03%
III. Balas Jasa Untuk Faktor Produksi			
14	Margin	$Q = J - H$	25.600
	d. Keuntungan	$R = M/Q \times 100\%$	41,02%
	e. Tenaga Kerja	$S = I/Q \times 100\%$	19,53%
	f. Input Lain	$T = O/Q \times 100\%$	39,45%

Sumber: Data primer diolah (2020)

Tabel 2 menunjukkan bahwa pedagang pengumpul dalam mensortasi *green bean* menggunakan bahan baku sebanyak 250 kg dapat menghasilkan total *output* bersih sebanyak 240 kg per bulannya sehingga menghasilkan faktor konversi sebesar 0,96. Faktor konversi memiliki arti bahwa setiap kilogram biji kopi yang disortasi menghasilkan 0,96 kg biji kopi yang sesuai dengan *grade* yang telah ditetapkan oleh Selaras Alam. Koefisien tenaga kerja diperoleh dari perbandingan antara tenaga kerja dengan nilai input bahan baku sebesar 0,21. Harga bahan baku biji kopi yang dibeli dari petani sebesar Rp80.000/kg.

Nilai *output* diperoleh dari perkalian faktor konversi dengan harga *output* sebesar RpRp105.600/kg. Nilai tambah yang diperoleh dari penyortiran biji kopi sebesar Rp20.600/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 19,51%. Dari hasil perhitungan nilai tambah, diperoleh keuntungan dari proses penyortiran kopi lasi sebesar Rp10.100/kg dengan tingkat keuntungan sebesar 49,03%. Dalam perhitungan nilai tambah juga berkaitan dengan balas jasa yang terdiri dari margin, pendapatan tenaga kerja, sumbangan input lain, dan keuntungan. Margin merupakan selisih antara nilai *output* dengan harga input bahan baku sebesar Rp25.600/kg.

Berdasarkan kriteria pengujian Hubeis (1997) nilai tambah yang didapat oleh pedagang pengumpul kopi lasi sebesar Rp20.600/kg dengan rasio nilai tambah 19,51% tergolong pada nilai tambah yang sedang. Hal ini dikarenakan rasio nilai tambah setiap proses penyortiran kopi lasi memiliki persentase di antara 15% – 40%. Demikian juga dalam penelitian Surya *et al.* (2016) diperoleh hasil nilai tambah dari proses pengolahan kopi sebesar Rp2.548/kg dengan rasio nilai

tambah sebesar 29,63% dan termasuk pada kategori nilai tambah sedang.

Analisis SWOT

Tahapan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan rantai pasok kopi lasi selaras alam dengan melakukan identifikasi faktor internal dan eksternal. Hasil matriks evaluasi faktor internal dan faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Identifikasi terhadap faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan pengembangan kopi lasi selaras alam dapat dilihat pada Tabel 3. Kekuatan utama dari kopi lasi yaitu memiliki lingkungan fisik seperti areal, ketinggian, dan kesuburan tanah yang sangat mendukung pembudidayaan kopi, dimana penanaman kopi lasi berada di ketinggian 1.300 mdpl. Kelemahan utama dari kopi lasi yaitu produktivitas per pohon yang rendah dengan skor 0,095. Hal ini disebabkan petani kopi lasi banyak yang berusia di atas 45 tahun dan memiliki kegiatan lain seperti berdagang dan bertani padi, sehingga, petani kopi kurang fokus terhadap budidaya dan pemeliharaan kopi.

Hasil analisis perhitungan faktor-faktor internal didapatkan skor sebesar 2,534. Nilai ini berada di atas nilai rata-rata sebesar 2,5 yang menunjukkan bahwa rantai pasok kopi lasi memiliki kondisi yang kuat secara sistem rantai pasok, ditunjukkan dengan nilai total faktor internal yaitu di atas 2,5 (David, 2010).

Tabel 3. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Faktor Internal		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Lingkungan fisik (areal, ketinggian, kesuburan tanah) mendukung pembudidayaan kopi	0,113	4	0,452
2	Ketersediaan lahan yang besar	0,105	4	0,420
3	Sarana dan prasarana produksi yang memadai	0,097	3	0,291
4	SDM yang berpengalaman dan terampil dalam mengusahakan produksi kopi	0,093	3	0,279
5	Keamanan berusaha tani	0,1	3	0,300
Kelemahan				
1	Kegiatan promosi masih kurang	0,103	2	0,206
2	Produktivitas per pohon	0,095	1	0,095
3	Harga jual produk kurang kompetitif	0,096	2	0,192
4	Kapasitas produksi dalam memenuhi permintaan pada waktu yang diinginkan konsumen tidak memadai	0,101	2	0,202
5	Tenaga kerja memiliki keterbatasan saat panen	0,097	1	0,097
Total Faktor Internal		1,00		2,534

Sumber: Data diolah (2020)

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Identifikasi terhadap faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan pengembangan kopi lasi selaras alam dapat dilihat pada Tabel 4. Peluang utama kopi lasi yaitu permintaan terhadap kopi lasi yang meningkat dengan skor 0,416 karena kopi lasi yang dihasilkan merupakan kopi dengan kualitas premium dan disukai oleh

konsumen yang tersebar di berbagai provinsi, seperti Jogja, Bandung, Jakarta, Medan, dan kota lainnya. Ancaman utama yang dihadapi berupa banyaknya pesaing dengan skor 0,101. Pesaing yang dimaksud adalah pemalsuan *brand* yang dimanfaatkan pihak tertentu karena mengetahui permintaan kopi lasi banyak tetapi tidak bisa mencukupi permintaan pasar.

Tabel 4. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Faktor Eksternal		Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Kemudahan memperoleh bahan baku	0,101	3	0,303
2	Permintaan terhadap kopi lasi yang meningkat	0,104	4	0,416
3	Adanya mitra kerja baru	0,090	3	0,270
4	Meningkatnya pemasaran produk kopi olahan	0,099	3	0,297
5	Model pemasaran yang semakin dinamis	0,103	3	0,309
Ancaman				
1	Kurangnya dukungan pemerintah daerah	0,090	2	0,180
2	Harga kopi yang relatif rendah	0,103	1	0,103
3	Banyaknya pesaing	0,101	1	0,101
4	Perubahan iklim dan cuaca yang tidak menentu	0,099	2	0,198
5	Produksi kopi mengalami penurunan	0,105	2	0,210
Total Faktor Eksternal		1,00		2,387

Total faktor eksternal menunjukkan seberapa besar kekuatan rantai pasok dalam menghadapi peluang dan ancaman dalam sebuah rantai pasok. Rantai pasok akan dinilai kuat jika total faktor eksternal lebih besar dari 2,5 (David, 2010). Adapun nilai total faktor eksternal kopi lasi sebesar 2,387 dan menunjukkan rantai pasok kopi lasi belum memiliki kekuatan yang cukup dalam menghadapi peluang dan ancaman rantai pasok, disebabkan karena nilai total faktor eksternal dibawah 2,5.

Rumusan Strategi Peningkatan Kinerja Rantai Pasok

Hasil analisis SWOT untuk kopi lasi dapat dilihat pada Tabel 5. Strategi yang diperoleh dari matriks SWOT yaitu memanfaatkan ketersediaan lahan untuk meningkatkan produksi kopi, memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan IPTEK, penambahan jumlah anggota tani, meningkatkan mutu dan produksi kopi serta menjaga konsistensi brand, dan menciptakan kerjasama dengan pihak lain melalui bantuan pemerintah.

Tabel 5. Matriks SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
MATRIKS SWOT	Lingkungan fisik (areal, ketinggian, kesuburan tanah) mendukung pembudidayaan kopi	Kegiatan promosi masih kurang
	Ketersediaan lahan yang besar	Produktivitas per pohon
	Sarana dan prasarana produksi yang memadai	Harga jual produk kurang kompetitif
	SDM yang berpengalaman dan terampil dalam mengusahakan produksi kopi	Kapasitas produksi dalam memenuhi permintaan pada waktu yang diinginkan konsumen tidak memadai
	Keamanan berusaha tani	Tenaga kerja memiliki keterbatasan saat panen
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
Kemudahan memperoleh bahan baku	Pemanfaatan ketersediaan lahan yang besar dan kemudahan dalam memperoleh bahan baku untuk meningkatkan produksi kopi	1. Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan penggunaan IPTEK 2. Penambahan jumlah anggota tani
Permintaan terhadap kopi lasi yang meningkat		
Adanya mitra kerja baru		
Meningkatnya pemasaran produk kopi olahan		
Model pemasaran yang semakin dinamis		
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
Peraturan pemerintah yang memberatkan	Meningkatkan mutu dan produksi kopi serta menjaga konsistensi brand	Menciptakan kerjasama dengan pihak lain melalui bantuan pemerintah
Harga komoditas kopi fluktuatif		
Banyaknya pesaing yang klaim merk		
Perubahan iklim dan cuaca yang tidak menentu		
Produksi kopi mengalami penurunan		

Penentuan Prioritas Strategi Peningkatan Kinerja Rantai Pasok Lasi

Pengembangan manajemen rantai pasok kopi lasi bertujuan untuk meningkatkan kinerja rantai pasok. Menurut Van der Vorst (2006) bahwa kinerja rantai pasok merupakan tingkat kemampuan rantai pasok

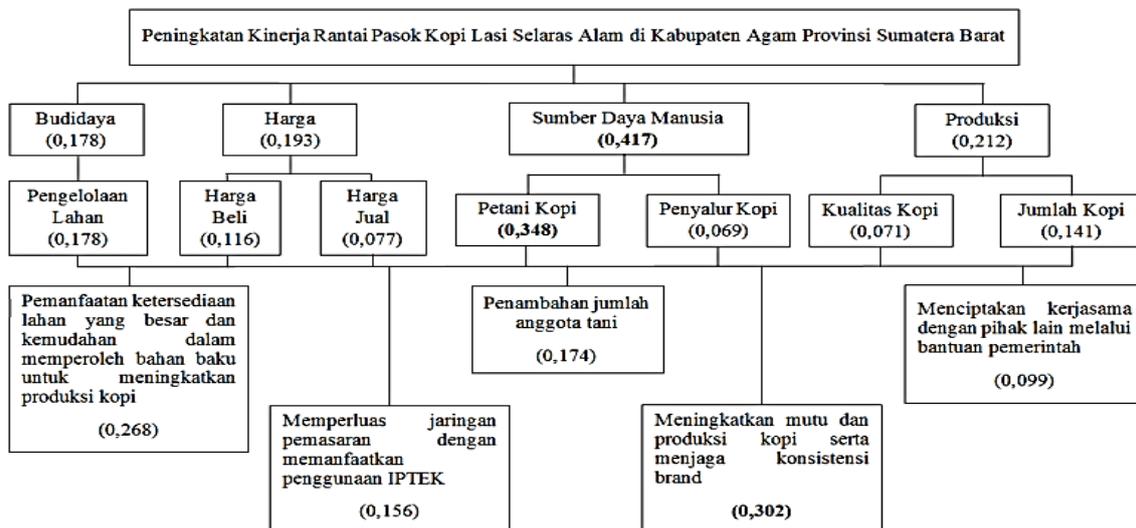
mengoptimalkan jaringan rantai dan meningkatkan daya saing pelaku rantai pasok. Upaya pengembangan manajemen rantai pasok ini dapat dilakukan dengan menentukan prioritas strategi peningkatan kinerja rantai pasok.

Penentuan prioritas kinerja rantai pasok lasi ditentukan dengan analisis

perbandingan berpasangan menggunakan metode *analytical hierarchy process* (AHP). Dalam AHP, perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) pada masing-masing tingkat yang berorientasi dengan tujuan pemilihan alternatif terbaik dilakukan menggunakan skala penilaian sembilan poin. Skala tersebut menunjukkan penilaian para pakar.

Menurut Setiawan *et al.* (2010), pengukuran kinerja suatu rantai pasok merupakan pengambilan keputusan kriteria dengan berbagai alternatif.

Pendekatan AHP digunakan untuk menyusun ketidakpastian yang dihubungkan dengan penilaian dari penentuan bobot masing-masing matriks pengukuran kinerja, sehingga memberikan suatu uraian yang lebih akurat tentang proses pengambilan keputusan. Pembobotan matriks dilakukan melalui sintesis opini para pemangku kepentingan (pakar) dengan bantuan *Software Expert Choice v11.0*. Hasil pembobotan matriks peningkatan kinerja rantai pasok dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Struktur Hirarki

Berdasarkan pendapat para pemangku kepentingan, kriteria utama rantai pasok kopi lasi adalah sumber daya alam dengan bobot kepentingan sebesar 0,417 dan sub kriteria utama adalah petani kopi dengan bobot kepentingan sebesar 0,348. Alternatif untuk mencapai tujuan utama tersebut adalah meningkatkan mutu dan produksi kopi serta menjaga konsistensi *brand* dengan bobot kepentingan sebesar 0,302. Alternatif lainnya yaitu pemanfaatan ketersediaan lahan untuk meningkatkan produksi kopi dengan bobot kepentingan sebesar 0,268, penambahan jumlah anggota tani dengan bobot kepentingan sebesar

0,174, memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan IPTEK dengan bobot kepentingan 0,156, dan menciptakan kerjasama dengan pihak lain melalui bantuan pemerintah dengan bobot kepentingan 0,099.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan:

1. Rantai pasok yang ada dalam sistem ini terdiri dari petani, pedagang pengumpul, ritel, *coffee shop*, eksportir, dan konsumen akhir.
2. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan kopi lasi yang berupa *green bean* dari petani sebesar Rp3.650 (41,59%) termasuk kategori tinggi dan nilai tambah yang diperoleh dari sortasi *green bean* oleh pedagang pengumpul sebesar Rp20.600 (19,51%) termasuk kategori sedang.
3. Menjaga konsistensi brand dan meningkatkan produksi kopi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disarankan kepada Selaras Alam untuk meningkatkan produksi kopi lasi Selaras Alam dan bekerjasama dengan pemerintah daerah dalam mensosialisasikan kopi lasi selaras alam sehingga meningkatkan lagi minat masyarakat untuk menanam kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Perkebunan Indonesia 2016-2018*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- David, F.R. 2010. *Manajemen Strategis: Konsep*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Barat. 2018. *Luas Areal, Produksi PN per Kecamatan dan Kabupaten*. Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Barat.
- Hayami, Y., T. Kawagoe, Y. Morooka, and M. Siregar. 1987. *Agricultural Marketing and processing in Upland Java: a Perspective From a Sunda Village*. Village The CGPRT. Bogor.
- Hubeis, M. 1997. *Menuju Industri Kecil Profesional di Era Globalisasi Melalui Pemberdayaan Manajemen Industri*. Orasi Ilmiah Guru Besar Tetap Ilmu Manajemen Industri. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Noviantri, K., A. I. Hasyim, N. Rosanti. 2015. Analisis rantai pasok dan nilai tambah agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 3(1): 10-17.
- Setiawan, A.S., Marimin, Y. Arkeman, dan F. Udin. 2010. Itergrasi model SCOR dan Fuzzy AHP untuk perancangan metrik pengukuran kinerja rantai pasok aayuran. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol. 1(3): 148-161.
- Surya, N.L.W., I.M. Sudarma, dan P.U. Wijayanti. 2016. Nilai tambah dan kelayakan usaha pengolahan pada unit usaha produktif ulian murni Kabupaten Bangli. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. 5(1).
- Taipabu, L.I.F., Saediman dan S.A. Fyka. 2018. Analisis nilai tambah pengolahan kopra di Desa Waepandan Kecamatan Kepala Madan Kabupaten Buru Selatan. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*. 3(3): 74-78.
- Van Der Vorst. 2006. *Performance Measurement in Agri-Food Supply-Chain Networks*. Hollandseweg Netherlands: Logistics and Operations Research Group. Netherlands.