

**Analisis Rantai Pasok dan Nilai Tambah Kopi (Studi Kasus di CV Kiniko Nagari Tabek Patah Kecamatan Salimpaung Kabupaten Tanah Datar)**  
**Supply Chain Analysis and Value Added of Coffee (Study Case at CV Kiniko Nagari Tabek Patah Salimpaung District Tanah Datar Regency)**

Aulia Shafira Sebayang<sup>1</sup>, Farida Hanum Hamzah<sup>2</sup>, Fajar Restuhadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

<sup>2</sup>Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

Email korespondensi: [aushafiraa20@gmail.com](mailto:aushafiraa20@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi rantai pasok kopi, menghitung nilai tambah setiap pelaku rantai pasok, serta merumuskan alternatif dengan mengevaluasi faktor internal dan eksternal untuk menentukan prioritas strategi yang mempengaruhi pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko. Metode yang digunakan pada penelitian adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan rantai pasok agroindustri kopi dan merumuskan alternatif strategi menggunakan metode SWOT serta penentuan prioritas strategi menggunakan metode AHP. Deskriptif kuantitatif digunakan dalam menghitung nilai tambah setiap pelaku rantai pasok menggunakan metode Hayami. Struktur rantai pasok kopi dimulai dari petani kopi, pengumpul kopi, industri pengolahan CV Kiniko, distributor dan *sales*. Hasil perhitungan nilai tambah menggunakan metode Hayami menunjukkan pada tingkat agroindustri kopi CV Kiniko memperoleh nilai tambah sebesar 55% (kategori rasio nilai tambah tinggi), petani kopi sebesar 32% (kategori rasio nilai tambah sedang) dan pengumpul kopi sebesar 4% (kategori rasio nilai tambah rendah). Strategi pengembangan CV Kiniko dalam meningkatkan nilai tambah yaitu memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi (0,358).

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

**ABSTRACT**

The purpose of this research was to identify the coffee supply chain, value added analysis received by the supply chain actors, and arrange alternative strategies by evaluating the internal and external factors to determine strategic priorities for CV Kiniko development. This study used descriptive quantitative and qualitative method. Descriptive qualitative used to describe the coffee supply chain using Vorst's framework for chain design and set alternative strategies for CV Kiniko development by the internal factors evaluation and external factors evaluation matrix using SWOT analysis and rating the strategic priorities for CV Kiniko development using analytical hierarchy process (AHP). Descriptive quantitative used for measuring value added using Hayami method. The coffee supply chain started from the coffee farmers, coffee middleman, CV Kiniko, distributor and sales. The value added ratio of the actors as follow: coffee farmers 32% (medium value added ratio category), coffee middleman 4% (low value added ratio category) and CV Kiniko 55% (high value added ratio category). The strategic priorities that CV Kiniko has to do to improve the value added is expand the marketing networks by using the development of technology and information (0.358).

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

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

<sup>2</sup>Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara Agraris dimana perkebunan merupakan salah satu sub sektor yang memberi peran penting bagi pembangunan perekonomian negara. Luas areal perkebunan kopi di Indonesia pada tahun 2018 1.235.798 ha dengan luas areal perkebunan kopi rakyat (*smallholders*) sebesar 96,6% dari total areal perkebunan kopi. Daerah penghasil kopi terbesar di Indonesia yaitu, Sumatera Selatan, Lampung, Sumatera Utara, Aceh dan Jawa Timur (Badan Pusat Statistik, 2018).

Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang menjadi produsen kopi untuk ekspor dan impor. Produksi kopi Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2018 sebanyak 18.155 ton atau 2,54% dari total produksi Indonesia (713.921 ton). Produksi kopi di Provinsi Sumatera Barat masih terbilang rendah jika dibandingkan provinsi lain (Badan Pusat Statistik, 2018).

Produktivitas kopi yang rendah khususnya di Nagari Tabek Patah Kecamatan Salimpaung Kabupaten Tanah Datar disebabkan oleh sedikitnya pelaku budidaya tanaman kopi itu sendiri karena kurangnya antusias masyarakat setempat terhadap budidaya tanaman kopi dan lebih tertarik dalam membudidayakan komoditas lain seperti tanaman hortikultura. Faktor pendidikan yang rendah dan usia petani juga mempengaruhi kurangnya minat masyarakat terhadap budidaya kopi. Pentingnya sosialisasi mengenai perkebunan kopi serta teknik budidaya kopi yang tepat dan benar akan memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai nilai tambah yang lebih dari tanaman kopi serta permintaan yang tinggi.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh agroindustri dalam

bersaing dengan kompetitor adalah meningkatkan nilai tambah produk yang dihasilkan.

CV Kiniko merupakan salah satu agroindustri kopi yang terletak di Nagari Tabek Patah Kecamatan Salimpaung Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat. Kiniko sudah menerapkan manajemen rantai pasok karena melakukan kegiatan seperti pembelian bahan baku, proses pengolahan kopi hingga pendistribusian produk kopi akan tetapi, sistem yang diterapkan belum optimal sehingga masih perlu peningkatan kinerja pada agroindustri kopi CV Kiniko. Sebagai produsen kopi, rantai pasok merupakan hal yang penting dan perlu dilakukan. Sebagian suatu strategi pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko untuk mencapai tujuan perusahaan antara lain keuntungan yang kompetitif dan mampu bersaing dengan kompetitor dengan cara meningkatkan nilai tambah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi rantai pasok kopi, menghitung nilai tambah pelaku rantai pasok kopi, serta merumuskan alternatif strategi dengan mengevaluasi faktor internal dan eksternal untuk menentukan prioritas strategi yang mempengaruhi pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko.

## METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di CV Kiniko Jalan Raya Bukittinggi-Batusangkar km 16 Nagari Tabek Patah, Kecamatan Salimpaung, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan atau rantai pasok agroindustri kopi, merumuskan alternatif strategi dengan mengevaluasi faktor internal dan faktor eksternal CV Kiniko menggunakan

metode SWOT serta penentuan prioritas strategi pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko menggunakan *analytical hierarchy process* (AHP). Deskriptif kuantitatif digunakan dalam menghitung nilai tambah setiap pelaku rantai pasok menggunakan metode Hayami.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi di lapangan dan dilanjutkan dengan wawancara secara daring (*online*). Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dimana responden dipilih sesuai dengan tujuan penelitian. Pemberian kuesioner kepada responden terdiri dari petani kopi, petani pengumpul kopi dan pihak manajemen CV Kiniko.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

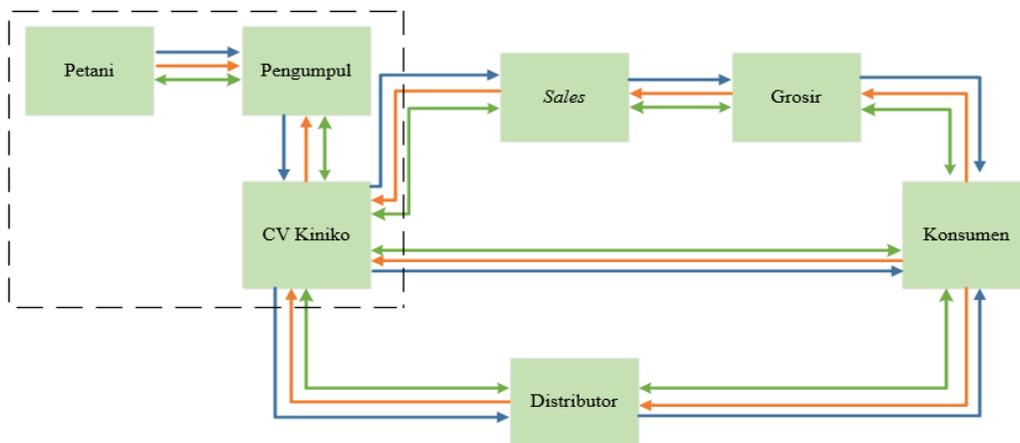
### Rantai Pasok Kopi di CV Kiniko

Aliran rantai pasok yang dikaji pada penelitian ini mengacu kepada empat

elemen dasar pengembangan rantai pasok oleh Vorst (2006).

### Struktur Rantai Pasok Kopi di CV Kiniko

Struktur rantai pasok kopi dimulai dari petani sebagai pemasok biji kopi robusta. Petani mengolah buah kopi robusta menjadi *green bean* melalui beberapa proses pengolahan pasca panen (*full wash, natural* dan *honey process*). *Green bean* yang dihasilkan kemudian dijual kepada pengumpul kopi. Pengumpul menjual *green bean* kepada industri pengolahan kopi yaitu CV Kiniko yang kemudian diolah menjadi kopi bubuk. Kopi bubuk disalurkan melalui distributor dan *sales* sampai kepada anggota terakhir rantai pasok kopi yaitu konsumen. Struktur jaringan rantai pasok kopi di CV Kiniko dapat dilihat pada Gambar 1.



Keterangan:   
 —▶: Aliran produk   
 —▶: Aliran uang   
 —▶: Aliran informasi   
 - - - - : Batasan penelitian

Gambar 1. Struktur rantai pasok kopi CV Kiniko

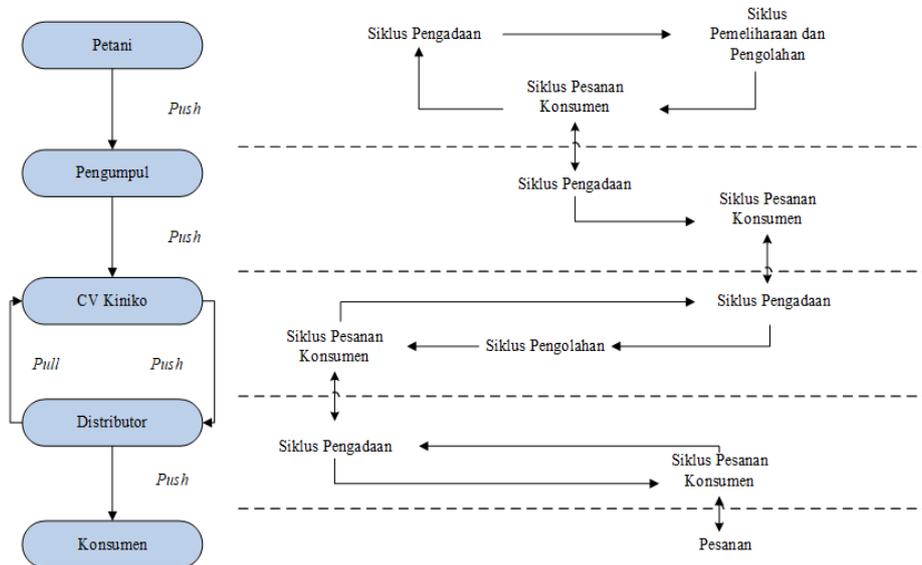
### Proses Bisnis Rantai

Rantai pasok terbentuk dari beberapa pelaku yang saling berkaitan dan bergantung pada aliran bahan maupun umpan balik berupa informasi yang terjadi di dalam sistem.

Menurut Chopra dan Meindl (2004), proses bisnis dalam rantai pasok dapat ditinjau dari sudut pandang siklus (*cycle view*) serta proses dorong dan tarik (*push and pull process*).

Proses dorong (*push*) dilakukan untuk mengantisipasi pesanan konsumen pada masa yang akan datang sedangkan proses tarik (*pull*) dilakukan atas

tanggapan permintaan konsumen. Tinjauan siklus dan *push-pull process* pada rantai pasok kopi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tinjauan siklus dan proses *push-pull* rantai pasok kopi

Proses bisnis yang terjadi pada petani merupakan proses dorong (*push*). Hal ini disebabkan permintaan disesuaikan dengan jumlah hasil panen dan pengolahan *green bean*. Pada tingkatan pengumpul proses bisnis yang terjadi adalah proses dorong (*push*) karena pengumpul menyimpan *green bean* di gudang dengan jumlah yang tidak tetap dan selalu memesan kembali jika persediaan mulai sedikit untuk mengantisipasi kurangnya persediaan.

Pada tingkatan agroindustri kopi CV Kiniko proses bisnis yang terjadi adalah tarik dan dorong (*push-pull*). Proses tarik (*pull*) disebabkan karena adanya permintaan oleh konsumen tetap (*sales* dan distributor) sedangkan proses dorong (*push*) dilakukan sebagai antisipasi permintaan konsumen. Pada tingkat distributor proses bisnis yang terjadi adalah proses dorong (*push*) dimana pesanan konsumen berlangsung dengan kondisi yang belum pasti karena permintaan konsumen belum diketahui.

Hal ini didukung oleh pernyataan Hayati (2014) yaitu, *pull process* disebut sebagai proses reaktif karena merespon permintaan pelanggan yang diketahui secara pasti sedangkan pada *push process* disebut sebagai proses spekulatif karena permintaan tidak diketahui dan harus diperkirakan.

### Sumber Daya Rantai Pasok Kopi

Pada penelitian ini sumber daya yang akan dikaji berupa sumber daya fisik, teknologi, sumber daya manusia dan modal.

#### 1) Sumber Daya Fisik

Sumber daya fisik yang dimiliki petani kopi yaitu, lahan perkebunan dengan seluas ± 2 ha dengan status kepemilikan lahan milik sendiri dan hasil panen rata-rata 350 kg/periode panen. Selain itu, petani kopi memiliki transportasi yang digunakan sebagai pengangkut biji kopi dan peralatan yang digunakan dalam kegiatan budidaya kopi seperti cangkul, parang, gunting

tanaman dan lain-lain. Beberapa peralatan dan mesin pengolahan pasca panen yang digunakan oleh petani seperti bak penampung untuk sortasi buah kopi, bak fermentasi, *pulper* dan *huller*.

Sumber daya fisik yang dimiliki pengumpul yaitu, gudang penyimpanan dengan kapasitas maksimal 10 ton *green bean* serta timbangan. Pada bagian agroindustri CV Kiniko memiliki lahan kosong seluas 20 ha yang belum dikelola kembali, alat transportasi yang digunakan untuk mengambil *green bean* di gudang pengumpul kopi serta mengirim kopi bubuk kepada distributor dan *sales*. Sumber daya fisik yang menunjang proses pengolahan *green bean* menjadi kopi bubuk yaitu, ruangan pengolahan kopi bubuk yang berisi timbangan, *drum* untuk melakukan proses sangrai *green bean*, mesin penggiling kasar dan halus, talam kopi, dispenser kopi serta mesin *sealer manual* dan *sealer continuous* yang digunakan pengemasan kopi bubuk.

#### 2) Sumber Daya Teknologi

Teknologi yang diterapkan pada pelaku rantai pasok kopi umumnya masih sederhana. Peralatan untuk budidaya dan pengolahan pasca panen kopi belum banyak menerapkan teknologi modern.

#### 3) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang terlibat dalam rantai pasok kopi merupakan pelaku rantai pasok yang saling berpartisipasi dan saling berhubungan untuk menambah nilai pada bahan mentah sampai menjadi produk jadi. Pada penelitian ini yang dikaji meliputi pelatihan dan penyuluhan.

Pada tingkat petani sudah pernah dilakukan penyuluhan mengenai budidaya dan pengolahan pasca panen kopi. CV Kiniko sudah pernah melakukan penyuluhan untuk sumber daya manusia yang ada di sekitar

Kabupaten Tanah Datar mengenai *training* rekrutmen karyawan.

#### 4) Modal

Modal yang digunakan oleh setiap pelaku rantai pasok kopi bersumber dari modal pribadi. Pelaku rantai pasok kopi tidak pernah melakukan peminjaman kepada lembaga keuangan seperti koperasi dan perbankan. Bantuan dana berupa modal dari pemerintah daerah belum pernah diterima oleh pelaku rantai pasok kopi.

### **Manajemen Jaringan dan Rantai**

Pada penelitian ini hal yang akan dikaji dalam manajemen jaringan dan rantai pasok kopi adalah kemitraan, kesepakatan kontraktual antara pelaku rantai pasok, sistem transaksi dan dukungan pemerintah.

#### 1) Kemitraan dan Kesepakatan Kontraktual

Hubungan kerja sama yang terjalin antara pelaku rantai pasok kopi hanya berdasarkan hubungan saling percaya dan saling menguntungkan satu sama lain. Novita dan Rochman (2019) dimana dalam kemitraan lisan tidak ada perjanjian tertulis dan hubungan yang terjadi antara pelaku rantai pasok merupakan hubungan secara moral dan sosial yaitu rasa kepercayaan, saling ketergantungan dan saling menguntungkan serta dalam kemitraan tersebut terjalin komunikasi yang terbuka dan saling percaya.

#### 2) Sistem Transaksi

Sistem transaksi pada pelaku rantai pasok kopi terjadi secara *cash* dan konsinyasi. Pembayaran antara petani dan pengumpul dilakukan secara *cash* saat *green bean* sudah diterima oleh pengumpul di gudang. Sedangkan transaksi yang dilakukan oleh CV Kiniko dan pengumpul kopi secara konsinyasi.

### 3) Dukungan Pemerintah

Peranan pemerintah dalam kegiatan rantai pasok kopi dapat dilakukan dengan melakukan pelatihan dan penyuluhan yang berkaitan dengan budidaya dan pengolahan kopi sehingga mampu meningkatkan produktivitas kopi serta bantuan berupa modal/dana untuk menunjang sarana dan prasarana produksi pada industri pengolahan untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

### Nilai Tambah Pelaku Rantai Pasok Kopi

Nilai tambah merupakan pertambahan nilai pada suatu komoditas yang terjadi karena adanya input yang

diberikan. Input dapat berupa proses pengolahan, penyimpanan maupun pengangkutan dalam suatu proses produksi.

### Nilai Tambah Petani Kopi

Analisis nilai tambah pada petani kopi dikaji mulai dari pengolahan buah kopi menjadi *green bean* untuk sekali pengolahan pasca panen kopi. Perhitungan nilai tambah petani kopi ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perhitungan nilai tambah petani kopi

Variabel	Petani
<b>I. Output, Input dan Harga</b>	
1. <i>Output</i> biji kopi (kg)	70
2. <i>Input</i> buah kopi (kg)	350
3. Tenaga Kerja (HOK)	30
4. Faktor Konversi	0,2
5. Koefisien Tenaga Kerja (HOK/kg)	0,1
6. Harga <i>Output</i> (Rp)	Rp 22.000
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	Rp 12.000
<b>II. Penerimaan dan Keuntungan</b>	
8. Harga Bahan Baku (Rp/kg)	Rp -
9. Sumbangan <i>Input</i> lain (Rp/kg)	Rp 3.000
10. Nilai <i>Output</i> (Rp/kg)	Rp 4.400
11. a. Nilai Tambah (Rp/kg)	Rp 1.400
b. Rasio Nilai Tambah (%)	32%
12. a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg)	Rp 1.029
b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	73%
13. a. Keuntungan (Rp/kg)	Rp 371
b. Tingkat Keuntungan	27%
<b>III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi</b>	
14. Marjin (Rp/kg)	Rp 4.400
Pendapatan Tenaga Kerja (%)	23%
Sumbangan <i>Input</i> Lain (%)	68%
Keuntungan Pengusaha (%)	8%

Sumber: Data primer diolah (2020)

Perhitungan nilai tambah Hayami petani kopi diatas menunjukkan petani yang menjual *green bean* kepada

pengumpul kopi memperoleh nilai tambah sebesar Rp 1.400 dengan rasio nilai tambah 32% untuk sekali proses

pengolahan buah kopi menjadi *green bean* hingga dijual kepada pengumpul kopi. Hasil nilai tambah > 1 menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh petani kopi memberikan nilai tambah yang positif.

### Nilai Tambah Pengumpul Kopi

Perhitungan nilai tambah pengumpul kopi ditunjukkan pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Perhitungan nilai tambah pengumpul kopi

Variabel	Pengumpul
<b>I. Output, Input dan Harga</b>	
1. <i>Output green bean</i> (kg)	900
2. <i>Input green bean</i> (kg)	900
3. Tenaga Kerja (HOK)	5,25
4. Faktor Konversi	1
5. Koefisien Tenaga Kerja (HOK/kg)	0,006
6. Harga <i>Output</i> (Rp)	Rp 23.000
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	Rp 143.000
<b>II. Penerimaan dan Keuntungan</b>	
8. Harga Bahan Baku (Rp/kg)	Rp 22.000
9. Sumbangan <i>Input</i> lain (Rp/kg)	Rp -
10. Nilai <i>Output</i> (Rp/kg)	Rp 23.000
11. a. Nilai Tambah (Rp/kg)	Rp 1.000
b. Rasio Nilai Tambah (%)	4%
12. a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg)	Rp 834
b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	83%
13. a. Keuntungan (Rp/kg)	Rp 166
b. Tingkat Keuntungan	17%
<b>III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi</b>	
14. Marjin (Rp/kg)	Rp 1.000
Pendapatan Tenaga Kerja (%)	83%
Sumbangan <i>Input</i> Lain (%)	0
Keuntungan Pengusaha (%)	17%

Sumber: Data primer diolah (2020)

Perhitungan nilai tambah Hayami pada Tabel 2 menunjukkan pengumpul kopi yang menjual *green bean* memperoleh nilai tambah sebesar Rp 1.000 dengan rasio nilai tambah 4%.

Jika dibandingkan dengan petani kopi, pengumpul kopi menunjukkan nilai tambah yang lebih kecil. Hal tersebut dikarenakan pengumpul kopi hanya melakukan kegiatan penyimpanan *green bean* di gudang penyimpanan

tanpa ada memberikan perlakuan atau pun *input* lain yang dapat meningkatkan nilai tambah.

### Nilai Tambah CV Kiniko

Perhitungan nilai tambah menggunakan yang dilakukan pada penelitian ini yaitu nilai tambah yang diperoleh CV Kiniko dalam mengolah *green bean* menjadi kopi bubuk. Nilai tambah yang diperoleh CV Kiniko ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan nilai tambah CV Kiniko

Variabel	Pengumpul
<b>I. Output, Input dan Harga</b>	
1. Output kopi bubuk (kg)	30
2. Input green bean (kg)	40
3. Tenaga Kerja (HOK)	42
4. Faktor Konversi	0,8
5. Koefisien Tenaga Kerja (HOK/kg)	1,1
6. Harga Output (Rp)	Rp 85.000
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	Rp 11.600
<b>II. Penerimaan dan Keuntungan</b>	
8. Harga Bahan Baku (Rp/kg)	Rp 23.000
9. Sumbangan Input lain (Rp/kg)	Rp 5.400
10. Nilai Output (Rp/kg)	Rp 63.750
a. Nilai Tambah (Rp/kg)	Rp 35.350
b. Rasio Nilai Tambah (%)	55%
11. a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg)	Rp 12.600
b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	36%
12. a. Keuntungan (Rp/kg)	Rp 22.570
b. Tingkat Keuntungan	64%
<b>III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi</b>	
13. Marjin (Rp/kg)	Rp 40.750
Pendapatan Tenaga Kerja (%)	31%
Sumbangan Input Lain (%)	13%
Keuntungan Pengusaha (%)	56%

Sumber: Data primer diolah (2020)

Perhitungan nilai tambah Hayami untuk pelaku rantai pasok pada tingkat agroindustri CV Kiniko pada Tabel 7 diperoleh nilai tambah Rp 35.350 dengan rasio nilai tambah sebesar 55% untuk sekali proses pengolahan.

Rasio nilai tambah menggunakan perhitungan metode Hayami yang

dimiliki setiap pelaku rantai pasok kopi di CV Kiniko ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Rekapitulasi rasio nilai tambah pelaku rantai pasok

Pelaku Rantai Pasok	Nilai Tambah (Rp/kg)	Rasio Nilai Tambah (%)	Keuntungan (Rp/kg)	Tingkat Keuntungan (%)	Marjin (Rp/kg)	Keuntungan Pengusaha (%)
Petani Kopi	1.400	32	371	27	4.400	8
Pengumpul kopi	1.000	4	166	17	1.000	17
CV Kiniko	35.350	55	22.750	64	40.750	56

Sumber: Data primer diolah (2020)

Rasio nilai tambah pada petani kopi sebesar 32% termasuk pada indikator rasio nilai tambah sedang. Pada pengumpul kopi rasio nilai tambah sebesar 4% termasuk ke dalam indikator rendah sedangkan rasio nilai tambah CV Kiniko sebesar 55% menunjukkan indikator nilai tambah yang tinggi. Hal ini mengacu pada pernyataan menurut Hubeis (1997) dimana terdapat tiga indikator rasio nilai tambah yaitu:

1. Rasio nilai tambah < 15%, maka nilai tambah rendah,
2. Rasio nilai tambah 15 – 40%, maka nilai tambah sedang,
3. Rasio nilai tambah > 40%, maka nilai tambah tinggi.

Nurhayati (2017) menyatakan proses nilai tambah memerlukan teknologi dan *input* lain sehingga komoditas pertanian yang menjadi suatu produk dapat memiliki nilai lebih. Pembagian nilai tambah yang tidak

merata diantara pelaku rantai pasok kopi dapat terjadi karena kurangnya penguasaan oleh pelaku rantai pasok mengenai kekuatan dan informasi pasar yang dimiliki Bunte (2006).

Koordinasi dari *supply chain* dapat menjadi alat untuk membentuk serta mempertahankan kekuatan pasar (Bunte, 2006). Distribusi nilai tambah atau keuntungan sepanjang rantai suatu pasok harus adil dan disepakati oleh seluruh pelaku rantai pasok untuk menjaga kerjasama dan keberlangsungan hubungan yang terjalin (Saputra *et al.*, 2018).

### Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi CV Kiniko. Evaluasi pembobotan matriks IFE dan EFE dapat dilihat pada Tabel 5 dan 6.

Tabel 5. Matriks IFE pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko

No.	<i>Critical Success Factors</i> Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Bobot	Rating	Skor
1	Ketersediaan bahan baku kopi	0,103	3	0,310
2	Harga produk terjangkau	0,069	4	0,276
3	Variasi produk	0,069	3	0,207
4	Lokasi CV Kiniko yang strategis	0,069	4	0,276
5	Tenaga kerja lokal yang kompeten	0,069	3	0,207
6	Sarana dan prasarana yang memadai	0,069	2	0,14
<i>Kelemahan (Weakness)</i>				
1	Penerapan ilmu pengetahuan, teknologi dan inovasi yang masih terbatas pada agroindustri kopi	0,103	1	0,103
2	Kemasan produk kopi yang masih sederhana	0,069	2	0,138
3	Kegiatan promosi dan pemasaran yang belum optimal	0,103	2	0,207
4	Belum ada bantuan dari pemerintah daerah untuk pengembangan usaha kopi	0,103	1	0,103
5	Masih kurangnya jumlah tenaga kerja	0,069	2	0,138
6	Sistem manajemen belum berjalan dengan baik	0,103	2	0,207
Total		1		2,31

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel matriks IFE diatas, total nilai yang diperoleh sebesar 2,31. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa agroindustri kopi CV Kiniko belum mampu memanfaatkan kekuatannya serta mengatasi kelemahan yang ada dengan baik.

Hal ini didukung oleh Dachyar dan Lestari (2013) yang menyatakan apabila perusahaan dengan perolehan nilai di bawah 2,5 berarti perusahaan tersebut belum memanfaatkan kekuatan secara optimal serta belum mengatasi kelemahan secara baik. Total tertimbang di bawah 2,5 menggambarkan organisasi yang lemah secara internal sementara

total nilai di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat (Ningsih dan Hamamah, 2013).

Kondisi berdasarkan skor total menunjukkan lingkungan internal CV Kiniko belum berjalan dengan baik. Integrasi yang efektif dan pemahaman baik tentang eksternal dan internal adalah kunci utama untuk mengamankan dan menjaga keunggulan kompetitif (David, 2016).

Tabel 6. Matriks EFE pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko

No.	<i>Critical Success Factors</i>	Bobot	Rating	Skor
	<i>Peluang (Opportunities)</i>			
1	Pangsa kopi yang tinggi di pasar	0,150	4	0,600
2	Kemajuan teknologi dalam mendukung Perkembangan agroindustri kopi	0,150	4	0,600
3	Ketersediaan informasi mengenai kopi di internet	0,100	3	0,300
4	Menciptakan lapangan kerja bagi SDM yang ada di sekitar Kabupaten Tanah Datar	0,100	3	0,300
5	Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat terhadap kopi olahan yang terus meningkat	0,050	4	0,200
6	Dukungan pemerintah dalam pengembangan agroindustri kopi	0,100	3	0,300
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1	Persaingan dari sesama usaha agroindustri kopi	0,150	1	0,150
2	Konsumen beralih ke produsen lain	0,100	2	0,200
3	Petani kopi beralih ke usaha lain	0,100	2	0,200
Total		1		2,850

Sumber: Data primer diolah (2020)

Total nilai yang diperoleh dari matriks EFE sebesar 2,850. Hal ini menunjukkan CV Kiniko sudah cukup baik dalam memanfaatkan peluang yang ada serta mampu mengatasi ancaman yang dihadapi.

Dachyar dan Lestari (2013) menyatakan apabila hasil yang diperoleh dibawah 2,5 berarti perusahaan belum

mampu memanfaatkan peluang secara optimal serta sangat rentan terhadap ancaman persaingan yang berarti perusahaan dalam posisi lemah dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal sedangkan jika hasilnya lebih besar dari 2,5 maka dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi perusahaan relatif kuat.

Nilai tertimbang tertinggi adalah 4,0 dan nilai terendah adalah 1,0 serta nilai rata-rata adalah 2,5. Total nilai sebesar 4,0 menunjukkan bahwa perusahaan merespon dengan baik terhadap peluang dan ancaman yang ada pada lingkungan perusahaan. Strategi perusahaan secara efektif mengambil keuntungan dari peluang yang ada dan meminimalkan dampak yang mungkin muncul dari ancaman. Total nilai 1,0 menunjukkan

bahwa strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman (Ningsih dan Hamamah, 2013).

### Perumusan alternatif strategi pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko

Alternatif strategi yang disusun menggunakan matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 3.

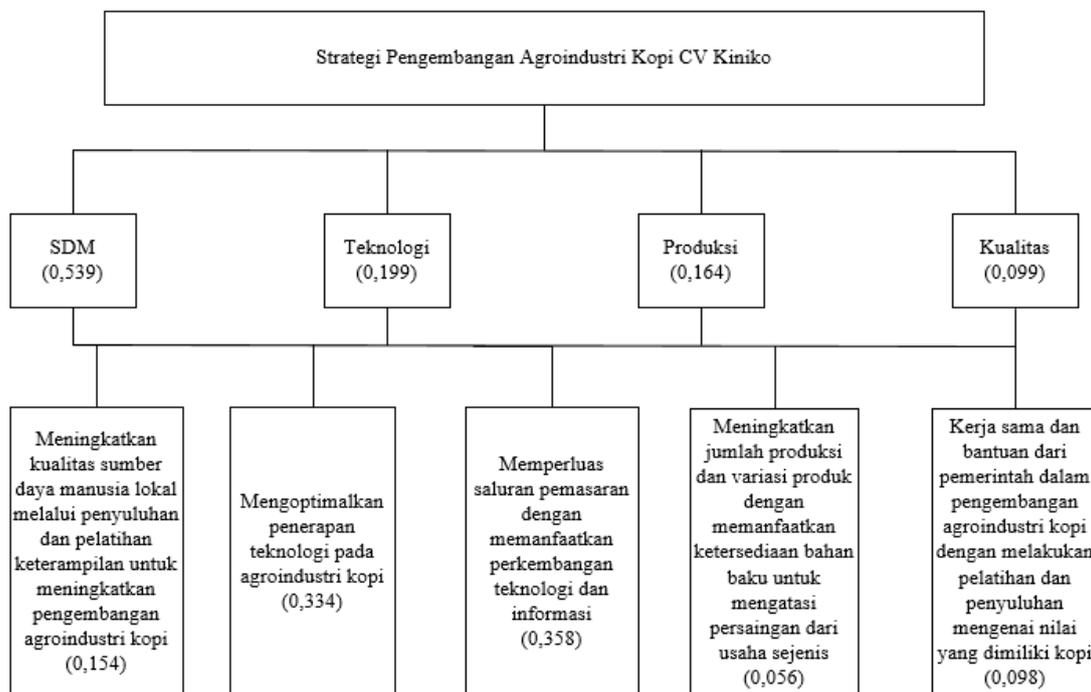
IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	EFAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan bahan baku kopi</li> <li>2. Harga produk terjangkau</li> <li>3. Variasi produk</li> <li>4. Lokasi CV Kiniko yang strategis</li> <li>5. Tenaga kerja lokal yang kompeten</li> <li>6. Sarana dan prasarana yang memadai</li> </ol>
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pangsa kopi yang tinggi di pasar</li> <li>2. Kemajuan teknologi dalam mendukung perkembangan agroindustri kopi</li> <li>3. Ketersediaan informasi mengenai kopi di internet</li> <li>4. Menciptakan lapangan kerja bagi SDM yang ada di sekitar Kabupaten Tanah Datar</li> <li>5. Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat terhadap kopi olahan yang terus meningkat</li> <li>6. Dukungan pemerintah dalam pengembangan agroindustri kopi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia lokal melalui penyuluhan dan pelatihan keterampilan untuk meningkatkan pengembangan agroindustri kopi.</li> <li>2. Mengoptimalkan penerapan teknologi pada agroindustri kopi.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi.</li> </ol>
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan dari sesama usaha agroindustri kopi</li> <li>2. Konsumen beralih ke produsen lain</li> <li>3. Petani kopi beralih ke usaha lain</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan jumlah produksi dan variasi produk dengan memanfaatkan ketersediaan bahan baku untuk mengatasi persaingan dari usaha sejenis.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kerja sama dan bantuan dari pemerintah dalam pengembangan agroindustri kopi dengan melakukan pelatihan dan penyuluhan mengenai nilai yang dimiliki kopi.</li> </ol>

Gambar 3. Matriks SWOT pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko

### Penentuan prioritas strategi pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko

Tahapan pertama dalam penentuan prioritas strategi menggunakan AHP yaitu penyusunan hirarki. Penyusunan hirarki dimulai dengan menentukan tujuan utama atau *goal* yang menjadi persoalan. Pada penelitian ini tujuan yang ditetapkan yaitu strategi

pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko. Selanjutnya penilaian bobot kepentingan oleh pakar/ahli. Gambar 4 menunjukkan hasil pembobotan prioritas strategi pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko.



Gambar 4. Struktur hirarki pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko

Berdasarkan hasil pengolahan diketahui bahwa kriteria utama pengembangan agroindustri kopi CV Kiniko adalah teknologi dengan bobot kepentingan sebesar 0,539. Strategi yang menjadi prioritas utama dengan bobot kepentingan sebesar 0,348 yaitu memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi

Kusuma dan Sujana (2014) menyatakan strategi perluasan pasar diperlukan perusahaan untuk memperluas jaringan distribusinya agar ketersediaan produknya dapat dengan mudah diakses oleh konsumen sehingga mengingatkan konsumen bahwa produk tersebut berada di pasar mana pun. Selain itu, perluasan pasar juga dibutuhkan untuk meningkatkan laba dan demi keberlangsungan hidup perusahaan. Evalia (2015) menyatakan dengan meningkatnya permintaan pasar akan produk yang dihasilkan agroindustri serta tersedianya sumber daya alam yang cukup besar menunjukkan bahwa agroindustri

memiliki potensi untuk menciptakan nilai tambah yang lebih besar terhadap setiap pelaku yang terlibat di dalam sistem.

Perluasan pasar dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat. Pernyataan ini didukung oleh Anggraini *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa kontribusi perkembangan teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang diantaranya adalah penerapan jaringan internet sebagai media promosi dan transaksi dalam pemasaran.

Bantacut dan Fadhil (2018) menyatakan teknologi memudahkan penyelarasan dan integrasi semua pelaku utama rantai pasok, peningkatan tingkat visibilitas dan transparansi sehingga perkiraan sumber daya akan lebih pasti.

Anwar (2011) menyatakan bahwa melalui penerapan metode manajemen rantai pasok secara terpadu mampu memberikan dukungan sistem informasi kepada manajemen dalam hal pengadaan barang bagi perusahaan sekaligus

mengelola hubungan di antara mitra untuk menjaga tingkat ketersediaan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan secara optimal

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Struktur rantai pasok kopi agroindustri kopi CV Kiniko terdiri dari petani kopi dan pengumpul kopi pada sektor hulu serta pada sektor hilir terdiri breakout dari agroindustri kopi CV Kiniko, distributor dan *sales*.
2. Perhitungan nilai tambah yang diperoleh CV Kiniko sebesar 55% menunjukkan indikator rasio nilai tambah yang tinggi, rasio nilai tambah petani kopi sebesar 32% menunjukkan indikator rasio nilai tambah sedang dan perolehan nilai tambah pengumpul kopi sebesar 4% menunjukkan rasio nilai tambah yang rendah.
3. Prioritas strategi pengembangan yang dapat dilakukan CV Kiniko dalam meningkatkan nilai tambahnya yaitu memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi dengan bobot kepentingan (0,358).

### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N., Sutarni, C. Fatih, M. Zaini, Analiasari, dan E. Humaidi. 2020. Digital Marketing Produk Pertanian di Desa Sukawaringin Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Pengabdian Nasional*. 1(1): 36–45.
- Anwar, S. 2011. Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*): Konsep dan Hakikat. *Jurnal Dinamika Informatika*. 3(2): 92–98.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Kopi Indonesia*.
- Bantacut, T., dan R. Fadhil. 2018. Penerapan LOGISTIK 4.0 dalam Manajemen Rantai Pasok Beras Perum BULOG: Sebuah Gagasan Awal. *Jurnal Pangan*. 27(2): 141–154.
- Bunte, F. 2006. Pricing and Performance in Agri-Food Supply Chains: Quantifying the Agri-Food Supply Chain. Wageningen University and Research Centre. Wageningen.
- Chopra, S., dan P. Meindl. 2004. Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation. Pearson Prentice Hall. USA.
- Dachyar, M., dan S. Lestari. 2013. Strategi Peningkatan Kinerja Supply Chain Management pada Kontraktor Minyak dan Gas Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. Industrial Engineering Department, University of Indonesia. Jakarta.
- David, R. F. 2016. Strategic Management: Concepts and Cases, Thirteenth
- Evalia, Nur Afni., Sa'id, E., Gumbira. Suryana, Rita Nurmawati. 2012. Strategi Pengembangan Agroindustri Dan Peningkatan Nilai Tambah Gambir Di Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. 9(3): 173–182.

- Furqon, C. 2014. Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis Buah Stroberi di Kabupaten Bandung. *IMAGE*. 3(2): 110-126.
- Hayati, E. N. 2014. Supply Chain Management (SCM) and Logistic Management. *Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik*. 8(1): 25–34.
- Hubeis, M. 1997. Menuju Industri Kecil Profesional di Era Globalisasi Melalui Pemberdayaan Manajemen Industri. Orasi Ilmiah Guru Besar Tetap Ilmu Manajemen Industri. Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Kusuma, S., dan S. Sujana. 2014. Pengaruh Strategi Pengembangan Produk dan Perluasan Pasar terhadap Peningkatan Market Share. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. Bogor.
- Ningsih, K., dan Hamamah. 2013. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) Buah Naga Organik (*Hylocereus Undatus*). *Jurnal Ilmiah Agromix*. 5(1): 12–21.
- Novita, I., dan N. Rochman. 2019. Analisis Manajemen dan Kinerja Kelembagaan Rantai Pasok Usaha Ayam Ras Pedaging. *Jurnal Pertanian*. 10(1): 30–35.
- Nurhayati. 2017. Kinerja Rantai Pasok dan Nilai Tambah dengan Internalisasi Aspek Lingkungan pada Agroindustri Ayam Ras Pedaging. *Journal of Agroindustrial Technology*. 26(3): 311-320.
- Saputra, H., N. Nazir, dan R. Yenrina. 2018. Analisis Nilai Tambah Pelaku Rantai Pasok Gambir dengan Metode Hayami Termodifikasi. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*. 22(1): 73-78.
- Vorst, J. G. A. J. Van Der. 2006. Performance Measurement in Agri-Food Supply-Chain Networks: an Overview. In: Quantifying the Agri-food Supply Chain. Wageningen (NL): Logistic and Operation Research Group.