

PENGEMBANGAN PRODUK KOPI BISANG BERBASIS METODE SWOT ANALISIS DAN MARKETING MIX

¹⁾Ahmad Hanafie, ²⁾Rizal Syarifuddin, ³⁾Kasmarullah

^{1,2)}Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Makassar

³⁾ Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Makassar

Jl. Perintis Kemerdekaan KM 9 no 29, tlp 0411 588-167 Makassar

Email: ahmadhanafie.dty@uim-makassar.ac.id, rizalsyarifuddin.dty@uim-makassar.ac.id, bulan.bintangak24@gmail.com

ABSTRAK

Kopi merupakan komoditi perkebunan yang masuk dalam kategori komoditi strategis di Indonesia. Tujuan penelitian untuk mengetahui proses produksi dan perkembangan pemasaran kopi bisang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif berbasis metode SWOT Analisis dan Marketing Mix. Langkah selanjutnya setelah proses identifikasi adalah penilaian masing-masing titik kajian. Berdasarkan penelitian, diketahui proses produksi dan pengembangan pemasaran produk kopi bisang. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan pembagian kuesioner. Hasil penelitian yang di dapat adalah Angka konstan dari unstand coefficient. Dalam kasus ini nilai sebesar 3.085. Angka ini merupakan angka constant yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada proses produksi (X) maka nilai konsisten pengembangan produk (Y) sebesar 0,21. Angka koefisien regresi sebesar. Nilainya sebesar 0,21. Angka ini mengandung arti setiap penambahan 1% tingkat proses produksi (x), maka kinerja pengembangan produk (Y) akan meningkat sebesar 0,21. Karena nilai koefisien regresi bernilai 0,21 maka demikian dapat dikatakan maka X berpengaruh positif terhadap kinerja Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresinya pengembangan produk (Y) $3.085 + 0,21$. Hasil perhitungan proses produksi kopi bisang mengalami peningkatan 81,8% masuk dalam kategori cukup baik dan perkembangan kopi bisang memiliki harapan baik dan cerah kedepannya sebab memiliki cakupan lahan usaha tani yang luas untuk pengembangan serta dukungan dukungasn umur petani masih produktif dan perkembangan kopi dengan menggunakan marketing mix dan swot analisis pada perusahaan mengalami pengembangan pemasaran sebanyak 1% dengan menerapkan strategi yang telah disusun berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal.

Kata kunci: *Kopi, Bisang, SWOT, Marketing Mix*

PENDAHULUAN

Sektor Industri merupakan salah satu sektor utama sebagai mesin penggerak memperhatikan pembangunan di sektor lain. Melihat potensi industri kecil yang baik, tidak berarti dalam proses usahanya tidak menghadapi hambatan dan tantangan. Usaha kecil menghadapi berbagai tantangan dan kendala seperti kualitas sumber daya manusia yang rendah, tingkat produktifitas dan

kualitas produk dan jasa rendah, kurangnya teknologi dan informasi, faktor produksi sarana dan prasarana belum mendukung, dan koordinasi pembinaan belum baik. Namun demikian ada peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UKM dalam kegiatan usahanya, seperti adanya komitmen pemerintah, ketersediaan sumber daya alam yang beraneka ragam dan lain - lain. Lemah, produktivitas rendah, kemampuan pengelolaan usaha yang masih sederhana, akses untuk mendapatkan teknologi modern

dan beban birokrasi turut memberikan permasalahan bagi sektor UMKM Anoragama (2002).

Kopi merupakan komoditi perkebunan yang masuk dalam kategori komoditi strategis di Indonesia. Negara Indonesia merupakan negara produsen kopi keempat terbesar dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Colombia. Dari total produksi, sekitar 67% kopi diekspor sedangkan sisanya (33%) untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Tingkat konsumsi kopi dalam negeri berdasarkan hasil survey LEPM UI 1989 adalah sebesar 500 gram/kapita/tahun.

Dewasa ini kalangan pengusaha kopi memperkirakan tingkat konsumsi kopi di Indonesia telah mencapai 800 gram/kapita/tahun. Dengan demikian dalam kurun waktu 20 tahun peningkatan konsumsi kopi telah mencapai 300 gram/kapita/tahun. AEKI (2015).

Potensi ekonomi yang dimiliki tanaman kopi membuat pemerintah sadar akan pentingnya komoditas perkebunan tersebut. Pemerintah mulai menunjukkan dukungannya terhadap komoditas perkebunan kopi. Pada era globalisasi perdagangan dewasa ini, kondisi persaingan semakin ketat dimana masing-masing negara saling membuka pasarnya. Pengembangan produk diversifikasi kopi olahan, seperti roasted coffee, instant coffee, coffee mix, decaffeinated coffee, soluble coffee, kopi bir (coffee beer), ice coffee mempunyai arti penting, karena dapat menjadi komoditas unggulan yang mempunyai daya saing tinggi di pasar internasional. Indonesia sebagai negara tropis disamping berpeluang untuk pengembangan produk diversifikasi kopi olahan tersebut diatas, juga berpotensi untuk pengembangan produk industri pengolahan kopi specialties dengan rasa khas seperti; Lintong Coffee, Lampung Coffee, Java Coffee, Kintamani Coffee, Toraja Coffee dan beberapa kopi daerah yang memiliki potensi pengembangan sebagai usaha kopi namun belum terekspos AEKI (2015).

Menurut Kepala Balitri, menyatakan bahwa saliva hewan bisang mengandung banyak enzim dengan aktivitasnya yang

mampu menghidrolisis komponen dalam biji kopi. Berdasarkan hasil uji, enzim dan aktivitasnya yang telah terdeteksi di antaranya enzim Manannase (18,89 U/ml), Xylanase (13,96 U/ml), dan CMC-ase (2,3 U/ml). Selain itu dimungkinkan adanya agen mikrobiologis dan jenis enzim lainnya yang saat ini sedang dikaji bersama tim peneliti. Ph.D, menjelaskan dalam pertemuan ilmiah evaluasi penelitian di Puslitbang Pekebunan, Bogor Syafaruddin (2007).

Pengertian analisis SWOT adalah instrumen internal dan eksternal perusahaan yang bertumpu pada basis data tahunan dengan pola 3-1-5 (Suyanto 2008).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis swot. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer yang dimana data tersebut di peroleh dari observasi secara langsung dan pembagian kuesioner.

Alat :

Alat yang digunakan untuk meneliti adalah Laptop, Microsoft Word 2010, Microsoft Excel 2010 dan SPSS 25.

Bahan :

Adapun bahan yang digunakan untuk meneliti yaitu Kuesioner sebanyak 30 dan kopi bisang.

Metode :

Metode yang digunakan adalah Marketing Mix dan Swot analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji validitas

Tabel 1. uji validitas

Kode pertanyaan	Korelasi	Sig	Batas minial korelasi	Keputusan
P1	0,575	0,01	0,30	Valid
P2	0,583	0,01	0,30	Valid
P3	0,573	0,01	0,30	Valid
P4	0,583	0,01	0,30	Valid
P5	0,572	0,01	0,30	Valid
P6	0,477	0,08	0,30	Valid
P7	0,473	0,08	0,30	Valid
P8	0,583	0,01	0,30	Valid
P9	0,419	0,21	0,30	Valid
P10	0,401	0,28	0,30	Valid
P11	0,477	0,08	0,30	Valid

Berdasarkan uji validitas untuk variabel yang memiliki 11 pertanyaan ternyata memiliki korekasi antara 0,401-0,583 sedangkan batas minimal korelasi 0,30. Dan selain itu semua item pertanyaan berkolerasi signifikan ($\alpha < 0,05$) sehingga dapat di simpulkan bahwa semua item pertanyaan dapat dikatakan tepat atau valid. Sedangkan menurut Hariman (2017) Hasil uji validitas diperoleh bahwa nilai korelasi lebih besar dari nilai korelasi kritis atau 0.361. Dari 5 butir pertanyaan yang ada ditemukan semua item pertanyaan valid.

2. Uji reabilitas

Dari hasil uji reabilitas dengan menggunakan software SPSS 25 di dapatkan hasil Cronbach'Alpha sebesar 0,324. Hal ini dapat di kategorikan baik.

Sedangkan menurut Indrayani (2017) uji reliabilitas Alpha Cronbach dengan SPSS 19.0 diperoleh nilai koefisien reliabilitas instrumen wawancara penilaian afektif peminatan peserta didik sebesar 0,716. Hasil koefisien reliabilitas = 0,716 dapat diartikan bahwa 71,6 % varian skor teramati diakibatkan oleh varians skor sejati kelompok individu, korelasi antara skor teramati dan skor sejati sama dengan 0,716.

3. Uji regresi linear berganda

Angka konstan dari unstand coefficient. Dalam kasus ini nilai sebesar 3.085. angka ini merupakan angka constant yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada proses produksi (X) maka nilai konsisten pengembangan produk (Y) sebesar 0,21, Angka koefesien regresi sebesar. Nilainya sebesar 0,21. Angka ini mengandung arti setiap penambahan 1% tingkat proses produksi (x), maka kinerja pengembangan produk (Y) akan meningkat sebesar 0,21.

Karena nilai koefesien regresi bernilai 0,21 maka demikian dapat dikatakan maka X berpengaruh positif terhadap kinerja Y. sehingga persamaan regresinya pengembangan produk(Y) $3.085 + 0,21$ proses produksi.

Sedangkan menurut Kurniawan (2016) dalam uji regresinya. Secara bersama – sama kedua variabel *independent* (pengembangan produk dan pengendalian kualitas) memberikan kontribusi (pengaruh) terhadap Kinerja Perusahaan sebesar 0,689 atau 68,9% (nilai R2).

4. SWOT Analisis

Tabel 2. Swot Analisis

IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
EFAS	Strategi SO	Strategi WO
Peluang (O)	$=1,9+1,6$ $=3,5$	$=0,7+1,9$ $=2,6$
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
	$=1,9+1,1$ $=3$	$=0,7+1,1$ $=1,8$

Dari tabel disimpulkan bahwa kekuatan + peluang = 3,5. Peluang + kelemahan = 2,6. Kekuatan + ancaman = 3. Dan kelemahan + ancaman = 1,8. Sehingga dalam perencanaan strategi yang harus dilakukan adalah CV. *Lonna kami indokopi* adalah strategi SO yang nilainya 3,5, kemudian ST, WO, dan WT.

Sedangkan menurut arya aryadi (2017) dapat dilihat bahwa subtotal peluang yaitu 1,697 dan subtotal ancaman 0,914. Hal ini artinya Kampung Kupi Gayo mampu mengatasi ancaman dengan memanfaatkan

peluang. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika Studi Kasus: Usaha “Kampung Kupa Gayo” 329 di Kabupaten Aceh tengah. Faktor-faktor eksternal Aceh yang menjadi peluang dominan dari usaha Kampung Kupa Gayo berdasarkan skor tertinggi yaitu pangsa pasar kopi olahan masih sangat besar dengan skor 0,526. Sedangkan yang menjadi ancaman dominan bagi usaha Kampung Kupa Gayo berdasarkan skor terendah yaitu persaingan usaha sejenis dengan skor 0,132.

KESIMPULAN:

Proses produksi kopi bisang pada perusahaan CV. Lonna Kami Indo Kopi dengan menggunakan metode marketing mix dan swot analisis mengalami peningkatan sebesar 81,8 masuk dalam kategori cukup baik dalam meningkatkan ekonomi masyarakat bua. Dan perkembangan kopi dengan menggunakan marketing mix dan swot analisis pada perusahaan CV. Lonna Kami Indo Kopi mengalami pengembangan pemasaran sebanyak 1% dengan menerapkan strategi yang telah disusun berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal.

UCAPAN TERIMA KASIH:

Terima kasih kepada dosen pembimbing, dan teman – teman yang selalu memberikan arahan dan masukannya sampai terselesainya penelitian ini. Terima kasih juga kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan dorongan secara moral dan moril.

DAFTAR PUSTAKA

- AEKI. (2015). *Statistik Kopi 1993 & 1994*. Jakarta: asosiasi ekspor kopi indonesia.
- anoragama. (2002). *koperasi dan usaha kecil*. jakarta: rineka cipta.
- Arsayadi, A. (2017). strategi pengembangan usaha pengolahan kopi arabika studi kasus: usaha “kampung kupa gayo”, kabupaten aceh tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah volume 2*, 1-10.
- Hariman. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, harga, Promosi, dan tempat

pendistribusian terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha pada perusahaan CV. TJAHAJA Baru Bukit Tinggi. *Jurnal Of Economy Business and accounting (costing 1)*, 68-82.

- Indrayani. (2017). Pengembangan Instrumen Penilaian Efektif Peminatan Peserta Didik SMA Negeri 1 Semarang. *Jurnal Of eddication Research And Evolution 6*, 39-45.
- Kurniawan. (2016). Pengaruh Pengembangan Produk dan Pengendalian Kualitas Terhadap Kinerja (survey) pada PT. Multipilar Balantika Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Islam 2*, 1-9.
- suyanto. (2008). *manajemen strategi*. yogyakarta: cv andi fosset.
- syafaruddin. (2007). *"bisang" in Pertemuan ilmiah evaluasi penelitian*. bogor: puslitbang perkebunan.