

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUKSI KOPI KEMASAN DI KECAMATAN KOTAMOBAGU UTARA

Sri Intan Tunggal¹, Arie F. Kawulur², Linda A.O. Tanor³

^{1,2}Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Manado, Manado

³Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Manado, Manado

e-mail: 18305001@unima.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui strategi dalam pengembangan produksi kopi di Kecamatan Kotamobagu Utara melalui Analisis SWOT. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Data selanjutnya di analisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis diskriptif kualitatif adalah mengidentifikasi dan menggambarkan faktor internal dan faktor eksternal untuk perumusan strategi yang tepat. Sedangkan analisis kuantitatif dilakukan pada perhitungan Internal Factor Evaluation (IFE) adalah alat perumusan strategi untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama. Matrix External Factor Evaluation (EFE) adalah alat formulasi strategi untuk merangkum dan mengevaluasi peluang dan ancaman, Matrix SWOT merupakan alat yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, dan Quantitative Strategies Planning Matrix (QSPM) adalah alat untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan. Hasil penelitian setelah melakukan analisis di dapatkan 4 streategi yaitu, Strategi 1 untuk mengadakan perancangan peningkatan produksi dan memperluas pasar , Strategi 2 Bekerja sama dengan dinas terkait, Lembaga atau LSM terkait dengan kebutuhan kopi kepada petani dan melakukan pengolahan dengan berbasis teknologi yang maju, Strategi 3 Meningkatkan keterampilan pengolahan kopi dengan memanfaatkan teknologi, memperluas jangkawanan pengumpulan bahan baku dengan melakukan kerja sama dengan pemerentintah dan Strategi 4 Selalu melakukan kegiatan promosi dari berbagai arah, baik bersifat online maupun bersifat offline

Kata kunci: Strategi, Pengembangan, SWOT, Kopi

Abstract

For developing coffee production in North Kotamobagu District through SWOT Analysis. Data collection methods in this research used interviews, observation and documentation. The data was then analyzed using quantitative descriptive analysis. The analysis used in this research is qualitative and quantitative descriptive analysis. Qualitative descriptive analysis is identifying and describing internal and external factors for developing appropriate strategies. Meanwhile, quantitative analysis is carried out on Internal Factor Evaluation (IFE) calculations, which is a strategic research tool for summarizing and distributing main strengths and weaknesses. The External Factor Evaluation (EFE) Matrix is a strategy formulation tool to summarize and provide opportunities and threats, the SWOT Matrix is a tool that clearly describes how external opportunities and threats can be adjusted to their strengths and weaknesses, and the Quantitative Strategies Planning Matrix (QSPM) is a tool to determine which strategy is considered the best to be implemented. The results of the research after conducting the analysis resulted in 4 strategies, namely, Strategy 1 for designers to increase production and market expansion, Strategy 2 Collaborate with related agencies, institutions or NGOs related to the coffee needs of the community. farmers and carry out processing based on advanced technology, Strategy 3 Improve coffee processing skills by utilizing technology, expand the reach of collecting raw materials by collaborating with the government and Strategy 4 Always carry out promotional activities from various directions, both online and offline

Keywords: Strategy, Development, SWOT, Coffee

1. Pendahuluan

Perkembangan sektor pertanian di Indonesia sangat dirasakan manfaatnya lewat hasil-hasil pembangunan yang telah dicapai selama ini. Hal ini tidak dapat dipungkiri mengingat Indonesia memiliki modal kekayaan sumber daya alam yang sangat besar, sehingga memberikan peluang bagi berkembangnya usaha-usaha pertanian, yang salah satunya adalah tanaman perkebunan khususnya tanaman kopi, yang merupakan salah satu komoditi perkebunan yang banyak dibudidayakan oleh petani dan perusahaan swasta. Hal ini disebabkan karena komoditi ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan strategis, baik untuk memberikan peningkatan pendapatan petani bahkan dapat menambah devisa bagi negara (Sairdama, 2013).

Kopi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dapat kita lihat dengan banyaknya produk-produk kopi dalam negeri maupun luar negeri yang bersaing secara bebas di Indonesia. Dari brand kopi yang sudah terkenal sampai yang baru mulai berkembang, dari mulai perusahaan ternama sampai dari UKM di desa. Prospek pasar yang potensial dan kebutuhan kita yang banyak menyukai kopi biasanya kopi merupakan minuman yang cukup khas, banyak yang menyukai kopi itu sendiri. Karena kopi juga bisa dikatakan tumbuhan yang banyak tumbuh di Indonesia, dari Sabang sampai Merauke, dan mempunyai ciri atau cita rasa yang khas dan berbeda-beda antara daerah itu sendiri. Banyak juga negara lain yang mengimpor biji kopi Indonesia. Meskipun banyak macam ciri khas rasa kopi dari daerah-daerah di Indonesia, dalam negeri pun juga banyak persaingan produk kopi antara produk dalam negeri dan produk luar negeri yang datang di Indonesia. Sehingga menjadi nilai bisnis yang sangat tinggi.

Konsumsi pemerintah terus memegang peran aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi selama pandemi, termasuk di Triwulan III-2021. Upaya ini dapat mendorong peningkatan pada komponen konsumsi rumah tangga dan investasi. Untuk itu, sejalan kebijakan dan arah pengembangan pembangunan daerah yang telah direncanakan oleh pemerintah daerah untuk menjadikan kopi sebagai produk andalan yang memiliki daya saing dan diharapkan akan menjadi penggerak perekonomian masyarakat dan daerah. Pentingnya untuk mengembangkan sektor-sektor berdaya saing yang dapat meningkatkan pendapatan daerah dan membuka peluang usaha bagi masyarakat lokal (Supriyanto, 2022),

Dalam pembuatan produk kopi, perusahaan harus memahami karakteristik kopi yang disukai konsumen dan memahami bagaimana konsumen dalam memutuskan pembelian. Sehingga dengan memahami perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan, maka perusahaan akan dapat memengaruhinya dengan menciptakan produk yang diinginkan konsumen, sehingga konsumen tersebut nantinya akan membeli dan mengonsumsi produk mereka.

Anna Maria (2017) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlihat dalam usaha memperoleh, menggunakan, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, terdapat 3 tempat pengolahan kopi yaitu: Kopi Mojago, Kopi Sinondag, Kopi Mopira, Kopi Lipu Totabuan yang berada di Kecamatan Kotamobagu Utara dan mayoritas petani berada di sekitaran Kotamobagu Utara. Dalam segi harga memiliki harga yang berbeda dalam kemasan dan ukuran yang berbeda. Berikut adalah tabelnya.

Tabel 1 Daftar Kemasan dan Harga Kopi Mojago, Kopi Sinondag, Kopi Mopira, Kopi Lipu Totabuan

No	Produk	Kemasan	Ukuran	harga
1.	Kopi Mojago	Aluminium Foil	65 Gram	Rp. 10.000
		Aluminium Foil	250 Gram	Rp. 35.000
		Alumunium Foil	500 Gram	Rp. 70.000
2.	Kopi Mopira	Aluminium Foil	60 Gram	Rp. 10.000
		Aluminium Foil	200 Gram	Rp. 30.000
		Alumunium Foil	500 Gram	Rp. 85.000
3.	Kopi Sinondag	Aluminium Foil	65 Gram	Rp. 10.000
		Aluminium Foil	150 Gram	Rp. 25.000
		Aumunium Foil	200 Gram	Rp. 30.000
		Alumunium Foil	500 Gram	Rp. 75.000
4	Kopi Lipu Totabuan	Alumunium Foil	1 Kg	Rp. 150.000
		Alumunium Foil	200 Gram	Rp. 25.000
		Alumunium Foil	150 Gram	Rp. 22.500

Sumber: Data primer di olah

Hasil data observasi di atas mengingatkan pentingnya pengembangan usaha kopi di Kecamatan Kotamobagu Utara bagi pengusaha maka diperlukan gambaran yang jelas tentang proses pengembangan produksi kopi dari tempat usaha sampai ke konsumen akhir. Dalam proses pengembangan dari sentra produksi ke konsumen akhir melibatkan lembaga pemasaran, sehingga mengakibatkan lembaga pemasaran berusaha memperoleh keuntungan. Besar kecilnya keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat akan berpengaruh terhadap margin pemasaran kopi di Kotamobagu Utara.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian lapangan merupakan penelitian data-data yang digunakan dalam penelitian diperoleh melalui studi lapangan dengan cara mengamati, mencatat, dan mengumpulkan berbagai data dan informasi yang ditemukan di lapangan, kemudian dilihat dari pendekatannya peneliti lebih cenderung menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang diharapkan dapat menghasilkan suatu deskripsi tentang ucapan, tulisan atau perilaku yang dapat diamati (Titis, Dwi. 2022).

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah mengidentifikasi dan menggambarkan faktor internal dan faktor eksternal pada usaha pengolahan kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara serta perumusan strategi yang tepat pada usaha pengolahan kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara. Sedangkan analisis kuantitatif dilakukan pada perhitungan Internal Factor Evaluation (IFE) adalah alat perumusan strategi untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama. Matrix External Factor Evaluation (EFE) adalah alat formulasi strategi untuk merangkum dan mengevaluasi peluang dan ancaman, Matrix SWOT merupakan alat yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, dan Quantitative Strategies Planning Matrix (QSPM) adalah alat untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan.

Tahap terakhir adalah menghitung rata-rata tertimbang dengan mengalikan nilai dari penggabungan bobot dikalikan dengan rating pada setiap faktor, kemudian hasil kali tersebut dijumlahkan secara vertikal untuk mendapatkan nilai rata-rata tertimbang pada masing-masing matriks. Total skor EFE berkisar antara 1,0 - 4,0 dengan rata-rata 2,5. Total skor 4,0 menunjukkan usaha pengolahan kopi kemasan di kecamatan Kotamobagu Utara merespon peluang maupun ancaman yang dihadapi dengan sangat baik. Sedangkan total skor 1,0 menunjukkan usaha pengolahan kopi kemasan tidak dapat memanfaatkan peluang atau menghindari ancaman eksternal (David, 2009:144). Total skor IFE berkisar antara 1,0 - 4,0

dengan rata-rata 2,5. Jika total skor pembobotan IFE di bawah 2,5 maka menggambarkan usaha pengolahan kopi di Kecamatan Kotamobagu Utara yang lemah secara internal. Sedangkan jika di atas 2,5 maka menunjukkan posisi internal yang kuat (David, 2009:208).

Tabel 2. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Rata-rata terbilang
Kekuatan		Skala 3-4	Bobot x rating
Kelemahan		Skala 1-2	Bobot x rating
Total	1,00		1,00 – 4,00

Sumber: David (2009:207)

Tabel 3. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Rata-rata terbilang
Kekuatan		Skala 1-4	Bobot x rating
Kelemahan		Skala 1-4	Bobot x rating
Total	1,00		1,00 – 4,00

Sumber : David (2009:207)

Tabel 4 Skema Analisis SWOT

INTERNAL	Kekuatan (s) Menentukan beberapa factor yang menjadi kekuatan usaha produksi kopi kemasan	Kelemahan (w) Menentukan beberapa factor yang menjadi keelmalhan usaha produksi kopi
EKSTERNAL	Strategi (SO) Menggunakan kekuatan usaha kopi untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi (WO) Meminimalkan kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang
Peluang (O) Menentukan beberapa factor yang dianggap sebagai peluang bagi usaha kopi	Strategi (ST) Memanfaatkan kekutan usaha kopi dalam menghadapi anacaman Luar	Strategi (WT) Meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman luar
Ancaman (T) Menentukan factor yang dianggap sebagai ancaman bagi Usaha kopi		

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 5. Harga Kopi Kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara

No	Nama Kopi	Harga						
		60g	65g	150g	200g	250g	500g	1kg
1	Kopi Lipu Totabuan	-	-	22,500	25,000	-	-	-
2	Kopi Mojago	-	10,000	-	-	35,000	70,000	-
3	Kopi Sinondag	-	10,000	25,000	30,000	-	75,000	150,000
4	Kopi Mopira	10,000	-	-	30,000	-	85,000	-

Table 6. Ringkasan Faktor Strategis Lingkungan Internal Usaha Pengolahan Kopi Kemasan Di Kecamatan Kotamobagu Utara

No	Lingkungan Internal	Kekuatan	Kelemahan
1.	Aspek Manajemen	1. Pengelolah Usaha Kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi.	1. Belum Memiliki struktur organisasi terstruktur

		2. Memiliki Dukungan dari Pemerintah	
		3. Sudah memiliki izin usaha (P-IRT)	
2	Aspek Pemasaran	4. Produk kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara tersedia dalam berbagai ukuran dan harga	2. Belum banyak melakukan kegiatan promosi melalui media sosial.
		5. Daerah pemasaran kopi kemasan di kecamatan Kotamobagu Utara sudah meluas ke wilayah Manado dan Gorontalo	3. Belum mempunyai tenaga pemasaran
		6. Saluran distribusinya pendek dan panjang.	4. Kopi kemasan di kecamatan Kotaobagu Utara mempunyai produk kopi bubuk dengan berbagai label.
3	Aspek Keuangan	7. Menggunakan sumber modal keuangan sendiri dan bantuan dari pemerintah dan koperasi.	5. Belum memiliki pencatatan keuangan
4	Aspek Produksi	8. Menggunakan Bahan baku yang berasal dari biji kopi pilihan yang berkualitas dan memiliki lahan kopi pribadi.	6. Belum bisa mempertahankan kualitas kopi yang konsisten dan cita rasa yang tetap
		9. Memiliki pemasok tetap	7. Petani belum memiliki pengetahuan agar memilih kualitas kopi yang bagus
		10. Pengelolah Kopi Kemasan di kecamatan Kotamobagu Utara mempunyai mesin penggiling atau heler.	

Tabel 7. Ringkasan Faktor Strategis Lingkungan Eksternal Usaha Pengolahan Kopi Kemasan Di Kecamatan Kotamobagu Utara

No	Lingkungan Eksternal	Peluang	Ancaman
1.	Aspek Sosial, Budaya, dan Demografi	1. Letak lokasi pengolahan kopi kemasan yang strategis 2. Cuaca dan iklim di kecamatan Kotamobagu Utara cocok untuk ditanami kopi	1. Dengan tumbuhnya coffe shop saat ini menyebabkan berkurangnya orang mengamsumsi kopi kemasan tradisional. 2. kurangnya stok kopi karena petani beralih ke profesi lain contohnya menjadi penambang dan beralih ketanaman lainnya.
2	Aspek Lingkungan, Hukum dan Politik	3. Adanya kerja sama antara pemerintah dan koperasi kepada pengelolah kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara	
3	Aspek Ekonomi	4. Menggunakan sumber modal keuangan	3. inflasi menyebabkan kenaikan harga bahan baku.

		sendiri dan bantuan dari pemerintah dan koperasi.
4	Aspek Teknologi	4. Adanya usaha sejenis yang sudah memiliki teknologi yang lebih maju
	5. Aspek Pesaing	5. Ada beberapa usaha yang sama di luar kotamobagu Utara

Analisis Matriks IFE dan EFE

Tabel 8. Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) Usaha Pengolahan Kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Peringkat	Rata-Rata Terbilang
Kekuatan				
1	Pengelola Usaha Kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi.	0.06	4	0.24
2	Memiliki Dukungan dari Pemerintah	0.07	4	0.28
3	Sudah memiliki izin usaha (P-IRT)	0,05	3	0.15
4	Produk kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara tersedia dalam berbagai ukuran dan harga	0.07	3	0.21
5	Daerah pemasaran kopi kemasan di kecamatan Kotamobagu Utara sudah meluas ke wilayah Manado dan Gorontalo	0.06	4	0.24
6	Saluran distribusinya pendek dan panjang.	0.05	4	0.20
7	Menggunakan sumber modal keuangan sendiri dan bantuan dari pemerintah dan koperasi.	0.05	4	0.20
8	Menggunakan Bahan baku yang berasal dari biji kopi pilihan yang berkualitas dan memiliki lahan kopi pribadi.	0.05	3	0.15
9	Memiliki pemasok tetap	0.05	2	0.10
10	Pengelola Kopi Kemasan di kecamatan Kotamobagu Utara mempunyai mesin penggiling atau heler.	0.06	2	0.10
Jumlah		0.57	33	1.87
		Bobot	Peringkat	Rata-Rata Terbilang
Kelemahan				
1	Belum Memiliki struktur organisasi terstruktur	0.07	2	0.14
2	Belum banyak melakukan kegiatan promosi melalui media sosial.	0.05	2	0.10
3	Belum mempunyai tenaga pemasaran	0.05	1	0.05
4	Kopi kemasan di kecamatan Kotaobagu Utara mempunyai produk kopi bubuk dengan berbagai label.	0.07	1	0.07
5	Belum memiliki pencatatan keuangan	0.06	1	0.06
6	Belum bisa mempertahankan kualitas kopi yang konsisten dan cita rasa yang tetap	0.06	2	0.12

7	Petani belum memiliki pengetahuan agar memilih kualitas kopi yang bagus	0,07	2	0.14
Jumlah		0.43	11	070
Total		1.00	44	2.60

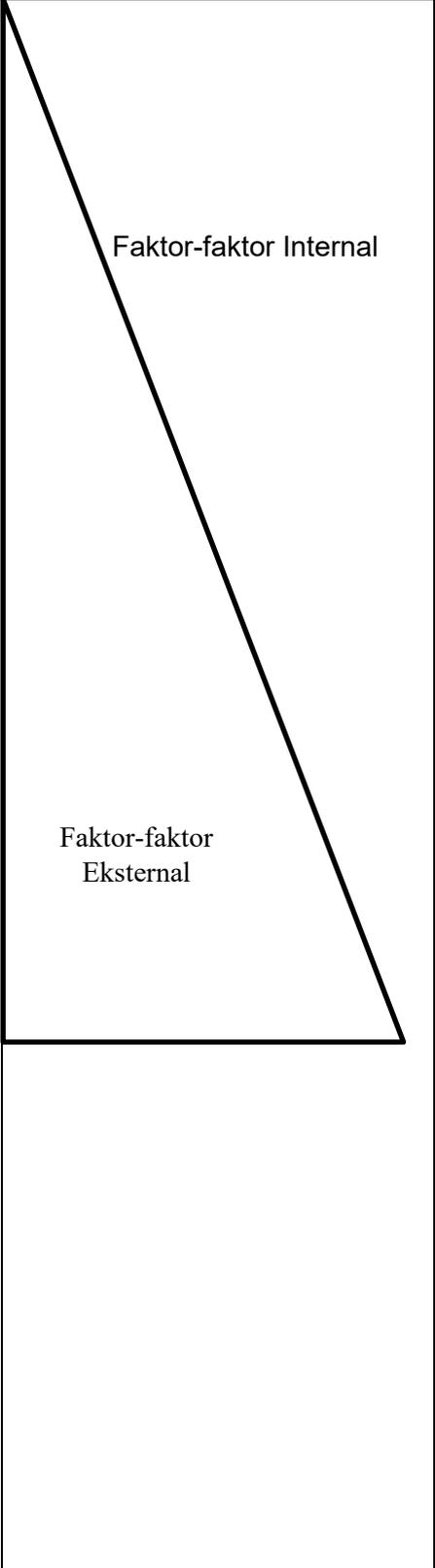
Berdasarkan Tabel 8 di atas, diperoleh hasil total nilai matriks IFE berada di atas 2,5, yaitu 2,60. Artinya usaha kopi di Kecamatan Kotamobagu Utara dalam pengembangan pengolahan kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara memiliki posisi internal yang kuat karena mampu menggunakan kekuatan yang ada untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki. Faktor yang bobot tertinggi dan rating yang tertinggi merupakan faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha pengolahan kopi kemasan di Kotamobagu Utara..

Tabel 9. Analisis Matriks IFE (*External Factor Evaluation*) Usaha Pengolahan Kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara

No	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Peringkat	Rata-Rata Terbilang
Peluang				
1	Letak lokasi pengolahan kopi kemasan yang strategis	0.10	4	0.40
2	Cuaca dan iklim di kecamatan Kotamobagu Utara cocok untuk ditanami kopi	0.10	3	0.30
3	Adanya kerja sama antara pemerintah dan koperasi kepada pengelola kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara	0,15	4	0.60
4	Menggunakan sumber modal keuangan sendiri dan bantuan dari pemerintah dan koperasi	0.10	4	0.40
Jumlah		0.45	15	1.70
Ancaman				
1	Dengan tumbuhnya coffe shop saat ini menyebabkan berkurangnya orang mengamsumsi kopi kemasan tradisional.	0.10	2	0.20
2	kurangnya stok kopi karena petani beralih ke profesi lain contohnya menjadi penambang dan beralih ketanaman lainnya.	0.15	3	0.45
3	inflasi menyebabkan kenaikan harga bahan baku.	0,10	4	0.40
4	Adanya usaha sejenis yang sudah memiliki teknologi yang lebih maju	0.10	4	0.40
5	Ada beberapa usaha yang sama di luar kotamobagu Utara	0.10	1	0.10
Jumlah		55	14	1.55
Total		1.00	29	3.25

Berdasarkan tabel 9 di atas, diperoleh hasil total nilai matriks EFE sebesar 3,25. Artinya usaha kopi kemasan Utara dalam pengembangan pengolahan kopi merespon kuat terhadap peluang eksternal dan menghindari ancaman yang datang. Faktor yang memiliki nilai bobot dan peringkat yang tertinggi yaitu 4,0 menandakan bahwa faktor tersebut faktor penting dan respon yang baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam usahanya. Total nilai tertimbang 1,0 menunjukkan bahwa strategi usaha tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal usaha.

Tabel 10 Analisis Matriks SWOT pada usaha pengolahan kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara

 <p>Faktor-faktor Internal</p> <p>Faktor-faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (Stranght)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolah Usaha Kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara mempunyai ilmu pengetahuan budaya lokal yang bisa direvitalisasi. 2. Memiliki Dukungan dari Pemerintah 3. Sudah memiliki izin usaha P-IRT 4. Produk kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara tersedia dalam berbagai ukuran dan harga 5. Daerah pemasaran kopi kemasan di kecamatan Kotamobagu Utara sudah meluas ke wilayah Manado dan Gorontalo 6. Saluran distribusinya pendek dan panjang. 7. Menggunakan sumber modal keuangan sendiri dan bantuan dari pemerintah dan koperasi. Menggunakan Bahan baku yang berasal dari biji kopi pilihan yang berkualitas dan memiliki lahan kopi pribadi. 8. Memiliki pemasok tetap 9. Pengelolah Kopi Kemasan di kecamatan Kotamobagu Utara mempunyai mesin penggiling atau heler. 	<p>Kelemahan (Weaknes)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum Memiliki struktur organisasi terstruktur 2. Belum banyak melakukan kegiatan promosi melalui media sosial. 3. Belum mempunyai tenaga pemasaran 4. Kopi kemasan di kecamatan Kotaobagu Utara mempunyai produk kopi bubuk dengan berbagai label. 5. Belum memiliki pencatatan keuangan 6. Belum bisa mempertahankan kualitas kopi yang konsisten dan cita rasa yang tetap 7. Petani belum memiliki pengetahuan agar memilih kualitas kopi yang bagus
<p>Peluang (Opportunites)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Letak lokasi pengolahan kopi kemasan yang strategis 2. Cuaca dan iklim di 	<p>Strategi S-O</p> <p>Mengadakan Perancangan Peningkatan Produksi dan Memperluas Pasar</p>	<p>Strategi W-O</p> <p>Bekerja sama dengan dinas terkait, Lembaga atau LSM terkait dengan kebutuhan kopi kepada petani dan melakukan</p>

<p>kecamatan Kotamobagu Utara cocok untuk ditanami kopi</p> <p>3. Adanya kerja sama antara pemerintah dan koperasi kepada pengelolah kopi kemas di Kecamatan Kotamobagu Utara</p> <p>4. Menggunakan sumber modal keuangan sendiri dan bantuan dari pemerintah dan koperasi.</p>		<p>pengolahan dengan berbasis teknologi yang maju</p>
<p>Ancaman (Treats)</p> <p>1. Dengan tumbuhnya coffe shop saat ini menyebabkan berkurangnya orang mengamsumsi kopi kemas tradisional.</p> <p>2. kurangnya stok kopi karena petani beralih ke profesi lain contohnya menjadi penambang dan beralih ketanaman lainnya.</p> <p>3. inflasi menyebabkan kenaikan harga bahan baku.</p> <p>4. Adanya usaha sejenis yan sudah memiliki teknologi yang lebih maju</p> <p>5. Ada beberapa usaha yang sama di luar kotamobagu Utara</p>	<p>Strategi S-T</p> <p>Meningkatkan keterampilan pengolahan kopi dengan memanfaatkan teknologi, memperluas jangkawan pengumpulan bahan baku dengan melakukan kerja sama dengan pemerentintah</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>Selalu melakukan kegiatan promosi dari berbagai arah, baik bersifat online maupun bersifat offline</p>

Tabel 11 Hasil matriks QSPM

Faktor Strategis	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Jumlah Faktor Eksternal	1.00	63	3.69	55	3.20	58	3.41	53	3.09
Jumlah Faktor Internal	1.00	33	3.65	29	3.20	29	3.20	27	3.00
Total		96	7.34	84	6.4	87	6.61	80	6.09

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil nilai TAS pada masing-masing strategi yaitu:

- Strategi 1: Mengadakan Perancangan Peningkatan Produksi dan Memperluas Pasar (STAS=7.34)
- Strategi 2: Bekerja sama dengan dinas terkait, Lembaga atau LSM terkait dengan kebutuhan kopi kepada petani dan melakukan pengolahan dengan berbasis teknologi yang maju (STAS=6.40).
- Strategi 3: Meningkatkan keterampilan pengolahan kopi dengan memanfaatkan teknologi, memperluas jangkawan pengumpulan bahan baku dengan melakukan kerja sama dengan pemerintah (STAS=6.61).

- d. Strategi 4: Selalu melakukan kegiatan promosi dari berbagai arah, baik bersifat online maupun bersifat offline (STAS=6.09)

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini adalah untuk menentukan strategi yang cocok dalam pengembangan usaha produksi kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara. Dalam penentuan strategi, yang pertama dilakukan yaitu menentukan faktor-faktor Internal dan Eksternal, menentukan matriks SWOT dan Matriks QSPM.

Dalam matriks SWOT didapatkan ada strategi-strategi sebagai berikut:

- a. S-O: Mengadakan Perancangan Peningkatan Produksi dan Memperluas Pasar.
- b. W-O: Bekerja sama dengan dinas terkait, Lembaga atau LSM terkait dengan kebutuhan kopi kepada petani dan melakukan pengolahan dengan berbasis teknologi yang maju.
- c. S-T: Meningkatkan keterampilan pengolahan kopi dengan memanfaatkan teknologi, memperluas jangkauan pengumpulan bahan baku dengan melakukan kerja sama dengan pemerintah.
- d. W-T: Selalu melakukan kegiatan promosi dari berbagai arah, baik bersifat online maupun bersifat offline

Dari hasil nilai TAS pada masing-masing seperti Strategi 1: Mengadakan Perancangan Peningkatan Produksi dan Memperluas Pasar mendapatkan nilai (STAS=7.34), Strategi 2: Bekerja sama dengan dinas terkait, Lembaga atau LSM terkait dengan kebutuhan kopi kepada petani dan melakukan pengolahan dengan berbasis teknologi yang maju mendapatkan (STAS=6.40), Strategi 3: Meningkatkan keterampilan pengolahan kopi dengan memanfaatkan teknologi, memperluas jangkauan pengumpulan bahan baku dengan melakukan kerja sama dengan pemerintah mendapatkan (STAS=6.61), Strategi 4: Selalu melakukan kegiatan promosi dari berbagai arah, baik bersifat online maupun bersifat offline mendapatkan (STAS=6.09).

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT dan matriks QSPM, terdapat empat strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha produksi kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara. Strategi pertama adalah mengadakan perancangan peningkatan produksi dan memperluas pasar dengan nilai STAS tertinggi yaitu 7,34. Strategi kedua adalah bekerja sama dengan dinas terkait, lembaga atau LSM terkait dengan kebutuhan kopi kepada petani dan melakukan pengolahan dengan berbasis teknologi yang maju dengan nilai STAS 6,40. Strategi ketiga adalah meningkatkan keterampilan pengolahan kopi dengan memanfaatkan teknologi, memperluas jangkauan pengumpulan bahan baku dengan melakukan kerja sama dengan pemerintah dengan nilai STAS 6,61. Strategi keempat adalah selalu melakukan kegiatan promosi dari berbagai arah, baik bersifat online maupun bersifat offline dengan nilai STAS 6,09. Keempat strategi ini diharapkan dapat meningkatkan pengembangan usaha produksi kopi kemasan di Kecamatan Kotamobagu Utara sehingga dapat bersaing dengan produk kopi lainnya dan meningkatkan kesejahteraan petani kopi di daerah tersebut.

Daftar Pustaka

- David, F. R. 2009. *Manajemen Strategi: Konsep* (Edisi 12). Jakarta: Salemba Empat.
- Maria, A. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Indomaret Surabaya (Studi Kasus di Indomaret Nginden Semolo Surabaya)* [Skripsi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya]. Repositori Institusi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Sairdama, S. S. 2013. Analisis Pendapatan Petani Kopi Arabika (*Coffea arabica*) dan Margin Pemasaran di Distrik Kamu Kabupaten Dogiyai. *Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 2(2), 44-56. <https://doi.org/10.30598/agrilan.v2i2.417>

- Supriyanto, M. C. N. R. 2022. Overlay Analysis of Potential Economic Sectors of Minahasa Regency in 2017-2021. In *Journal of International Conference Proceedings (JICP)* Vol. 5, No. 2, pp. 489-498.
- Titis, D. 2022. *Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Menggunakan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Kopi Khol di Desa Gumiwang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)* [Skripsi, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto]. Repositori Institusi UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/12345/>