

Nilai Tambah dan Prospek Pengembangan Agroindustri Kopi Herbal Kapulaga di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe

Beta Rianul Setiawati¹ dan Djoko Soejono²

¹ Mahasiswa, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember; betabund@gmail.com

² Staf Pengajar, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember, soejono_djoko@yahoo.co.id

* Correspondence: e-mail: betabund@gmail.com; +6282231936063

Abstract: *Herbal coffee cardamom is a coffee-based product processed from coffee and cardamom. Those agroindustry will sustain by pay attention to several things that affect production such as sustainability of production process. The purposes of this research was to know: (1) value added of herbal coffee cardamom product and (2) prospect development of herbal coffee cardamom agroindustry. The data analyzed by using value-added analysis and SWOT analysis. The result shows that; 1) Herbal coffee cardamom product has positive value added, and 2) Development prospect of herbal coffee cardamom agroindustry is about the position of cardamom herbal coffee agroindustry which is in the Gray Area (Weak-Potential Field) with a concentrated strategy through horizontal integration or stability.*

Keywords: *coffee, cardamom, herbal, value added, prospect*

Abstrak: Kapulaga kopi herbal adalah produk berbasis kopi yang diolah dari kopi dan kapulaga. Agroindustri tersebut akan menopang dengan memperhatikan beberapa hal yang mempengaruhi produksi seperti kesinambungan proses produksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) nilai tambah produk kapulaga kopi herbal dan (2) prospek pengembangan agroindustri kapulaga kopi herbal. Data dianalisis dengan menggunakan analisis nilai tambah dan analisis SWOT. Hasilnya menunjukkan bahwa; 1) Produk kapulaga kopi herbal memiliki nilai tambah positif, dan 2) Prospek pengembangan agroindustri kapulaga kopi herbal adalah tentang posisi agroindustri kopi kapulaga herbal yang berada di wilayah Grey (Lemah-Potensi Lahan) dengan strategi terkonsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas.

Kata kunci: kopi, kapulaga, herbal, nilai tambah, prospek

1. Pendahuluan

Pembangunan pertanian berarti membangun subsektor yang ada di dalam pertanian. Salah satunya adalah pembangunan subsektor perkebunan. Pembangunan subsektor perkebunan memiliki arah mewujudkan perkebunan yang efisien, produktif, dan berdaya saing tinggi demi kemakmuran rakyat secara berkeadilan dan berkesinambungan. Pembangunan subsektor perkebunan memiliki program untuk melaksanakan pengembangan agribisnis berbasis komoditas dan memantapkan ketahanan pangan (Zulkarnain *et al.*, 2013).

Sebagai salah satu komoditas subsektor perkebunan, kopi memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lain sehingga berperan penting sebagai sumber devisa negara. Selain itu, komoditas kopi juga merupakan sumber perolehan pendapatan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Edvan *et al.*, 2016).

Selain kopi, kapulaga merupakan salah satu rempah yang juga ditanam di wilayah perkebunan, dan menjadi komoditas ekspor. Kapulaga merupakan satu dari 9 jenis rempah-rempah utama dunia dan biasanya diperjualbelikan dalam bentuk minyak atsiri maupun dalam bentuk buah kering. Kapulaga memiliki beberapa manfaat diantaranya, mengobati batuk, bau mulut, dan gatal tenggorokan, penyedap masakan, kue, gula, serta obat-obatan penghilang rasa sakit (Tambunan *et al.*, 2017).

Agroindustri kopi herbal kapulaga merupakan agroindustri yang dikelola oleh Kelompok Tani Hutan Santuso II di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. Agroindustri kopi herbal kapulaga ada sebagai bentuk pengembangan dari potensi kopi dan kapulaga yang dimiliki oleh Kecamatan Sumberjambe. Agroindustri kopi herbal kapulaga sejauh ini telah memiliki penjadwalan produksi yang kontinyu.

Produk kopi herbal kapulaga merupakan suatu bentuk diversifikasi dari olahan kopi. Hal tersebut merupakan salah satu cara meningkatkan nilai tambah komoditas kopi maupun rempah sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Suatu aktivitas dapat dikatakan memiliki nilai tambah apabila penambahan beberapa input pada aktivitas itu akan memberikan nilai tambah produk (barang dan/atau jasa) (Sudiyono, 2002). Transformasi hasil primer komoditi pertanian menjadi produk tertentu dapat menciptakan nilai tambah yang memungkinkan kemudahan dalam pengangkutan dan dapat mempertahankan nilai nutrisi dalam komoditas tersebut (Dewi *et al.*, 2013).

Agroindustri kopi herbal kapulaga yang mengolah kopi dan kapulaga kering mampu memberikan nilai tambah untuk kedua komoditas tersebut. Proses pengolahan yang menyebabkan adanya nilai tambah dari suatu produk dapat dilihat dari adanya perubahan pada bahan baku yaitu perubahan bentuk, tempat, dan waktu. Agroindustri kopi herbal kapulaga merupakan agroindustri yang mengolah diversifikasi produk olahan kopi sehingga termasuk bidang usaha yang memiliki peluang strategis untuk dikembangkan. Selain didukung dengan kondisi permintaan yang sejauh ini mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, kopi herbal kapulaga merupakan diversifikasi produk olahan kopi yang inovatif dengan bahan baku utama kopi robusta murni dan kapulaga. Sebagai produk inovatif maka, bagaimana kemampuan produk dalam memberikan nilai tambah dan keuntungan baik bagi pemilik maupun bagi imbalan tenaga kerja perlu diketahui. Berdasarkan penelitian terdahulu, kondisi tersebut dapat dianalisis dengan baik menggunakan metode Hayami dimana umumnya, produk olahan hasil pertanian yang inovatif tersebut mampu memberikan nilai tambah yang positif.

Agroindustri kopi herbal kapulaga termasuk bidang usaha yang memiliki peluang strategis untuk dikembangkan, didukung kondisi pertumbuhan permintaan yang cenderung meningkat. Penyusunan rencana yang tepat dapat dilakukan dengan memperhatikan bagaimana prospek pengembangan dari agroindustri kopi herbal kapulaga dengan berdasarkan pada beberapa indikator yang dirasa mempengaruhi perkembangan dari agroindustri.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Apriande (2009) terkait dengan analisis faktor-faktor internal perusahaan dan faktor-faktor eksternal, serta merumuskan alternatif dan prioritas strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan CV Agrifamili Renanthera, dapat diketahui bahwa kopi herbal instan yang diproduksi oleh CV Agrifamili Renanthera masih tergolong tidak stabil. Hasil identifikasi menunjukkan

faktor lingkungan internal berpengaruh yaitu hubungan baik dengan pemasok bahan baku, hubungan baik dengan distributor (agen), produk telah memenuhi aspek legalitas, atribut kemasan sudah lengkap, harga bersaing di pasaran, perusahaan memiliki web atau situs sendiri, komunikasi antara pemilik dan karyawan terjalin dengan baik, mutu produk sudah cukup baik, masih terjadi tumpah tindih pekerjaan, keterbatasan modal usaha, teknologi produksi masih semi modern, kapasitas produksi masih terbatas, sistem pembukuan atau pengelolaan keuangan belum sistematis, serta bagian penelitian dan pengembangan produk belum berjalan secara baik. Sedangkan untuk faktor eksternal berpengaruh yaitu berkembangnya tren gaya hidup sehat, meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang kualitas dan aspek legalitas produk, adanya perkembangan teknologi, dukungan pemerintah terhadap perkembangan industri yang ada, harga produk substitusi lebih murah, pandangan masyarakat tentang herbal merupakan salah satu alternatif obat alami, banyaknya pesaing di dalam industri, serta tingkat inflasi yang fluktuatif.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan hasil survey pendahuluan yang dilakukan maka, dapat dirumuskan untuk faktor-faktor yang mempengaruhi agroindustri kopi herbal kapulaga yaitu bahan baku, sumber daya manusia, mutu, kapasitas produksi, lokasi perusahaan, permodalan, pasar dan pemasaran, dukungan pemerintah, produk olahan kopi lain, serta legalitas produk. Faktor-faktor tersebut kemudian diidentifikasi untuk menemukan faktor lingkungan internal dan eksternal yang digunakan untuk menganalisis terkait prospek pengembangan dari agroindustri.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa penelitian bertujuan untuk mengetahui: (1) nilai tambah produk kopi herbal kapulaga, dan (2) prospek pengembangan agroindustri kopi herbal kapulaga.

2. Metode

Metode yang digunakan untuk menentukan daerah penelitian adalah metode secara sengaja (*Purposive Method*). Metode *purposive* yaitu teknik penentuan lokasi penelitian dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Daerah penelitian yang dipilih adalah Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember dengan beberapa pertimbangan merupakan daerah yang mulai dari tahun 2012 secara konsisten menjadi wilayah pengembangan kegiatan pertanian masyarakat kehutanan terkait kapulaga, merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Jember dengan potensi hasil produksi kopi yang baik, dan memiliki agroindustri pengolahan berbahan baku komoditas potensial lokal Kecamatan Sumberjambe yaitu kopi dan kapulaga menjadi kopi herbal kapulaga.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), dan dokumentasi untuk memperoleh data yang sifatnya merupakan data primer dan data sekunder. Observasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana kegiatan produksi yang dilakukan oleh agroindustri kopi herbal kapulaga sehingga dapat diketahui bagaimana perlakuan yang diberikan mampu mempengaruhi nilai tambah. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data primer pada penelitian yakni, informasi terkait bagaimana proses produksi dan alokasi tenaga kerja hingga diketahui besar perolehan nilai tambah, serta seberapa baik agroindustri dapat dikembangkan dengan memanfaatkan potensi dan peluangnya demi menghadapi kelemahan dan ancaman. Studi dokumentasi dilakukan untuk melengkapi informasi dan atau data yang dibutuhkan yang mungkin bukan merupakan informasi yang mudah diingat oleh informan sehingga tidak dapat diperoleh melalui observasi dan *interview* (wawancara). Studi dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan menganalisis catatan

tertulis mengenai biaya pemesanan dan penyimpanan serta banyaknya bahan baku yang dipesan maupun disimpan dalam setiap periodenya, dan catatan-catatan lain yang dapat digunakan sebagai sumber informasi dalam perhitungan analisis nilai tambah serta prospek pengembangan agroindustri kopi herbal kapulaga. Berdasarkan fenomena yang diangkat maka, untuk menjawab atau menganalisis rumusan masalah pada penelitian ini digunakan analisis nilai tambah dan analisis SWOT.

Analisis nilai tambah digunakan untuk mengetahui informasi mengenai besar pendapatan bagi tenaga kerja langsung serta keuntungan tanpa memperhatikan biaya tetap. Perolehan nilai tambah tersebut diperoleh dari besar nilai produk kopi herbal kapulaga dikurangi dengan besar harga bahan baku (kopi dan kapulaga) dan nilai sumbangan input lain. Nilai tambah kopi herbal kapulaga dapat diketahui dengan menggunakan rumus yang merupakan konversi dari formulasi matematik nilai tambah, sebagai berikut:

$$VA = NP - IC$$

Dimana :

VA = *Value Added* atau nilai tambah kopi herbal kapulaga

NP = Nilai Produksi yaitu harga jual kopi herbal kapulaga per satuan bahan baku

IC = *Intermediate Cost* yaitu biaya-biaya yang menunjang selama produksi kopi herbal kapulaga selain biaya tenaga kerja

Selanjutnya, dapat disimpulkan besar atau tingkat perolehan nilai tambah proses pengolahan kopi herbal kapulaga dengan menggunakan kriteria pengambilan keputusan, sebagai berikut:

- a. $VA > 0$, proses pengolahan kopi herbal kapulaga mampu memberikan nilai tambah positif
- b. $VA \leq 0$, proses pengolahan kopi herbal kapulaga mampu memberikan nilai tambah negative

Setelah diketahui besar perolehan nilai tambah kopi herbal kapulaga maka, dapat diperoleh besar keuntungan dari imbalan modal dan manajemen serta imbalan tenaga kerja proses pengolahan kopi herbal kapulaga dengan menggunakan formulasi rumus sebagai berikut:

$$\text{Keuntungan} = \pi = VA - BTk$$

$$\text{Tingkat keuntungan} = \frac{\pi}{VA} \times 100\%$$

$$\text{Bagian tenaga kerja} = \frac{BTk}{VA} \times 100\%$$

Dimana :

π = Nilai keuntungan kopi herbal kapulaga (Rp/kg bahan baku)

VA = Nilai tambah kopi herbal kapulaga (Rp/kg bahan baku)

BTk = Biaya tenaga kerja pada proses pengolahan (Rp/kg bahan baku)

Secara lebih rinci, analisis nilai tambah dilakukan dengan menggunakan metode Hayami. Berikut ini merupakan tabel perhitungan yang akan digunakan dalam analisis nilai tambah produk kopi herbal kapulaga yang didasari dari analisis nilai tambah menurut Hayami (1987).

Tabel 1. Perhitungan Nilai Tambah (*Value Added*) Kopi Herbal Kapulaga

Variabel			
No	Output, Input, dan Harga Kopi Herbal Kapulaga	Satuan	Nilai
1	Kopi herbal kapulaga yang dihasilkan	(kg/proses produksi)	A
2	Bahan baku utama (kopi dan atau kapulaga) yang digunakan	(kg/proses produksi)	B
3	Tenaga kerja	(jam/proses produksi)	C
4	Faktor konversi	(kg output/kg bahan baku)	$D = a/b$
5	Koefisien tenaga kerja	(jam/kg bahan baku)	$E = c/b$
6	Harga kopi herbal kapulaga		F
7	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/proses produksi)	(Rp/kg)	G
Pendapatan dan Keuntungan Kopi Herbal Kapulaga			Nilai
8	Harga bahan baku utama (kopi dan atau kapulaga)	(Rp/kg)	H
9	Sumbangan input lain	(Rp/kg output)	I
10	Nilai produk kopi herbal kapulaga	(Rp/kg)	$J = d \times f$
11	Nilai tambah	(Rp/kg)	$K = j - h - i$
	Rasio nilai tambah	(%)	$L = k/j \times 100\%$
12	Pendapatan tenaga kerja	(Rp/kg)	$M = e \times g$
	Bagian tenaga kerja	(%)	$N = m/k \times 100\%$
13	Keuntungan	(Rp/kg)	$O = k - m$
	Bagian keuntungan	(%)	$P = o/j \times 100\%$

Untuk menjawab rumusan masalah ketiga mengenai prospek pengembangan dari agroindustri kopi herbal kapulaga, digunakan analisis SWOT. Analisis SWOT memiliki beberapa tahapan atau harus melalui pembentukan beberapa matriks analisis sebelum akhirnya dapat membantu dalam perumusan strategi pengembangan suatu kegiatan atau usaha.

Pertama-tama perlu dilakukan pendataan terkait faktor yang mempengaruhi pengembangan agroindustri kopi herbal kapulaga selama ini baik faktor pengaruh internal maupun faktor pengaruh eksternal. Selanjutnya, faktor yang terlah dikumpulkan tersebut diklasifikasikan berdasarkan jenis masing-masing faktor apakah termasuk faktor yang sifatnya kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan atau ancaman (*threats*) terhadap agroindustri kopi herbal kapulaga. Berikut ini merupakan tahapan penilaian dalam urutan matriks analisis SWOT agroindustri kopi herbal kapulaga terkait faktor internal maupun eksternal yang berpengaruh (Rangkuti, 2013).

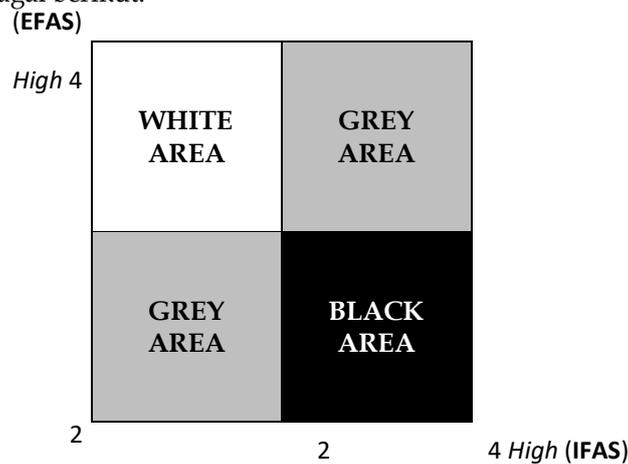
Tabel 2. Analisis Faktor Internal (*Internal Factor Analysis Summary/IFAS*)

Faktor Internal Berpengaruh	Bobot	Rating	Nilai (Bobot × Rating)
Kekuatan			
Kelemahan			
Total			

Tabel 3. Analisis Faktor Eksternal (*External Factor Analysis Summary/EFAS*)

Faktor Eksternal Berpengaruh	Bobot	Rating	Nilai (Bobot × Rating)
Peluang			
Ancaman			
Total			

Menurut Rangkuti (2013), perhitungan nilai faktor-faktor kondisi internal dan nilai faktor-faktor eksternal pada suatu usaha dapat dikomplikasikan ke dalam matrik posisi kompetitif relatif sebagai berikut:



Gambar 1. Matriks Posisi Kompetitif Relatif

Berdasarkan gambar 1, dapat diketahui bahwa kriteria pengambilan keputusan dari matriks posisi kompetitif relatif adalah sebagai berikut:

- Apabila agroindustri kopi herbal kapulaga terletak di daerah *White Area* (bidang kuat-berpeluang), maka usaha tersebut memiliki peluang yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.
- Apabila agroindustri kopi herbal kapulaga terletak di daerah *Grey Area* (bidang lemah-berpeluang), maka usaha memiliki peluang yang prospektif, tetapi tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya namun, memiliki peluang pasar yang baik.
- Apabila agroindustri kopi herbal kapulaga terletak di daerah *Grey Area* (bidang kuat-terancam), maka usaha tersebut cukup kuat dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya, tetapi peluang pasar sangat mengancam.
- Apabila agroindustri kopi herbal kapulaga terletak di daerah *Black Area* (bidang lemah-terancam), maka usaha tidak memiliki peluang maupun kompetensi, dan akan mengalami kerugian jika tetap menjalankan usahanya.

Diketuinya posisi matrik kompetitif relatif dapat dilanjutkan pada tahap menghasilkan strategi yang tepat yang dapat didukung dengan membuat matriks internal eksternal analisis SWOT sebagai berikut:

		Kuat	3,0	Rata-rata	2,0	Lemah	1,0	TOTAL SKOR IFAS
TOTAL SKOR EFAS	4,0	Tinggi	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan			
	3,0	Menengah	IV Stabilitas	V Pertumbuhan Stabilitas	VI Penciutan			
	2,0	Rendah	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Penciutan/ Likuidasi			
	1,0							

Gambar 2. Matriks Internal Eksternal

Keterangan :

Daerah I : strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal

Daerah II : strategi melalui integrasi horizontal

Daerah III : strategi turnatround

Daerah IV : strategi stabilitas

Daerah V : strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas

Daerah VI : strategi divestasi

Daerah VII : strategi diversifikasi konsentris

Daerah VIII : strategi diversifikasi konglomerat

Daerah IX : strategi likuidasi atau bangkrut

Tahap selanjutnya adalah penentuan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT ini akan digunakan untuk menentukan apa saja strategi yang baik untuk diambil pada suatu kegiatan usaha yang tersusun dari empat jenis strategi yang ditunjukkan pada tabel berikut:

IFAS	STRENGTH (S) Bahan Baku, Tenaga Kerja, Produk, Pasar dan Pemasaran, Modal, SDM	WEAKNESS (W) Lokasi Usaha, Bahan Baku, Proses Produksi, Pasar dan Pemasaran
EFAS		
OPPORTUNITIES (O) Ijin Usaha, Produk, Dukungan Pemerintah	STRATEGI SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Ijin Usaha, Bahan Baku, Skala Produksi, Pasar dan Pemasaran, Produk Sejenis Lain	STRATEGI ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 3. Matriks Analisis SWOT

Berdasarkan gambar 3, dapat diketahui bahwa:

- a) Strategi S-O
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran pelaku kegiatan usaha, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b) Strategi W-O
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- c) Strategi S-T
Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman eksternal yang mempersulit dan menghambat kegiatan usaha.
- d) Strategi W-T
Strategi ini didasarkan pada kegiatan usaha yang bersifat membutuhkan strategi pengembangan yang defensif dengan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3. Hasil Analisis dan Pembahasan

3.1 Nilai Tambah Produk Agroindustri Kopi Herbal Kapulaga

Analisis nilai tambah merupakan salah satu perhitungan yang dapat digunakan untuk mengetahui gambaran keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri pengolahan. Nilai tambah merupakan pertambahan nilai dari suatu komoditas akibat mengalami perlakuan selama proses produksi. Perlakuan yang diberikan pada komoditas hasil pertanian tersebut seperti misalnya pengolahan, penyimpanan, dan pengangkutan atau input fungsional yang bersangkutan. Nilai tambah dapat menggambarkan imbalan bagi tenaga kerja, modal dan manajemen.

Nilai tambah bagi sektor pertanian dapat berkontribusi dalam perolehan pendapatan petani maupun pengusaha pertanian dengan memaksimalkan produksi mereka baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Pengaruh nilai tambah secara komersial juga membantu peningkatan perolehan keuntungan. Selain itu, nilai tambah dalam proses pengolahan dapat didefinisikan sebagai selisih antara nilai produk dengan biaya bahan baku dan input lain, tidak termasuk tenaga kerja. Nilai tambah tersebut dapat dinilai dari dua sisi yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Dimana, nilai tambah yang dikaji dalam penelitian merupakan nilai tambah yang dihasilkan oleh kegiatan pengolahan kopi herbal kapulaga yang menggunakan dua bahan baku utama yaitu kopi dan kapulaga.

Besarnya nilai tambah yang dihasilkan oleh pengolahan kopi herbal kapulaga dapat diketahui dari besar nilai produk kopi herbal kapulaga dikurangi dengan besar harga bahan baku dan nilai sumbangan input lain. Nilai sumbangan input lain atau intermediate cost merupakan total biaya selain tenaga kerja yang dibagi dengan jumlah bahan baku yang digunakan. Total biaya tersebut merupakan hasil penjumlahan dari biaya variabel yang dikeluarkan untuk satu kali proses produksi kopi herbal kapulaga ditambahkan dengan total nilai penyusutan alat-alat (yang termasuk biaya tetap) yang digunakan untuk mengolah dan memproduksi kopi herbal kapulaga. Berikut ini merupakan gambaran hasil analisis nilai tambah pada produk kopi herbal kapulaga yang diberikan untuk bahan baku kopi, disajikan pada tabel.

Tabel 4. Nilai Tambah per Kilogram Bahan Baku (Kopi) pada Proses Produksi Kopi Herbal Kapulaga

No	Uraian	Nilai
1	Faktor Konversi	1,14
2	<i>Intermediate Cost</i>	Rp. 61.048,04
3	Nilai Produk	Rp. 188.571,43
4	Nilai Tambah	Rp. 127.523,39
5	Rasio Nilai Tambah	68%
6	Pendapatan Tenaga Kerja	Rp. 25.142,86
7	Pangsa Tenaga Kerja	20%
8	Rasio Keuntungan	59%

Sumber: Data Primer Diolah, (2018)

Berdasarkan tabel 10, dapat diketahui bahwasanya kopi herbal kapulaga memiliki nilai produk sebesar Rp.188.571,43 per kilogram biji kopi kering. Nilai produk tersebut merupakan hasil perkalian antara faktor konversi dengan harga jual kopi herbal kapulaga yang sebesar Rp.165.000,00 untuk setiap satu kilogramnya. Faktor konversi proses produksi kopi herbal kapulaga adalah sebesar 1,14 yang dapat diartikan bahwa setiap proses pengolahan satu kilogram kopi menghasilkan 1,14 kilogram kopi herbal kapulaga.

Proses pengolahan kopi herbal kapulaga menyerap tenaga kerja sebanyak 8 jam tiap proses produksi yang menghasilkan koefisien tenaga kerja sebesar 1,14. Besar koefisien tersebut menunjukkan bahwasanya proses pengolahan kopi membutuhkan 1,14 jam untuk mampu menghasilkan satu kilogram kopi herbal kapulaga dengan pendapatan tenaga kerja yang diperoleh Rp.25.142,86 per kilogram kopi sebagai bahan baku. Besar pendapatan tersebut memiliki pangsa tenaga kerja sebesar 20%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pangsa tenaga kerja yang dimiliki oleh agroindustri kopi herbal kapulaga cenderung kecil yang berarti tidak cukup banyak tenaga kerja yang digunakan sehingga lebih difokuskan alokasi pendapatan dari faktor manajemen yaitu, berupa nilai tambah produk olahan agroindustri.

Nilai tambah yang dihasilkan dari proses produksi kopi herbal kapulaga merupakan hasil nilai produk yang telah dikurangi dengan *intermediate cost*. *Intermediate cost* atau sumbangan input lain pada proses produksi kopi herbal kapulaga diantaranya adalah biaya bahan bakar untuk mesin giling atau bubuk, biaya kemasan, biaya listrik untuk mesin sealer, biaya pengiriman kepada pelanggan, serta biaya penyusutan alat-alat yang digunakan selama proses produksi. Berdasarkan tabel 5.6 dapat diketahui bahwa, besar nilai tambah produk kopi herbal kapulaga adalah Rp127.523,39 untuk satu kilogram bahan baku kopi dengan total *intermediate cost* sebesar Rp61.048,04 setiap mengolah satu kilogram bahan baku kopi.

Nilai tambah tersebut memiliki rasio sebesar 68%. Rasio nilai tambah menunjukkan bahwa, dari nilai produk sebesar Rp188.571,43 per kilogramnya, 68% merupakan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan produk. Besar nilai tambah tersebut dengan pangsa tenaga kerja yang cenderung kecil mampu menghasilkan keuntungan sebesar Rp102.380,53 untuk setiap satu kilogram kopi yang diolah menjadi kopi herbal kapulaga. Rasio keuntungan yang dihasilkan adalah 54% yang menunjukkan bahwa, sebanyak 54% dari harga jual merupakan keuntungan yang diterima oleh agroindustri kopi herbal kapulaga untuk bahan baku kopi.

Kopi herbal kapulaga merupakan produk inovasi olahan kopi dengan berbahan baku utama kopi dan kapulaga. Untuk menghasilkan kopi herbal kapulaga yang pas, terdapat perbandingan tertentu tiap kopi dan kapulaga yang digunakan. Sebanyak kurang lebih 70% adalah kopi dan 30% kapulaga. Berikut ini merupakan gambaran hasil analisis nilai tambah pada produk kopi herbal kapulaga yang diberikan untuk bahan baku kapulaga, disajikan pada tabel.

Tabel 5. Nilai Tambah per Kilogram Bahan Baku (Kapulaga)

No	Uraian	Nilai
1	Faktor Konversi	4,57
2	<i>Intermediate Cost</i>	Rp. 73.048,04
3	Nilai Produk	Rp. 754.285,71
4	Nilai Tambah	Rp. 681.237,67
5	Rasio Nilai Tambah	90%
6	Pendapatan Tenaga Kerja	Rp. 100.571,43
7	Pangsa Tenaga Kerja	15%
8	Rasio Keuntungan	77%

Sumber: Data Primer Diolah, (2018)

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwasanya kopi herbal kapulaga memiliki nilai produk sebesar Rp.754.285,71 per kilogram kapulaga. Nilai produk tersebut merupakan hasil perkalian antara faktor konversi dengan harga jual kopi herbal kapulaga yang sebesar Rp.165.000,00 untuk setiap satu kilogramnya. Faktor konversi proses produksi kopi herbal kapulaga untuk bahan baku kapulaga yang digunakan adalah sebesar 4,57 yang dapat diartikan bahwa pada setiap proses pengolahan satu kilogram kapulaga dengan disertai campuran bahan lain mampu menghasilkan satu kilogram kopi herbal kapulaga.

Produksi kopi herbal kapulaga mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 8 jam per proses produksi. Input tenaga kerja yang digunakan tersebut menghasilkan koefisien tenaga kerja sebesar 4,57 dengan besar pendapatan tenaga kerja yang diperoleh adalah Rp.61.714,29 per kilogram bahan baku kapulaga yang diolah menjadi kopi herbal kapulaga. Meskipun untuk pengolahan per kilogram bahan baku kapulaga menghasilkan pendapatan tenaga kerja yang terlihat lebih besar dibandingkan dengan bahan baku kopi namun, pangsa tenaga kerja yang dihasilkan adalah 15%, lebih rendah 5% dari pangsa tenaga kerja bahan baku kopi. Kondisi tersebut disebabkan oleh lebih sedikitnya bahan baku kapulaga yang digunakan dalam campuran apabila diperbandingkan dengan tenaga kerja yang digunakan.

Nilai tambah yang dihasilkan dari produksi kopi herbal kapulaga berdasarkan bahan baku kapulaga setelah dikurangi dengan *intermediate cost*. *Intermediate cost* yang dibayarkan untuk pengolahan kapulaga menjadi kopi herbal kapulaga secara keseluruhan sama terkecuali untuk harga input bahan baku. Harga input bahan baku untuk kapulaga hampir setengah kali lebih mahal dibandingkan harga input bahan baku untuk kopi. Harga kapulaga untuk satu kilogramnya adalah Rp.40.000,00 sedangkan harga kopi untuk satu kilogram adalah Rp.28.000,00. Berdasarkan kondisi tersebut dapat diketahui bahwa, nilai tambah yang dihasilkan adalah Rp.696.951,96 dengan total *intermediate cost* sebesar Rp.73.048,04.

Nilai tambah tersebut memiliki rasio sebesar 90% yang menunjukkan dari nilai produk sebesar Rp.754.285,71 per kilogramnya, 90% merupakan nilai tambah yang diperoleh pengolahan produk. Besar nilai tambah kapulaga menjadi kopi herbal kapulaga tersebut, disertai dengan pangsa tenaga kerja yang cenderung lebih kecil mampu menghasilkan keuntungan sebesar Rp.580.666,25 untuk setiap satu kilogram

kapulaga yang diolah menjadi kopi herbal kapulaga. Rasio keuntungan yang dihasilkan adalah 77% yang menunjukkan bahwa, sebanyak 77% dari harga jual satu kilogram kapulaga merupakan keuntungan yang diterima oleh agroindustri kopi herbal kapulaga untuk bahan baku kapulaga.

Berdasarkan hasil analisis nilai tambah bagi kedua bahan baku yang telah dipaparkan tersebut dapat diketahui bahwa, proses produksi kopi herbal mampu memberikan nilai tambah yang positif bagi kedua bahan baku utama baik kopi maupun kapulaga yang digunakan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua pada penelitian dapat diterima. Kopi sebagai bahan baku utama memiliki komposisi lebih besar untuk memproduksi kopi herbal kapulaga, yang dengan input sebesar 7 kilogram mampu menghasilkan 8 kilogram kopi herbal kapulaga dan memberikan rasio nilai tambah sebesar 68% serta rasio keuntungan sebesar 54%. Begitupula kondisi pada kapulaga yang dijadikan sebagai bahan baku suatu produk apabila dicampurkan dengan kopi akan mampu memberikan nilai tambah yang positif. Kapulaga memiliki komposisi kebutuhan empat kali lebih kecil dibandingkan kopi dimana untuk menghasilkan 8 kilogram output dibutuhkan kapulaga sebanyak 1,75 kilogram dengan proses produksi kopi herbal kapulaga tersebut mampu memberikan rasio nilai tambah sebesar 90% dan rasio keuntungan sebesar 77%. Kondisi tersebut menunjukkan proses produksi kopi herbal kapulaga dapat memberikan nilai tambah yang positif, terutama bagi kapulaga apabila bahan baku tersebut diolah bersama dengan kopi. Berdasarkan hasil analisis nilai tambah pada kopi maupun kapulaga maka, hipotesis yang diajukan yaitu, pengolahan produk kopi herbal kapulaga di agroindustri kopi herbal kapulaga Kelompok Tani Santuso II mampu memberikan nilai tambah positif, dapat diterima.

3.2 Prospek Pengembangan Agroindustri Kopi Herbal Kapulaga di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe

3.2.1 Analisis Lingkungan Internal - Eksternal

Agroindustri kopi herbal kapulaga merupakan agroindustri yang berawal dan menjadi bagian dari Kelompok Tani Hutan Santuso II. Agroindustri kopi herbal kapulaga dikembangkan berkaitan untuk mengolah hasil panen kapulaga yang melimpah di wilayah Desa Sumberpakem. Hasil panen kapulaga yang melimpah merupakan wujud dari pengembangan Desa Sumberpakem sebagai sentra pembudidayaan kapulaga karena wilayahnya cukup banyak memiliki wilayah kehutanan yang belum optimal pemanfaatannya. Penjualan kapulaga hasil panen anggota Kelompok Tani Hutan Santuso II secara menyeluruh dikoordinasi oleh kelompok tani untuk mempermudah pemasarannya karena belum luasnya pasar kapulaga. Penjualan kapulaga hasil panen yang melalui kelompok tersebut terkadang menyebabkan penumpukan hasil. Adanya kondisi tersebut kemudian mendorong keinginan untuk melakukan pengolahan lanjutan pada hasil panen kapulaga menjadi kopi herbal kapulaga. Kopi herbal kapulaga dipilih karena kopi juga merupakan komoditas yang hasilnya melimpah di wilayah Kecamatan Sumberjambe.

Kopi herbal kapulaga dibuat berdasarkan dua bahan baku utama yang hasilnya melimpah di wilayah Kecamatan Sumberjambe dan menjadi dua dari beberapa komoditas potensial yang dikembangkan di wilayah Kecamatan Sumberjambe. Produk kopi herbal kapulaga diharapkan mampu menjadi salah satu produk khas Kecamatan Sumberjambe dan menjadi salah satu inovasi pengolahan kopi dengan citarasa yang khas. Untuk mengembangkan produk kopi herbal kapulaga ke depannya, diperlukan

identifikasi terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap produksi dan keberadaan agroindustri kopi herbal kapulaga.

Faktor-faktor yang berpengaruh tersebut dapat digolongkan menjadi faktor lingkungan internal usaha dan faktor lingkungan eksternal usaha. Setelah diketahui faktor-faktor yang berpengaruh tersebut, untuk mengetahui bagaimana prospek usaha ke depan dan strategi yang dapat dipertimbangkan dalam pengembangan usaha dengan mempertimbangkan faktor berpengaruh, digunakanlah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dengan tujuan:

1. Mengidentifikasi faktor kondisi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) yang dihadapi oleh agroindustri kopi herbal kapulaga di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe.
2. Menyusun rancangan beberapa alternatif strategi bagi pengembangan agroindustri kopi herbal kapulaga di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe.

Analisis SWOT digunakan karena adanya asumsi bahwa strategi yang efektif akan mampu memaksimalkan kekuatan yang dimiliki serta peluang yang ada dengan ataupun untuk meminimalkan kelemahan serta ancaman yang dihadapi oleh agroindustri kopi herbal kapulaga di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe. Untuk menganalisis faktor internal maupun faktor eksternal berpengaruh sebelumnya perlu diidentifikasi terkait isu-isu yang ada dalam tiap-tiap faktor berpengaruh. Faktor-faktor berpengaruh bagi agroindustri kopi herbal kapulaga diantaranya untuk faktor internal berpengaruh yaitu bahan baku, sumber daya manusia, mutu, kapasitas produksi, lokasi perusahaan, dan permodalan. Sedangkan untuk faktor eksternal berpengaruh bagi agroindustri kopi herbal kapulaga yaitu pasar dan pemasaran, dukungan pemerintah, produk olahan kopi lain, dan perijinan. Kemudian, setelah mengidentifikasi isu yang menjadi faktor-faktor internal dan eksternal, isu-isu tersebut digolongkan ke dalam tiap-tiap faktor kekuatan dan kelemahan, serta faktor peluang dan ancaman. Faktor-faktor berpengaruh yang dimiliki agroindustri kopi herbal kapulaga, adalah sebagai berikut.

Tabel 6. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Berpengaruh Agroindustri Kopi Herbal Kapulaga di Desa Sumberpakem

Faktor-faktor Internal Berpengaruh			
<i>Strengths (S)</i>		<i>Weaknesses (W)</i>	
Kemudahan dalam memperoleh bahan baku	S ₁	Lokasi agroindustri jauh dari pasar	W ₁
Tenaga kerja mudah diperoleh	S ₂	Bahan baku diperoleh dari wilayah lain	W ₂
Produk memiliki citarasa yang khas	S ₃	Kualitas bahan baku tidak selalu sama	W ₃
Target pasar luas hingga beberapa wilayah kota di Provinsi Jawa Timur	S ₄	<i>Quality control</i> masih dilakukan dengan cara yang sederhana	W ₄
Modal awal dipenuhi secara mandiri oleh kelompok tani	S ₅	Kapasitas produksi belum optimal	W ₅
Pengelola memiliki keahlian yang mumpuni	S ₆	Saluran pemasaran masih terbatas	W ₆
Faktor-faktor Eksternal Berpengaruh			
<i>Opportunities (O)</i>		<i>Threats (T)</i>	
Menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat	O ₁	Perubahan cuaca berpengaruh pada kualitas kopi maupun kapulaga sebagai bahan baku	T ₁
Kapasitas produksi berpotensi untuk ditingkatkan	O ₂	Merupakan agroindustri yang kegiatan usahanya berproduksi dalam skala kecil	T ₂
Pengembangan kegiatan usaha merupakan binaan dinas pemerintah terkait (Dinas Kehutanan dan Dinas Lingkungan Hidup)	O ₃	Perijinan dalam penguatan	T ₃
Produk sejenis masih sangat jarang di pasaran	O ₄	Kegiatan promosi meskipun telah melalui media sosial, tetapi masih kurang dalam	T ₄
Dukungan pemerintah setempat	O ₅	Terdapat produk kopi herbal lain meski berbeda bahan baku	T ₅

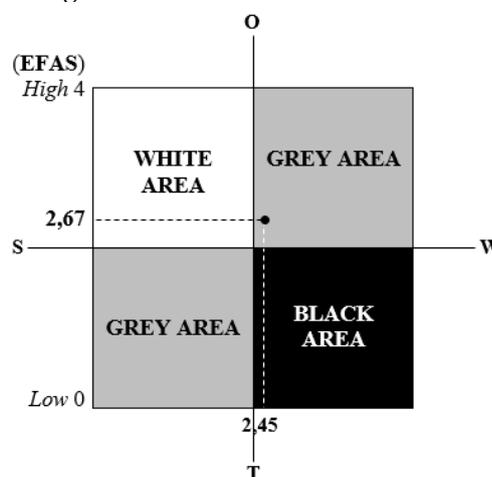
Sumber: Data Primer Diolah, (2018)

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberadaan agroindustri kopi herbal kapulaga dapat dibagi menjadi faktor berpengaruh internal dan faktor berpengaruh eksternal. Analisis faktor berpengaruh internal terdiri dari kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses). Kekuatan merupakan keunggulan sumberdaya yang dimiliki oleh agroindustri kopi herbal kapulaga itu sendiri sebagai kemampuan untuk menghadapi kondisi perubahan dan penyusunan strategi. Variabel kekuatan pada agroindustri kopi herbal kapulaga terdiri atas enam variabel yaitu S1 hingga S6. Sedangkan, kelemahan merupakan kekurangan yang dimiliki oleh agroindustri yang menggambarkan keterbatasan sumberdaya serta kemampuan yang dimiliki agroindustri yang dapat menghalangi kinerja efektif untuk mengembangkan strategi pengembangan agroindustri kopi herbal kapulaga. Variabel kelemahan pada agroindustri kopi herbal kapulaga terdiri atas enam variabel yaitu W1 hingga W6.

Analisis faktor berpengaruh eksternal terdiri atas faktor eksternal yang berupa peluang dan berupa ancaman bagi agroindustri. Peluang merupakan kondisi di luar agroindustri yang dapat memberikan keuntungan bagi agroindustri dalam pengembangan strategi di lingkungan agroindustri. Variabel peluang pada agroindustri kopi herbal kapulaga terdiri atas lima variabel yaitu O1 hingga O5. Sedangkan ancaman dapat dijelaskan sebagai situasi yang tidak menguntungkan atau dapat merugikan sehingga menjadi hambatan yang berasal dari luar lingkungan agroindustri. Variabel ancaman pada agroindustri kopi herbal kapulaga terdiri atas lima variabel yaitu T1 hingga T5.

3.2.2 Analisis Matriks Posisi Kompetitif Relatif

Hasil identifikasi faktor lingkungan internal maupun lingkungan eksternal tersebut kemudian diberikan penilaian melalui rating untuk menentukan faktor-faktor yang paling menjadi perhatian atau dianggap perlu hingga faktor yang dianggap kurang berpengaruh. Rating dari masing-masing faktor yang telah diketahui digunakan untuk menghitung bobot tiap-tiap faktor. Hasil perhitungan bobot kemudian dikalikan dengan rating yang telah diberikan untuk mengetahui nilai masing-masing faktor. Nilai tersebut kemudian dijumlah untuk mengetahui total nilai faktor lingkungan internal maupun faktor lingkungan eksternal yang selanjutnya dapat dikompilasikan ke dalam matriks posisi kompetitif relatif sebagai berikut.

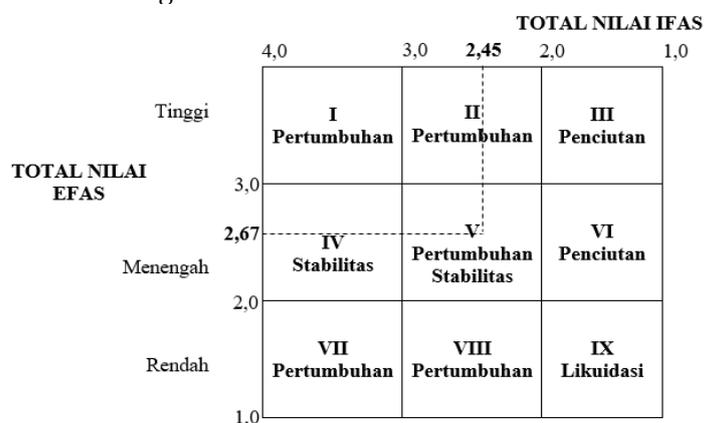


Gambar 4. Diagram Matriks Posisi Kompetitif Relatif Agroindustri Kopi Herbal Kapulaga

Dari hasil perhitungan nilai faktor-faktor kondisi internal dan nilai faktor-faktor kondisi eksternal pada agroindustri kopi herbal kapulaga tersebut, selanjutnya dapat dikompilasikan ke dalam matriks SWOT untuk menentukan perbandingan faktor internal dan eksternal. Selain itu, matriks SWOT tersebut juga digunakan untuk menentukan fokus strategi yang sesuai diterapkan oleh agroindustri ke depannya. Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor berpengaruh internal diperoleh total nilai Internal Factor Analysis (IFAS) sebesar 2,45 dan total nilai External Factor Analysis (EFAS) sebesar 2,67. Hasil kedua total nilai tersebut menunjukkan bahwa posisi prospek pengembangan agroindustri kopi herbal kapulaga berada pada Grey Area (Bidang Lemah-Berpeluang). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh agroindustri untuk mengembangkan usahanya masih terbilang lemah namun apabila dapat dipahami, agroindustri kopi herbal kapulaga berpeluang untuk dikembangkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Peluang yang dimiliki oleh agroindustri kopi herbal kapulaga diantaranya memberikan lapangan pekerjaan baru, kapasitas produksi masih dapat dioptimalkan, binaan Dinas Lingkungan Hidup, produk sejenis masih sangat jarang, serta dukungan pemerintah dapat dimanfaatkan untuk menutupi kelemahan agroindustri yaitu lokasi jauh dari pasar, bahan baku dari wilayah lain dengan kualitas yang tidak selalu sama, pengendalian mutu yang sederhana, kapasitas produksi belum optimal serta saluran pemasaran masih terbatas.

3.2.3 Analisis Matriks Internal dan Eksternal

Matriks posisi kompetitif relatif digunakan untuk mengetahui perbandingan antara faktor internal dan eksternal dan menentukan fokus strategi yang sesuai diterapkan oleh agroindustri untuk ke depannya. Hasil matriks posisi kompetitif relatif yang membantu dalam penentuan fokus stratei selanjutnya dikembangkan dan didukung dengan menyusun matriks internal dan eksternal berdasarkan total nilai Internal Factor Analysis (IFAS) dan External Factor Analysis (EFAS). Hasil dari penyusunan matriks internal dan eksternal dapat memberikan informasi mengenai perkembangan posisi usaha yang didasarkan pada analisis total skor faktor internal dan eksternal. Hasil perhitungan faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada agroindustri kopi herbal kapulaga dapat dikompilasikan ke dalam matriks internal dan eksternal sebagai berikut.



Gambar 5. Matriks Internal dan Eksternal Agroindustri Kopi Herbal Kapulaga

Berdasarkan diagram matriks internal dan eksternal dapat diketahui bahwa nilai faktor berpengaruh internal adalah 2,45 dengan nilai faktor berpengaruh eksternal adalah 2,67. Total nilai tersebut menunjukkan bahwa posisi prospek pengembangan

agroindustri kopi herbal kapulaga berada pada daerah pertumbuhan V yaitu Pertumbuhan Stabilitas. Strategi yang dapat cocok untuk dilakukan agroindustri kopi herbal kapulaga adalah strategi terkonsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan laba) yang berarti menguatkan kerjasama agroindustri dengan lembaga atau instansi pendukung. Berdasarkan hasil dari perhitungan, gambaran matriks posisi kompetitif relatif dan matriks internal dan eksternal, selanjutnya disusun alternatif strategi yang dapat dirancang bagi pengembangan agroindustri kopi herbal kapulaga adalah sebagai berikut.

Tabel 7. Alternatif Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Herbal Kapulaga di Desa Sumberpakem

IFAS EFAS	STRENGTH (S) 1. Bahan baku mudah diperoleh 2. Tenaga kerja mudah diperoleh 3. Produk dengan citarasa khas 4. Target pasar luas hingga beberapa wilayah kota di Provinsi Jawa Timur 5. Modal dipenuhi sendiri oleh kelompok tani 6. Pengelola memiliki keahlian yang mumpuni	WEAKNESS (W) 1. Lokasi agroindustri jauh dari pasar 2. Bahan baku diperoleh dari wilayah lain 3. Kualitas bahan baku yang tidak selalu sama 4. Quality control masih dilakukan dengan cara yang sederhana 5. Kapasitas produksi yang belum optimal 6. Saluran pemasaran terbatas
OPPORTUNITIES (O) 1. Lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar 2. Ijin pengembangan karena binaan dinas terkait 3. Produk sejenis di pasaran sangat jarang 4. Dukungan dari pemerintah setempat 5. Dukungan dari Dinas terkait		STRATEGI W-O 1. Pemanfaatan dan perluasan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan kapasitas produksi kopi herbal kapulaga melalui padat karya 2. Untuk memperoleh bahan baku dengan kualitas yang baik dan terus kontinyu dapat dengan memanfaatkan dukungan pemerintah Desa Sumberpakem dan dinas terkait (Dinas Lingkungan Hidup) untuk memperoleh informasi dalam pemenuhan bahan baku 3. Untuk memperluas saluran pemasaran dapat dengan memanfaatkan dukungan pemerintah Desa Sumberpakem dan dinas terkait (Dinas Lingkungan Hidup) dalam penyalurannya seperti menitipkan produk pada dinas tersebut untuk diperkenalkan melalui

		<p>pameran maupun acara lainnya</p> <p>4. Produk sejenis (kopi herbal) yang sangat jarang ada di pasaran akan mampu membuka peluang lebih luas bagi perluasan saluran pemasaran karena produk akan lebih mudah masuk dan diterima oleh konsumen akibat minimnya persaingan</p>
<p>TREATHS (T)</p> <p>1. Penguatan proses perijinan</p> <p>2. Kualitas bahan baku dipengaruhi cuaca</p> <p>3. Kegiatan usaha masih berproduksi dalam skala kecil</p> <p>4. Kegiatan promosi belum optimal</p> <p>5. Terdapat produk kopi herbal lain meski berbeda bahan baku</p>		

Perkembangan dan keberlanjutan dari keberadaan serta kegiatan produksi agroindustri kopi herbal kapulaga akan bergantung pada penerapan strategi yang akan dilakukan. Strategi yang dapat diterapkan pada agroindustri kopi herbal kapulaga berdasarkan faktor kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi keberadaan dan kegiatan agroindustri adalah strategi W-O (Weaknesses-Opportunities). Strategi W-O merupakan strategi untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki agar mampu menekan maupun menutupi kelemahan perusahaan. Matriks internal dan eksternal agroindustri kopi herbal kapulaga juga menunjukkan bahwa diperlukan pengembangan atau penguatan integrasi horizontal atau stabilitas yang berarti menguatkan kerjasama agroindustri dengan lembaga atau instansi pendukung. Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa alternatif strategi W-O yang ditawarkan terdiri dari:

1. Pemanfaatan dan perluasan lapangan pekerjaan bagi masyarakat juga dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan kapasitas produksi kopi herbal kapulaga melalui padat karya
2. Untuk memperoleh bahan baku dengan kualitas yang baik dan terus kontinyu dapat dengan memanfaatkan dukungan pemerintah Desa Sumberpakem dan dinas terkait (Dinas Lingkungan Hidup) untuk memperoleh informasi dalam pemenuhan bahan baku
3. Untuk memperluas saluran pemasaran dapat dengan memanfaatkan dukungan pemerintah Desa Sumberpakem dan dinas terkait (Dinas Lingkungan Hidup) dalam penyalurannya seperti menitipkan produk pada dinas tersebut untuk disalurkan atau dipromosikan melalui pihak yang dirasa mampu dan mumpuni maupun dengan cara lainnya
2. Produk sejenis yang sangat jarang ada di pasaran akan mampu membuka peluang lebih luas bagi perluasan saluran pemasaran karena produk akan lebih mudah masuk dan diterima oleh konsumen akibat minimnya persaingan

Posisi prospek pengembangan agroindustri yang berada dalam wilayah Grey Area (Bidang Lemah-Berpeluang) menunjukkan bahwa agroindustri kopi herbal kapulaga memiliki peluang untuk mengembangkan agroindustri dengan cara meminimalisir atau

menutupi kelemahan yang dimiliki. Kondisi tersebut juga sesuai dengan hasil perhitungan matriks internal dan eksternal yang menunjukkan bahwa posisi agroindustri kopi herbal kapulaga berada pada wilayah pertumbuhan V yaitu pertumbuhan stabilitas. Strategi yang cocok diterapkan bagi kegiatan usaha yang berada pada wilayah pertumbuhan tersebut adalah strategi pengembangan atau penguatan integrasi horizontal atau stabilitas yang berarti menguatkan kerjasama agroindustri dengan lembaga atau instansi pendukung.

4. Kesimpulan dan Implikasi Kebijakan

Nilai tambah produk kopi herbal kapulaga yang dihasilkan oleh agroindustri kopi herbal kapulaga mampu memberikan nilai tambah yang positif baik bagi kopi maupun kapulaga sebagai bahan baku kopi herbal kapulaga. Nilai tambah kopi herbal kapulaga bagi kopi dan kapulaga adalah Rp.127.523,39/kg bahan baku dan Rp.681.237,67/kg bahan baku dengan rasio nilai tambah bagi kopi dan kapulaga adalah 68% dan 90%.

Sedangkan, berdasarkan hasil perhitungan faktor-faktor strategi internal (IFAS) dan faktor-faktor strategi eksternal (EFAS) diperoleh nilai 2,45 dan 2,67. Berdasarkan kedua nilai, diketahui prospek pengembangan agroindustri kopi herbal kapulaga berada pada daerah Grey Area (Bidang Lemah-Berpeluang) dengan posisi pada matriks internal dan eksternal berada pada daerah bidang V pertumbuhan stabilitas. Agroindustri kopi herbal kapulaga dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk menutupi kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri yaitu penerapan strategi integrasi horizontal yaitu penguatan kerjasama dengan lembaga atau instansi pendukung untuk mengoptimalkan kualitas bahan baku, kapasitas produksi, serta memperluas saluran pemasaran yang dimiliki.

Untuk perkembangan agroindustri kopi herbal kapulaga optimal dengan prospek pengembangannya berada pada wilayah Grey Area (bidang lemah-berpeluang) dan daerah V pertumbuhan stabilitas, agroindustri kopi herbal kapulaga sebaiknya menerapkan strategi integrasi horizontal untuk menutupi kelemahannya, yaitu dengan menguatkan kerjasama dengan Dinas Lingkungan Hidup dan Dinas Koperasi & UMKM untuk memperluas jaringan saluran pemasaran dan promosi sehingga permintaan terus meningkatkan dan mengoptimalkan kapasitas produksi serta keuntungan. Selain itu, agroindustri kopi herbal kapulaga merupakan salah satu potensi khas wilayah Desa Sumberpakem yang memiliki produk dengan nilai tambah positif dan berpeluang untuk dikembangkan, sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu objek pengembangan dalam rencana pembangunan desa dengan menguatkan kerjasama bersama Dinas Lingkungan Hidup dan Dinas Koperasi & UMKM.

Pustaka

- Dewi, K. H., Nusril, Helmiyetti, Y. Rosalina, dan P. Sarumpaet. 2013. Analisis Nilai Tambah Kopi Teripang Jahe Pra Campur Saset. *Agrisep*, 12(2): 209-216.
- Edvan, B. T., R. Edison, M. Same. 2016. Pengaruh Jenis dan Lama Penyangraian pada Mutu Kopi Robusta (*Coffea robusta*). *AIP*, 4(1): 31-40.
- Hayami Y., Kawagoe T, Morooka Y, Siregar M. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java: A Perspective from a Sunda Village*. Bogor: The CPGRT Centre.
- Rangkuti, F. 2013. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, L.R. 2017. Isolasi dan Identifikasi Komposisi Kimia Minyak Atsiri dari Biji Tanaman Kapulaga (*Amomum Cardamomum Willd*). *Kimia Riset*, 2(1): 57-60.
- Zulkarnain, A., Lamusa, D. Tangkesalu. 2013. Analisis Nilai Tambah Kopi Jahe pada Industri Sal-Han di Kota Palu. *Agrotekbis*, 1(5): 493- 499.