

BAURAN PEMASARAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK OLAHAN KOPI ROBUSTA DI KOPERASI TIRTO KENCONO AIR NANINGAN KABUPATEN TANGGAMUS

(Marketing Mix and Developing Robusta Coffee Processed Products with Couplings from Air Naningan Tanggamus District)

Melda Riyantika, Ali Ibrahim Hasyim, Ktut Murniati

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1
Bandar Lampung 35145, E-mail: ktut.murniati@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing mix and the development strategy of robusta coffee processed products in the Tirto Kencono Air Naningan Cooperative Tanggamus Regency. The research method used is a case study. The analytical method used is descriptive qualitative analysis and SWOT analysis. The marketing mix applied includes good quality robusta coffee products, cash and discounted prices, personal selling promotions, and accessible road to the cooperative. The internal environments consist of products, financial management, human resources, location, and marketing, while the external environments consist of culture, technology, climate and weather, competitors, and government policies. The strategies for developing robusta coffee products in the Tirto Kencono Cooperative are to maintain the quality assurance by utilizing modern technology, to improve skills in marketing by utilizing government support through the given UMKM training, and to implement social media to increase sales volume.

Key words: coffee, development strategy, marketing mix

Received: 4 November 2019 Revised: 18 December 2019 Accepted: 19 December 2019 DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v9i4.5401>

PENDAHULUAN

Pembangunan nasional memiliki beberapa sasaran, salah satunya adalah pembangunan ekonomi dengan menitikberatkan pada sektor pertanian. Kontribusi sektor pertanian terhadap pembangunan ekonomi dapat dilihat dari besarnya Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), dimana Provinsi Lampung pada sektor pertanian memberikan kontribusi sebesar 31,86 persen (Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung 2017).

Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah penghasil biji kopi terbesar di Indonesia. Tingginya produksi kopi di Provinsi Lampung tidak membuat Provinsi Lampung menjadi sentra agroindustri kopi di Indonesia, hal ini disebabkan 67 persen hasil produksi kopi diekspor dalam bentuk biji kopi dan hanya 33 persen yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri (Kementerian Pertanian 2017).

Salah satu sentral kopi di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Tanggamus yang memiliki total produksi sebesar 36.810 ton dengan persentase produksi sebesar 25,47 persen dari total produksi

kopi di Provinsi Lampung pada tahun 2017. Dari aspek produksi, Kabupaten Tanggamus merupakan sentral kopi tertinggi kedua di Provinsi Lampung setelah Kabupaten Lampung Barat (Dinas Perkebunan Provinsi Lampung 2018).

Peran kelembagaan menjadi sangat penting untuk mendukung pengembangan kopi. Salah satu kelembagaan di Kabupaten Tanggamus yang dapat mendukung pengembangan kopi adalah koperasi. Jumlah koperasi di Kabupaten Tanggamus terbagi menjadi KUD, KPR dan Koperasi Pertanian (KOPTAN) dengan status aktif maupun pasif. Koperasi KUD dengan status aktif sebanyak 6 unit dan pasif sebanyak 11 unit, koperasi KPR dengan status aktif sebanyak 20 unit dan status pasif sebanyak 6 unit. KOPTAN dengan status pasif sebanyak 6 unit. KOPTAN di Kabupaten Tanggamus sebanyak 10 unit dengan status aktif dan 53 unit dengan status pasif. Salah satu koperasi aktif yang berada di Kabupaten Tanggamus adalah Koperasi Tirto Kencono yang terletak di Kecamatan Air Naningan dan merupakan salah satu KOPTAN terbesar di Kecamatan Air Naningan dalam bidang perkebunan kopi (Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Tanggamus 2018).

Kegiatan pemasaran pada produk olahan kopi robusta dapat didukung dengan adanya penerapan bauran pemasaran dengan mengkombinasikan 4P (*product, price, place* dan *promotion*). Adanya penerapan bauran pemasaran dengan mengkombinasikan 4P tersebut diharapkan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian dan meningkatkan permintaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, potensi dan prospek yang dimiliki oleh Koperasi Tirto Kencono dapat memberikan tambahan pendapatan melalui pengembangan bisnis. Kegiatan pemasaran pada Koperasi Tirto Kencono dapat didukung dengan adanya penerapan bauran pemasaran, serta didukung dengan strategi yang sesuai dengan kondisi koperasi yang diharapkan dapat membantu pengembangan koperasi. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis bauran pemasaran produk olahan kopi robusta, mengetahui faktor lingkungan internal dan eksternal produk olahan kopi dan menyusun strategi pengembangan produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono Air Naningan Kabupaten Tanggamus.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Tirto Kencono yang terletak di Desa Talang 20, Kecamatan Air Naningan, Kabupaten Tanggamus. Lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*), karena Koperasi Tirto Kencono satu-satunya koperasi pertanian yang aktif di Kecamatan Air Naningan Kabupaten Tanggamus (Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Tanggamus, 2018). Waktu pengambilan data dilakukan pada periode produksi Februari-Maret 2019. Total responden pada penelitian ini sebanyak 13 orang, yaitu 1 orang ketua Koperasi Tirto Kencono, 4 orang karyawan, 4 anggota Koperasi Tirto Kencono, dan 4 orang konsumen. Terdapat 1 orang informan pada penelitian ini, yaitu Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanggamus.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama yaitu analisis deskriptif kualitatif, dengan menggunakan variabel-variabel yang sering disebut sebagai 4P yang terdiri dari: *product, price, place*, dan *promotion* (Kotler 2012). Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua yaitu analisis deskriptif kualitatif menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*). Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan ketiga yaitu analisis

SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, and Threat*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1. Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini terdiri dari ketua koperasi, karyawan, anggota dan konsumen. Umur responden berkisar antara 35-48 tahun. Sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan SMP. Sebagian besar responden sudah bergabung dengan koperasi selama 13 tahun.

Bauran Pemasaran Produk Olahan Kopi Robusta di Koperasi Tirto Kencono Air Naningan Kabupaten Tanggamus

Menurut Kotler (2012), bauran pemasaran diklasifikasikan menjadi empat kelompok yang luas yang disebut sebagai 4P dalam pemasaran, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

1) Produk (*Product*)

Produk olahan kopi robusta memiliki kualitas yang baik, produk yang dihasilkan seperti *Green Coffee T20*, *Roastbeen Coffee T20*, *Fine Robusta T20*, dan *Gendis Coffee T20*. Produk olahan kopi robusta memiliki *design* yang menarik, yang dapat membantu produk mudah dikenal oleh konsumen menggunakan kemasan *aluminum foil* dengan menggunakan ukuran 250 gram, $\frac{1}{2}$ kg, dan 1 kg.

Tabel 1. Sebaran pengurus dan anggota koperasi berdasarkan jenis kelamin, umur, dan tingkat pendidikan di Koperasi Tirto Kencono Kabupaten Tanggamus

Responden	Jenis Kelamin	Umur (Th)	Tingkat Pendidikan	Lama Bergabung
Ketua	Perempuan	48	SMP	13 tahun
Karyawan	Perempuan	45	SMP	13 tahun
Karyawan	Perempuan	54	SD	12 tahun
Karyawan	Perempuan	48	SMP	12 tahun
Karyawan	Perempuan	35	SMA	12 tahun
Anggota	Laki-laki	52	SD	13 tahun
Anggota	Laki-laki	58	SMP	13 tahun
Anggota	Laki-laki	49	SMP	13 tahun
Anggota	Laki-laki	45	SMP	13 tahun
Konsumen	Laki-laki	45	SMA	8 tahun
Konsumen	Laki-laki	22	SMA	9 tahun
Konsumen	Perempuan	35	SMA	9 tahun
Konsumen	Laki-laki	46	SMP	8 tahun
Pemerintah	Perempuan	47	S1	13 tahun

Selain itu, pada kemasan produk terdapat simbol T20 yang berarti asal tempat produksi kopi, yaitu Dusun Talang 20.

2) Harga (*price*)

Harga produk olahan kopi robusta bermacam-macam sesuai dengan ukuran kemasan. Harga kemasan 250 gram dijual dengan harga Rp35.000,00, untuk kemasan 1/2 kg sebesar Rp70.000,00, dan untuk kemasan 1 kg sebesar Rp140.000,00. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dimas dan Wahyudiono (2008) mengenai strategi pengembangan dan bauran pemasaran potensi komoditas kopi dalam rangka penguatan pasar produk pertanian secara integratif di sektor pertanian yang ada di Kabupaten Banyuwangi, dimana harga kopi bubuk per kilogram rata-rata mencapai Rp80.000,00 sampai dengan Rp150.000,00. Setiap pembelian produk olahan kopi robusta 5-10 kg akan mendapatkan potongan harga sebesar Rp1.000-Rp2.000, menggunakan sistem pembayaran tunai, untuk mengantisipasi penunggakan pembayaran agar permodalan pada Koperasi Tirta Kencono tetap stabil.

3) Tempat (*place*)

Akses jalan menuju lokasi penjualan sudah baik. Namun, lokasi jauh dengan pasar dan pusat Kabupaten Tanggamus. Pemasaran produk kopi robusta masih terbatas, karena produk olahan kopi robusta hanya memiliki 1 *outlet* penjualan dan belum memiliki transportasi tambahan dalam pengiriman produk, sehingga belum mampu menjangkau permintaan produk di luar Kabupaten Tanggamus. Produk olahan kopi robusta langsung dijual pada *outlet* Koperasi Tirta Kencono, sehingga pedagang pengecer langsung datang ke *outlet* koperasi.

4) Promosi (*promotion*)

Koperasi Tirta Kencono belum melakukan kegiatan promosi dengan maksimal, karena hanya melakukan kegiatan promosi dengan cara *personal selling*. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan yang dimiliki sumberdaya manusia yang berada di Koperasi Tirta Kencono dalam menggunakan teknologi terutama penggunaan sosial media.

Analisis Lingkungan Internal

Analisis faktor lingkungan internal merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam anggota

koperasi yang dapat mempengaruhi keberadaan posisi dari koperasi dan tindakan koperasi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Faktor Kekuatan

1) Produk yang dihasilkan berkualitas

Produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirta Kencono memiliki kualitas yang baik, karena diperoleh dari biji petik merah pilihan dan diproses dengan teknologi yang modern. Dengan memiliki kualitas produk yang baik maka akan dapat meningkatkan pangsa pasar produk olahan kopi robusta, sehingga mampu bersaing dengan pesaing produk sejenis.

2) Telah diterapkan manajemen keuangan yang baik

Produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirta Kencono Air Naningan Kabupaten Tanggamus sudah menerapkan pengelolaan manajemen keuangan yang baik, karena sudah ada pencatatan pendapatan dan pengeluaran pembelian produk olahan kopi robusta. Manajemen yang baik akan memiliki pengelolaan arus kas yang baik pula, sehingga memiliki kas yang cukup untuk membayar sewa, asuransi, telepon, gaji karyawan, dan sebagainya. Selain itu, manajemen keuangan sangat berpengaruh terhadap bisnis suatu agroindustri yaitu menjaga biaya agar tetap stabil.

3) Sumber daya manusia dalam pengolahan sudah baik

Keberadaan sumberdaya manusia bagi agroindustri sangat penting, karena dengan bantuan sumber daya manusia, maka agroindustri akan berjalan dan berproduksi dengan lancar dan baik. Koperasi Tirta Kencono Air Naningan Kabupaten Tanggamus memiliki sumberdaya manusia yang cukup tersedia dan terampil, sehingga produk olahan kopi robusta ini bertahan hingga saat ini dan mampu menghasilkan berbagai inovasi produk olahan kopi robusta sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

4) Akses jalan menuju lokasi sudah baik

Akses jalan ke Koperasi Tirta Kencono sudah baik karena akses menuju lokasi mudah dilalui alat transportasi. Akses jalan yang baik dapat mendatangkan keuntungan bagi produsen, karena dapat mempermudah konsumen dalam mencapai produk olahan kopi robusta tersebut. Hal ini

menjadi peluang bagi produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono untuk mengembangkan pemasaran melalui keuntungan akses jalan yang mudah dilalui.

5) Pangsa pasar yang luas

Kopi sudah mampu masuk ke berbagai kalangan, baik kalangan muda maupun tua, sehingga dapat meningkatkan minat konsumsi kopi. Hal ini menjadi peluang bagi produk olahan kopi robusta untuk memanfaatkan pangsa pasar yang luas dengan terus mengembangkan produk olahan kopi robusta dengan menambah inovasi-inovasi baru, sehingga mampu diterima semua kalangan masyarakat dan menambah permintaan produk.

Faktor Kelemahan

1) Produk belum memiliki label halal

Pada produk olahan kopi robusta belum memiliki label halal, dikarenakan kurangnya pengetahuan sumber daya manusia mengenai pentingnya sertifikat halal pada produk. Hal ini juga berdampak pada kepercayaan konsumen terhadap produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono, sehingga konsumen merasa kurang aman dalam mengonsumsi produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono.

2) Harga produk yang relatif mahal

Produk olahan kopi robusta memiliki harga yang relatif mahal, karena bahan baku yang dipilih dengan kualitas dan pengolahan terbaik. Harga yang relatif mahal menjadi pertimbangan bagi konsumen, sehingga diperlukan evaluasi penetapan harga, agar harga yang ditetapkan dapat dijangkau semua kalangan masyarakat. Harga yang ditetapkan untuk 250 gram olahan kopi robusta ini mencapai Rp35.000,00 dimana harga yang berlaku pada agroindustri sejenis berkisar Rp10.000,00-Rp25.000,00 (Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Tanggamus 2018).

3) Lokasi usaha jauh dari pasar dan pusat kota

Lokasi penjualan diartikan sebagai tempat yang digunakan dalam menyalurkan produk dari produsen kepada konsumen. Lokasi usaha penjualan produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono berada di Kecamatan Air Naningan Kabupaten Tanggamus. Berdasarkan hasil penelitian, tempat atau lokasi penjualan produk olahan kopi robusta jauh dari pasar dan pusat

Kabupaten Tanggamus, sehingga masyarakat kurang mengenal produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono. Hal tersebut berpengaruh pada pengetahuan konsumen terhadap produk olahan kopi robusta, permintaan produk dan lokasi usaha yang jauh dari pasar dan pusat kota.

4) Pendidikan sumberdaya manusia rendah

Koperasi Tirto Kencono memiliki SDM berpendidikan rendah, rata-rata pendidikan terakhir yang dimiliki setara sekolah menengah pertama (SMP). Hal ini menjadi kelemahan bagi Koperasi Tirto Kencono, karena tingkat pendidikan yang rendah menyebabkan sumber daya manusia sulit untuk menerima inovasi dan sulit menerima arahan ataupun pelatihan. Tingkat pendidikan yang rendah berpengaruh dalam penggunaan teknologi. Semakin rendah tingkat pendidikan, maka semakin sulit mengikuti perkembangan teknologi.

5) Belum menerapkan kegiatan promosi

Keberadaan teknologi memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap kegiatan pemasaran. Untuk meningkatkan target pasar yang lebih maju dari kompetitor. Contohnya *facebook*, *instagram*, dan media sosial lainnya.

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Tabel 2. Matriks IFE produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor	Ranking
A. Komponen Kekuatan				
1. Kualitas produk olahan kopi robusta berkualitas	0,121	4	0,483	1
2. Telah diterapkannya manajemen keuangan yang baik	0,106	3	0,317	3
3. Keterampilan sumberdaya manusia dalam pengolahan sudah baik	0,083	2	0,167	5
4. Akses jalan menuju lokasi sudah baik	0,103	2	0,206	4
5. Pangsa pasar yang luas	0,131	3	0,393	2
B. Komponen Kelemahan				
1. Produk belum memiliki label halal	0,121	4	0,486	1
2. Harga produk relatif mahal	0,077	3	0,231	3
3. Akses jalan jauh dari pasar dan pusat kota	0,079	2	0,159	4
4. Pendidikan sumberdaya manusia rendah	0,077	2	0,154	5
5. Belum diterapkannya kegiatan promosi	0,102	3	0,305	2
Total	1,000		2,899	

Namun, pada produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirta Kencono tidak menggunakan media sosial sebagai media atau alat promosi. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dalam menggunakan teknologi. Berdasarkan Tabel 2, faktor kekuatan yang paling penting adalah produk yang dihasilkan berkualitas dengan bobot 0,121 dengan nilai *rating* 4, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan Koperasi Tirta Kencono yang menjadikan kekuatan bagi produk olahan kopi robusta. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Maryana, Ustiana dan Parining (2015) mengenai strategi pemasaran kopi bubuk lumbung mas Kelurahan Beng Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar. Kekuatan utama yang dimiliki oleh lumbung mas adalah kualitas produk yang baik dengan skor 0,32.

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal merupakan faktor-faktor di luar koperasi yang dapat mempengaruhi pilihan arah dan tindakan organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Faktor Peluang

1) Kualitas produk baik, sehingga pangsa pasar luas

Produk olahan kopi robusta memiliki kualitas yang baik, karena sengaja dipetik dari kopi biji merah pilihan dan diproses dengan teknologi yang *modern*. Kualitas produk olahan kopi robusta yang baik membuat produk olahan kopi robusta memiliki pangsa pasar yang luas, sehingga menjadi peluang bagi produk olahan kopi robusta dalam meningkatkan permintaan produk. Hal ini seharusnya dimanfaatkan oleh Koperasi Tirta Kencono untuk meningkatkan permintaan produk olahan kopi robusta.

2) Budaya masyarakat Indonesia yang gemar minum kopi

Di zaman milenial seperti sekarang, minum kopi kini telah merambah ke berbagai kalangan. Bukan hanya orang tua, namun seiring berkembangnya kafe atau kedai kopi, pemuda pun kini jadi menyukai minuman ini. Hal ini menjadi peluang bagi produk olahan kopi robusta dalam memasuki pasar, budaya masyarakat Indonesia yang terbiasa minum kopi menjadikan kopi sebagai kebutuhan sehari-hari yang harus tersedia. Hal ini menjadikan permintaan kopi akan terus ada dan meningkat, dengan produk yang berkualitas, *design* yang

menarik dan tersedianya varian produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirta Kencono diyakini mampu memenuhi kebutuhan kopi di semua kalangan, baik kalangan muda maupun tua.

3) Sudah memiliki izin usaha

Produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirta Kencono sudah memiliki izin usaha dari Dinas Kesehatan Kabupaten Tanggamus. Hal ini menjadi peluang bagi produk olahan kopi robusta untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usahanya. Dengan adanya izin usaha, konsumen merasa aman dalam mengonsumsi produk tersebut.

4) Adanya teknologi yang *modern*

Keberadaan teknologi memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap kegiatan produksi. Koperasi Tirta Kencono sudah menggunakan teknologi yang *modern* untuk mempermudah dan mempercepat proses produksi, misalnya mesin *roasting* dan mesin pengemasan. Penggunaan mesin dan alat tersebut secara tidak langsung memberikan keuntungan bagi Koperasi Tirta Kencono, maka dapat meningkatkan kinerja produksi dengan menghemat waktu dan biaya.

5) Memanfaatkan pelatihan dan dukungan dari Pemerintah

Koperasi Tirta Kencono sudah mampu memanfaatkan pelatihan dan dukungan dari pemerintah. Pelatihan yang sudah diberikan yaitu manajemen pemasaran dan kewirausahaan, sedangkan bantuan mesin yang diberikan yaitu mesin *roasting* dan mesin pengemas, sehingga mampu membantu meningkatkan produksi produk olahan kopi robusta. Pelatihan yang diberikan dapat membantu kemajuan Koperasi Tirta Kencono, sehingga Koperasi Tirta Kencono memiliki peluang untuk mengembangkan produk olahan kopi robusta dengan memanfaatkan dukungan dan pelatihan yang diberikan pemerintah.

Faktor Ancaman

1) Adanya pesaing produk sejenis yang memiliki harga yang lebih murah

Kemunculan agroindustri sejenis menjadi ancaman terhadap produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirta Kencono Air Naningan Kabupaten Tanggamus misalnya *merk* lain seperti kopi pelangi yang sama-

sama berada di Dusun Talang 20 Kecamatan Air Naningan, dengan harga Rp12.000,00/250 gram. Dengan adanya pesaing sejenis dengan harga yang lebih murah dapat menjadi ancaman bagi produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono yang mengakibatkan turunnya permintaan produk olahan kopi robusta.

2) Mahalnya biaya pemeliharaan sistem teknologi

Produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono sudah melakukan pemanfaatan teknologi dalam produksinya. Hanya saja untuk penggunaan teknologi memerlukan biaya tambahan untuk pemeliharaan sistem teknologinya. Mahalnya biaya pemeliharaan sistem teknologi menjadi ancaman bagi Koperasi Tirto Kencono, karena dalam produksi memerlukan biaya tambahan untuk pemeliharaan teknologi. Biaya pemeliharaan berupa perawatan mesin dan penggantian oli mesin yang mencapai Rp150.000,00/bulan.

3) Cuaca tidak menentu akan mempengaruhi kualitas bahan baku

Kualitas produk olahan kopi robusta yang baik ditentukan dari proses penjemuran dan pencahayaan yang baik. Penjemuran bahan baku memerlukan cahaya matahari yang cukup, sehingga kualitas kopi dapat tetap bertahan dengan baik. Jika bahan baku kurang mendapatkan cahaya matahari yang cukup, maka akan mempengaruhi kualitas kopi seperti bahan baku yang terkena jamur. Proses penjemuran dengan pencahayaan yang baik biasanya hanya memerlukan 1-2 hari saja, sedangkan jika kurang mendapatkan cahaya kopi perlu dijemur 3-4 hari.

4) Pemasaran produk terbatas

Pemasaran pada produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono dikatakan terbatas, karena pemasaran yang dilakukan hanya di sekitar Kabupaten Tanggamus. Hal ini terjadi karena belum adanya transportasi dalam menjangkau permintaan di luar Kabupaten Tanggamus. Selain itu, produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono hanya memiliki satu *outlet*.

5) Kurangnya pemanfaatan bank untuk menambah permodalan

Koperasi Tirto Kencono belum mendapatkan bantuan permodalan atau pemanfaatan bank dalam menambah permodalan koperasi, sehingga

permodalan yang dimiliki masih tergolong minim. Selama ini, Koperasi Tirto Kencono menggunakan modal dari simpanan pokok dan wajib. Hal ini dapat menghambat perkembangan produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono. Untuk itu diperlukan pemanfaatan bank dalam menambah permodalan, agar permodalan tetap stabil dan dapat mendukung perkembangan produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto.

Matriks EFE (*External Factors Evaluation*)

Matriks EFE (*External Factors Evaluation*) diperoleh dari analisis lingkungan eksternal produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono Air Naningan Kabupaten Tanggamus. Faktor-faktor eksternal yang dianalisis merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono berupa faktor peluang (*opportunities*) dan faktor ancaman (*threats*). Matriks EFE produk olahan kopi robusta dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks EFE produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirto Kencono

	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Ranking
A. Komponen Peluang					
1.	Kualitas produk yang baik, sehingga pangsa pasar luas	0,144	4	0,575	1
2.	Budaya masyarakat Indonesia yang gemar minum kopi	0,062	3	0,186	4
3.	Sudah memiliki izin usaha	0,084	2	0,168	5
4.	Adanya teknologi yang <i>modern</i> , sehingga biaya produksi lebih efisien	0,090	3	0,271	3
5.	Memanfaatkan dukungan dari pemerintah melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan	0,120	3	0,360	2
B. Komponen Ancaman					
1.	Adanya pesaing produk sejenis	0,129	4	0,514	1
2.	Mahalnya biaya pemeliharaan sistem teknologi	0,071	2	0,141	5
3.	Iklim dan cuaca tidak menentu akan mempengaruhi kualitas bahan baku	0,106	3	0,317	2
4.	Pemasaran produk terbatas	0,094	2	0,189	4
5.	Kurangnya pemanfaatan bank untuk menambah permodalan	0,101	2	0,202	3
Total		1,000		2,922	

Strategi Pengembangan pada Koperasi Tirta Kencono di Kabupaten Tanggamus

Kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang diperoleh dari kondisi internal dan eksternal pada Koperasi Tirta Kencono akan menghasilkan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*). Selisih hasil antara matriks IFAS dan EFAS tersebut akan dinyatakan pada diagram analisis SWOT. Komponen-komponen pada matriks faktor internal dan eksternal diperoleh dari hasil survey di lapangan dan juga digunakan pada penelitian sejenis yaitu Asmarantaka, Sayekti, dan Nugraha (2013). Pembobotan untuk diagram SWOT, faktor internal dan eksternal Koperasi Tirta Kencono disajikan pada Tabel 4. Berdasarkan Tabel 4 terlihat bahwa selisih antara faktor internal dan eksternal yaitu kekuatan dan kelemahan Koperasi Tirta Kencono sebesar +0,197. Meskipun terdapat faktor kelemahan, dapat diatasi dengan adanya faktor kekuatan yang dimiliki Koperasi Tirta Kencono. Pada faktor eksternal, selisih antara peluang dan ancaman sebesar +0,231. Hal ini dapat diartikan bahwa faktor ancaman dapat diatasi dengan adanya faktor peluang yang dimiliki Koperasi Tirta Kencono.

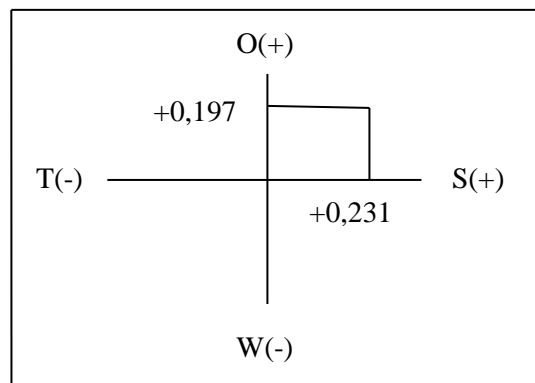
Gambar 1 menunjukkan bahwa produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirta Kencono berada pada kuadran I (agresif strategi) artinya situasi yang sangat menguntungkan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Moriska, Affandi, dan Nugraha (2017) mengenai strategi pengembangan koperasi kredit (Kopdit) Mekar Sai dalam pembiayaan agribisnis di Lampung yang juga berada pada kuadran I dengan sumbu X bernilai 0,40 dan sumbu Y bernilai 1,60.

Strategi Prioritas Produk Olahan Kopi Robusta Koperasi Tirta Kencono

Strategi prioritas diperoleh dengan cara menyilangkan faktor internal dengan faktor eksternal yaitu ($S > O$), ($S > T$), ($W > O$) dan ($W > T$) yang menghasilkan 100 strategi, dimana seluruh strategi akan diurutkan berdasarkan *ranking* yang didapat. Penelitian perbandingan yang digunakan pada analisis SWOT ialah hasil penelitian Putri, Sayekti dan Rosanti (2015) yang meneliti tentang analisis pendapatan dan strategi pengembangan budidaya rumput laut di Pulau Pahawang Kecamatan Punduh Pidada Kabupaten Pesawaran. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada cara penentuan bobot yang digunakan.

Tabel 4. Pembobotan diagram SWOT faktor internal dan eksternal produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirta Kencono

Uraian	Faktor Internal		Faktor Eksternal	
	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
Bobot x rating	1,556	1,334	1,560	1,363
Selisih	0,231		0,197	



Gambar 1. Diagram SWOT faktor internal dan eksternal Koperasi Tirta Kencono

Penentuan bobot yang digunakan berbeda, karena jumlah bobot antar komponen ialah 100 persen. Pada penelitian produk olahan kopi robusta, jumlah bobot yang diperoleh antar komponen digabungkan yaitu sebesar 1. Strategi prioritas usaha bagi produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirta Kencono adalah:

- 1) Mempertahankan jaminan mutu produk olahan kopi robusta yang dihasilkan dengan memanfaatkan teknologi yang telah *modern*. (S_1, O_4)
- 2) Mempertahankan kualitas produk olahan kopi robusta yang dihasilkan dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan. (S_1, O_5)
- 3) Mempertahankan manajemen keuangan yang sudah baik dan memanfaatkan pelatihan yang diberikan pemerintah melalui pelatihan-pelatihan UMKM untuk mengembangkan usahanya. (S_2, O_1)
- 4) Mempertahankan kualitas produk olahan kopi robusta, agar produk dapat bersaing dengan pelaku usaha sejenis yang masuk pasar. (S_1, T_1)
- 5) Memanfaatkan pangsa pasar yang luas dengan mempertahankan kualitas produk, agar pemasaran produk menjadi lebih luas. (S_5, T_4)
- 6) Mendirikan lokasi yang mudah dijangkau masyarakat, agar meminimalisir biaya dan mempermudah pendistribusian produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat peminat kopi. (W_3, O_2)

- 7) Meningkatkan pendidikan SDM yang rendah dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah melalui pelatihan-pelatihan UMKM yang diberikan. (W₄, O₅)
- 8) Memberikan potongan harga pada pembelian produk, sehingga dapat mengatasi harga produk yang relatif mahal agar mampu bersaing dengan pesaing sejenis. (W₂, T₁)
- 9) Mengajukan permohonan sertifikat halal, sehingga menjadi keunggulan produk dibandingkan pesaing sejenis yang masuk ke pasar. (W₁, T₁)
- 10) Menerapkan media sosial sebagai media promosi, sehingga pemasaran semakin luas untuk meningkatkan volume penjualan. (W₅, T₅)

KESIMPULAN

Bauran pemasaran yang diterapkan oleh Koperasi Tirta Kencono meliputi bauran produk yang memiliki kualitas baik, bauran harga menggunakan sistem pembayaran tunai, bauran promosi hanya melakukan *personal selling*, dan bauran tempat akses jalan menuju lokasi sudah baik. Faktor internal utama untuk kekuatan adalah produk berkualitas baik. Faktor internal utama untuk kelemahan adalah produk belum memiliki label halal. Faktor eksternal utama untuk peluang adalah pangsa pasar luas. Faktor eksternal utama untuk ancaman adalah banyaknya pesaing sejenis. Strategi pengembangan pada produk olahan kopi robusta di Koperasi Tirta Kencono adalah: mempertahankan kualitas produk olahan kopi robusta yang dihasilkan dengan memanfaatkan teknologi yang telah *modern*, mendirikan lokasi yang mudah dijangkau masyarakat agar meminimalisir biaya dan mempermudah pendistribusian produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat peminat kopi, meningkatkan pendidikan SDM yang rendah dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah melalui pelatihan-pelatihan UMKM yang diberikan, dan menerapkan media sosial sebagai media promosi sehingga pemasaran semakin luas untuk meningkatkan volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Maryana IK, ING Ustriana, dan Parining. 2015. Strategi pemasaran kopi bubuk lumbung mas Kelurahan Beng Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Agribisnis dan*

Agrowisata, 4 (3): 174-184. <http://ojs.unud.ac.id/index.php/JAA.pdf> [10 November 2019].

Asmarantaka A, WD Sayekti, dan A Nugraha. 2013. Analisis strategi pengembangan usaha Bandrek Lampung pada Unit Usaha THP Herbalist. *JIIA*, 1 (3): 195-199. <https://jurnal/fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/573/535> [10 November 2019].

BPS [Badan Pusat Statistik] Provinsi Lampung. 2018. *Provinsi Lampung dalam Angka 2017*. <http://provinsilampung.bps.go.id>. [12 Desember 2018].

Dimas I dan Wahyudiona A. 2008. Strategi pengembangan dan bauran pemasaran potensi komoditas kopi dalam rangka penguatan pasar produk pertanian secara integratif di sektor pertanian di Kabupaten Banyuwangi. *Journal of applied Business Administration*, 2 (2): 41-52. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/1120> [10 November 2019].

Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Tanggamus. 2018. *Jumlah Koperasi Menurut Jenis Koperasi dan Kecamatan di Kabupaten Tanggamus tahun 2015-2018*. Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Tanggamus. Kota Agung.

Dinas Perkebunan Provinsi Lampung. 2018. *Luas Areal, Produksi PN per Kecamatan dan Kabupaten*. Dinas Perkebunan Provinsi Lampung. Bandar Lampung.

Kementerian Pertanian. 2017. *Laporan Kinerja Kementerian Pertanian Tahun 2011*. <http://www.deptan.go.id/pengumuman/berita/2012/Laporan-kinerja-kementan2011.pdf>. [12 Desember 2018].

Kotler P. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Moriska P, MI Affandi, dan A Nugraha. 2016. Strategi pengembangan Koperasi Kredit (Kopdit) Mekar Sai dalam pembiayaan agribisnis di Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 4 (3): 285-293. <https://jurnal/fp.unila.ac.id/index.php/JIIA/article/view/1503/1357> [10 November 2019].

Putri D, WD Sayekti, dan N Rosanti. 2013. Analisis pendapatan dan strategi pengembangan budidaya rumput laut di Pulau Pahawang Kecamatan Punduh Pidada Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 2 (1): 1-8. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/561/523> [9 November 2019].