III. METODE PENELITIAN

A. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional mencakup pengertian yang digunakan untuk mendapatkan data melakukan analisa-analisa sehubungan dengan tujuan penelitian.

Data sekunder adalah data yang didapat dari lembaga atau instansi tertentu yang mendukung tujuan penelitian, dalam bentuk data publikasi mengenai kopi atau kopi luwak.

Data primer adalah data yang didapat melalui wawancara dengan responden yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu petani kopi, pedagang pengumpul, pedagang buah kopi, pelaku agroindustri kopi luwak, pedagang kopi luwak, dan konsumen kopi luwak.

Agroindustri adalah suatu industri yang mentransformasikan hasil pertanian menjadi produk industri dalam rangka meningkatkan nilai tambahnya, dengan demikian merupakan suatu sistem terintegrasi yang melibatkan sumberdaya hasil pertanian, manusia, ilmu dan teknologi, uang, dan informasi.

Industri adalah adalah kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan.

Agroindustri kopi luwak adalah suatu sistem yang terdiri dari subsistem pengadaan bahan baku kopi, fermentasi oleh luwak, pengolahan, dan pemasaran hasil produksi kopi luwak.

Kopi luwak adalah jenis kopi dari biji kopi yang telah dimakan dan melewati saluran pencernaan binatang luwak atau musang. Biji kopi ini diyakini memiliki rasa yang berbeda setelah dimakan dan melewati saluran pencernaan luwak.

Rantai pasok kopi luwak adalah suatu sistem organisasi, teknologi, informasi, kegiatan dan sumber daya yang terlibat dalam pemindahan bahan baku dari pemasok hingga menjadi kopi luwak dan disalurkan kepada pelanggan.

Manajemen rantai pasok kopi luwak adalah sebuah proses dimana produk kopi luwak dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen dari sudut struktural.

Analisis faktor internal agroindustri kopi luwak adalah sumber daya dan sarana yang ada dalam agroindustri kopi luwak dimana secara langsung dapat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan agroindustri. Faktor internal agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung meliputi produk, persediaan, bahan baku, lokasi, investasi.

Analisis faktor eksternal agroindustri kopi luwak adalah sumber daya dan sarana yang berada di luar agroindustri kopi luwak dimana secara tidak langsung dapat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan agroindustri. Faktor eksternal agroindustri kopi luwak meliputi faktor ekonomi, sosial, dan budaya, iklim dan cuaca, pasar, pesaing, serta ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK).

Kekuatan agroindustri kopi luwak adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau yang ingin dilayani oleh agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung.

Kelemahan agroindustri kopi luwak adalah keterbatasan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung.

Peluang agroindustri kopi luwak adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung.

Ancaman agroindustri kopi luwak adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung.

Nilai tambah kopi luwak merupakan selisih antara nilai produksi kopi luwak dikurangi nilai bahan baku dan nilai input lainnya selain tenaga kerja yang di ukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Output adalah jumlah kopi luwak yang dihasilkan dalam satu bulan yang diukur dalam satuan kilogram (Kg).

Bahan baku produk kopi luwak adalah buah kopi atau kopi luwak biji yang dipakai untuk memulai produksi kopi luwak yang akan menghasilkan produk kopi luwak bubuk yang diukur dalam satuan kilogram (Kg).

Tenaga kerja adalah banyaknya HOK yang terlibat langsung pada produksi kopi luwak dalam satu bulan (HOK).

Faktor konversi adalah hasil pembagian dari biaya output dengan bahan baku dalam menghasilkan kopi luwak.

Koefisien tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk mengolah satu kilogram kopi luwak.

Harga kopi luwak adalah harga jual produk kopi luwak per satu kilogram yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Upah rata – rata tenaga kerja adalah biaya upah yang dikeluarkan agroindustri kopi luwak untuk tenaga kerja per satu hari orang kerja (HOK), yang diukur dalam satuan Rp/HOK.

Harga bahan baku kopi luwak adalah harga beli bahan baku buah kopi yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Sumbangan input lain adalah biaya pemakaian input lain per satu kilogram produk yang diukur dalam satuan kilogram (Kg).

Nilai output adalah nilai satu kilogram kopi luwak yang dihasilkan dari proses produksi yang diukut dalam satuan rupiah (Rp).

Rasio nilai tambah adalah perbandingan antara nilai tambah dengan nilai produk diukur dalam satuan persen (%).

Imbalan tenaga kerja adalah hasil kali antara koefisien tenaga kerja dan upah tenaga kerja langsung yang diukur dalam satuan Rp/Kg.

Bagian tenaga kerja adalah persentase pendapatan tenaga kerja agroindustri kopi luwak dari nilai tambah kopi luwak yang diukur dalam satuan persen (%).

Keuntungan agroindustri kopi luwak adalah nilai tambah dikurangi imbalan tenaga kerja yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Marjin adalah selisih antara nilai kopi luwak dengan bahan baku atau besarnya kontribusi pemilik faktor-faktor produksi selain bahan baku yang digunakan dalam proses produksi kopi luwak.

Marjin keuntungan agroindustri kopi luwak adalah persentase keuntungan agroindustri kopi luwak terhadap marjin yang diukur dalam satuan persen (%).

Marjin tenaga kerja agroindustri kopi luwak adalah persentase imbalan tenaga kerja terhadap marjin yang diukur dalam satuan persen (%).

Marjin input lain adalah persentase sumbangan input lain terhadap marjin yang diukur dalam satuan persen (%).

B. Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini, untuk mewakili Provinsi Lampung maka diambil dua kabupaten sebagai sampel. Kabupaten yang diambil adalah dua kabupaten yang memiliki nilai produksi kopi terbesar di Provinsi Lampung yang keduanya juga merupakan daerah yang memproduksi kopi luwak, kedua kabupaten itu adalah Kabupaten Lampung Barat dan Kabupaten Tanggamus. Kabupaten Lampung Barat penelitian dilaksanakan di Kecamatan Balik Bukit, sedangkan pada Kabupaten Tanggamus penelitian dilaksanakan di Kecamatan Pulau Panggung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Lampung Barat dan Kabupaten Tanggamus merupakan sentra produksi kopi di Provinsi Lampung.

Pengambilan sampel pelaku agroindustri kopi luwak dilakukan dengan cara sensus. Metode pemilihan responden secara sensus yaitu semua populasi agroindustri kopi luwak yang melakukan kegiatan budidaya buah kopi dijadikan responden dalam penelitian. Menurut Arikunto (2002), apabila subjek penelitian kurang dari 100 unit (orang), maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Pelaku agroindustri kopi luwak yang menjadi responden berjumlah 7 orang pelaku agroindustri yang terdiri dari 6 orang dari Kabupaten Lampung Barat dan 1 orang dari Kabupaten Tanggamus.

Pengambilan sampel untuk pelaku rantai pasok kopi luwak yang meliputi petani kopi, pedagang buah kopi, pedagang kopi luwak, dan konsumen dilakukan dengan cara *snowball*. Metode pengambilan sampel secara *snowball*

merupakan metode pengambilan sampel dengan cara berantai dengan cara menemukan satu sampel untuk kemudian dari sampel tersebut dicari keterangan mengenai keberadaan sampel lain. Metode ini digunakan karena populasi pelaku rantai pasok agroindustri kopi luwak tidak jelas keberadaannya dan tidak pasti jumlahnya. Setelah dilakukan penelitian diperoleh 28 responden yang digunakan untuk mengetahui pola alir rantai pasok yang terdiri dari 9 orang petani kopi, 3 orang pedagang pengumpul buah kopi, 1 orang pedagang besar buah kopi , 5 orang pedagang kopi luwak dan 10 orang konsumen kopi luwak. Pengumpulan data dalam penelitian dilaksanakan pada bulan Januari – Agustus 2014.

C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan untuk wilayah Provinsi Lampung dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan petani kopi, pengumpul buah kopi, pedagang besar buah kopi, pelaku agroindustri kopi luwak, pedagang kopi luwak, dan konsumen kopi luwak dengan menggunakan daftar pertanyaan. Data sekunder diperoleh dari lembaga/instansi terkait seperti Badan Pusat Stastistik dan Dinas Perkebunan mengenai produksi dan produktivitas tanaman kopi di Provinsi Lampung, Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan mengenai jumlah pelaku agroindustri, identitas agroindustri, laporan-laporan, publikasi, dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

D. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitiatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis mekanisme rantai pasok dan analisis SWOT, sedangkan analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis nilai tambah yang diperoleh dari kegiatan agroindustri kopi luwak.

1. Sistem Rantai Pasok

Analisis sistem rantai pasok digunakan untuk menjawab tujuan pertama, yaitu untuk mengetahui pola alir rantai pasok pada agroindustri kopi luwak. Rantai pasok merupakan sebuah sistem yang menghubungkan antara pemasok bahan baku, agroindustri, pedagang dan konsumen. Hubungan tersebut diharapkan agar kegiatan agroindustri dapat berjalan lancar dan efisien hingga kopi luwak sampai kepada konsumen.

Metode analisis data untuk mengidentifikasi sistem rantai pasok kopi luwak pada penelitian ini digunakan metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan merupakan metode statistik yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Data yang telah terkumpul akan dianalisis untuk mengetahui keadaan agroindustri kopi luwak, mengidentifikasi rantai pasok kopi luwak, serta mengidentifikasi aktifitas yang dilakukan tiap pelaku dalam sistem rantai pasok kopi luwak.

Pengujian tingkat efisiensi pemasaran juga dilakukan untuk mengetahui apakah sistem rantai pasok kopi luwak di Provinsi Lampung efisien atau

tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan konsep efisiensi pemasaran dimana efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (1989) merupakan perbandingan antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan, dengan rumus sebagai berikut:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100$$

Keterangan :

EP = efisiensi pemasaran (%)

TB = total biaya (rupiah)

TNP = total nilai produk (rupiah)

Tingkat efisiensi pemasaran sistem rantai pasok dapat dilihat dari besarnya persentase efisiensi pemasaran (EP). Rantai pasok yang memiliki tingkat efisiensi yang lebih tinggi adalah rantai pasok yang memiliki nilai EP lebih kecil.

2. Analisis Nilai Tambah

Metode analisis nilai tambah digunakan untuk menjawab tujuan pertama yaitu untuk mengetahui nilai tambah pada agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung. Nilai tambah dihitung untuk mengetahui seberapa besar selisih harga antara buah kopi dan kopi luwak yang diperoleh pelaku agroindustri kopi luwak. Selisih harga tersebut yang akan menambah pendapatan pelaku agroindustri kopi luwak.

Menurut Hayami (1987), nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditi karena adanya perlakuan yang diberikan pada komoditi yang

bersangkutan. Kegiatan mengolah kopi menjadi kopi luwak bubuk mengakibatkan bertambah nilai komoditi tersebut. Untuk menjawab tujuan pertama mengenai besarnya nilai tambah dari kopi menjadi kopi luwak bubuk pada agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung dapat dilakukan dengan menggunakan metode nilai tambah Hayami pada seperti Tabel 5.

Tabel 5. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

No.	Variabel	Nilai
I.	**Output, Input, dan Harga**	
1	Output (Kg/Bulan)	A
2	Bahan baku (Kg/Bulan)	B
3	Tenaga kerja (HOK/Bulan)	C
4	Faktor Konversi	D = A/B
5	Koefisien Tenaga Kerja	E = C/B
6	Harga output (Rp/Kg)	F
7	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G
II.	**Pendapatan dan Keuntungan (Rp/Kg)**	
8	Harga bahan baku (Rp/Kg)	H
9	Sumbangan input lain (Rp/Kg)	I
10	Nilai output	J = D x F
11	a. Nilai tambah	K = J-I-H
	b. Rasio nilai tambah	L% = (K/J) x 100%
12	a. Imbalan tenaga kerja	M = E x G
	b. Bagian tenaga kerja	N% = (M/K) x 100%
13	a. Keuntungan	O = K – M
	b. Tingkat keuntungan	P% = (O/K) x 100%
III.	**Balas Jasa Untuk Faktor Produksi**	
14	Margin	Q = J – H
	a. Keuntungan	R = O/Q x 100%
	b. Tenaga kerja	S = M/Q x 100%
	c. Input lain	T = I/Q x 100%

Sumber: Hayami, 1987

Keterangan :

A = Output/total produksi kopi yang dihasilkan oleh industri rumah tangga
B = Input/bahan baku yang digunakan untuk memproduksi kopi luwak bubuk yaitu kopi
C = Tenaga kerja yang digunakan dalam memproduksi kopi luwak dihitung dalam satuan HOK (Hari Orang Kerja) dalam satu periode analisis
F = Harga produk yang berlaku pada satu periode analisis
G = Jumlah upah rata-rata yang diterima oleh pekerja dalam setiap satu periode produksi,yang dihitung berdasarkan upah per HOK

H = Harga input bahan baku utama kopi per kilogram (kg) pada saat periode analisis
I = Sumbangan/biaya input lainnya yang terdiri dari biaya bahan baku penolong, biaya penyusutan, dan biaya pengemasan.

Kriteria nilai tambah adalah :

1. Jika NT > 0, berarti pengembangan agroindustri kopi luwak memberikan nilai tambah hasilnya positif
2. Jika NT < 0, berarti pengembangan agroindustri kopi luwak tidak memberikan nilai tambah hasilnya negatif

3. Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)

Analisis SWOT digunakan untuk menjawab tujuan yang terakhir, yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung. Berdasarkan penjelasan tersebut, ditemukan beberapa variabel yang akan menentukan strategi pengembangan agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung. Proses penyusunan strategi pengembangan melalui beberapa tahapan analisis, adalah sebagai berikut:

a. Daftarkan item- item faktor strategis eksternal (EFAS) dengan faktor strategis internal (IFAS) yang paling penting dalam kolom faktor strategis.
b. Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 0 (tidak penting) sampai 100 (paling penting). Perhitungan bobot masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya, penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan

tingkat kepentingannya dengan point faktor lainnya. Berdasarkan pengaruh komponen-komponen faktor tersebut terhadap posisi strategi.

c. Agroindustri kopi luwak (semua bobot tersebut harus berjumlah 100% yang akan menjadi bobot untuk keseluruhan lima faktor yang akan di analisis).

d. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1, berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung.

e. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh total skor dalam kolom 4.

f. Kalikan bobot dengan peringkat untuk menghasilkan jumlah pada kolom skor berbobot. Matrik evaluasi internal dan ekternal analisis SWOT untuk mengetahui kondisi peternakan sapi dapat dilihat pada Tabel 6 dan tabel 7.

Tabel 6. Tabel Model Matriks IFAS

Komponen	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor	Rangking
Kekuatan (*Strenghts*)					
1.					
2.					
3.					
Kelemahan (*Weakness*)					
1.					
2.					
3.					

Sumber: David, 2003

Analisis Faktor internal agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung meliputi produk, persediaan, bahan baku, lokasi, investasi. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pada rantai pasok kopi luwak.

Tabel 7. Tabel Model Matriks EFAS

Komponen	Faktor Eskternal	Bobot	Rating	Skor	Rangking
Peluang (*Opportunities*)					
1.					
2.					
3.					
Ancaman (*Threats*)					
1.					
2.					
3.					

Sumber: David, 2003

Analisis faktor eksternal agroindustri kopi luwak meliputi faktor ekonomi, sosial, dan budaya, iklim dan cuaca, pasar, pesaing, serta ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman pada rantai pasok kopi luwak. Hal ini dilakukan untuk melihat kemampuan rantai pasok dalam menghadapi perubahan lingkungan eksternal.

Faktor-faktor internal dan eksternal yang didapatkan dari identifikasi yaitu faktor kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang kemudian dimasukkan kedalam matrik SWOT untuk dianalisis. Analisis SWOT menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh agroindustri

yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri. Matrik akan menghasilkan 4 set kemungkinan strategi yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT. Bentuk matrik SWOT dapat dilihat pada Gambar 4. Kemudian dilakukan penyilangan masing-masing faktor sehingga didapat strategi SO, ST, WO, dan strategi WT. Pilihlah strategi yang sesuai dengan kuadran I, II, III, dan IV. Apabila penyilangan strategi tersebut tidak logis maka penyilangan strategi tidak dianalisis lebih lanjut.

SWOT	**Strengths (S)** Tentukan 5-10 faktor yang menjadi kekuatan	**Weakness (W)** Tentukan 5-10 faktor yang menjadi kelemahan
Opportunities (O) Tentukan 5-10 faktor yang menjadi peluang	**Strategi (SO)** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfatkan peluang	**Strategi (WO)** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 5-10 faktor yang menjadi ancaman	**Strategi (ST)** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**Strategi (WT)** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Gambar 4. Bentuk matrik SWOT