

TESIS

ANALISIS RANTAI PASOK DAN NILAI TAMBAH DALAM MENENTUKAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PERDAGANGAN KOMODITAS KELAPA DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR PROVINSI RIAU

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister
Manajemen Agribisnis



NAMA : BENNY MURDHANI
NOMOR MAHASISWA: 164221005

**PROGRAM MAGISTER (S2) MANAJEMEN AGRIBISNIS
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS RANTAI PASOK DAN NILAI TAMBAH DALAM
MENENTUKAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
PERDAGANGAN KOMODITAS KELAPA DI KABUPATEN
INDRAGIRI HILIR PROVINSI RIAU

TESIS

Oleh:

BENNY MURDHANI

Nomor Mahasiswa : 164221005
Program Mahasiswa : MANAJEMEN AGRIBISNIS

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Pada Tanggal : 19 Desember 2019
Dan dinayatakan : LULUS

TIM PENGUJI

Ketua



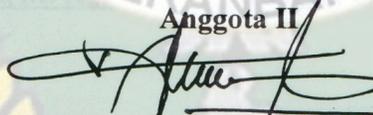
(Dr. Ir. U.P. Ismail, M. Agr)

Sekretaris



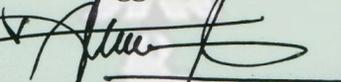
(Dr. Azharuddin M. Amin, M. Sc)

Anggota I



(Dr. Ir. Saipul Bahri, M. Agr)

Anggota II



(Dr. Ir. Marliati, M. Si)

Anggota III



(Dr. Fahrial, SP, SE., MM., CDBA)

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana
Universitas Islam Riau



Dr. Ir. Saipul Bahri, M. Ec

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Dengan ini menyatakan bahwa Tesis yang Berjudul:

**ANALISIS RANTAI PASOK DAN NILAI TAMBAH DALAM
MENENTUKAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
PERDAGANGAN KOMODITAS KELAPA DI KABUPATEN
INDRAGIRI HILIR PROVINSI RIAU**

Oleh:

Nama : BENNY MURDHANI
Nomor Mahasiswa : 164221005
Program Studi : Manajemen Agribisnis

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk disidangkan

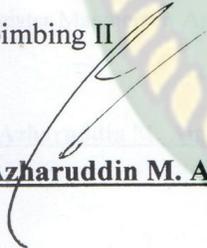
Telah diperiksa dan disetujui oleh
Dosen Pembimbing untuk di Ujiangkan

Pembimbing I



Dr. Ir. U.P. Ismail, M. Agr Tanggal 17 Desember 2019

Pembimbing II



Dr. Azharuddin M. Amin, M. Sc Tanggal 17 Desember 2019

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Agribisnis
Universitas Islam Riau



(Dr. Azharuddin M. Amin, M. Sc)



PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN

Jalan KH. Nasution No. 113 Gedung B Pascasarjana Universitas Islam Riau
Marpoyan, Pekanbaru, Riau

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

Nomor: 367 /A-UIR/5-PSTK/PPs/2020

Perpustakaan Program Pascasarjana Universitas Islam Riau menerangkan:

Nama : Benny Murdhani
NPM : 164221005
Program Studi : Agribisnis

Telah melalui proses pemeriksaan kemiripan karya ilmiah (tesis) menggunakan aplikasi *Turnitin* pada tanggal 15 Februari 2020 dan dinyatakan memenuhi syarat batas maksimal tingkat kemiripan tidak melebihi 30 % (tiga puluh persen).

Surat keterangan ini digunakan untuk syarat ujian tesis dan pengurusan surat keterangan bebas pustaka.

Mengetahui

Ketua Prodi.
Magister Manajemen Agribisnis

Pekanbaru, 1 April 2020

Dr. Azharuddin M. Amin, M.Sc



Lampiran:

- *Turnitin Originality Report*

Tumitin Originality Report

ANALISIS RANTAI PASOK DAN NILAI TAMBAH DALAM MENENTUKAN STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA PERDAGANGAN KOMODITAS KELAPA DI KABUPATEN
INDRAGIRI HILIR PROVINSI RIAU by Benny Murdhani



From Prodi. Manajemen Agribisnis (Tesis 2)

- Processed on 15-Feb-2020 15:52 +08
- ID: 1257863174
- Word Count: 21140

Similarity Index

24%

Similarity by Source

Internet Sources:

26%

Publications:

1%

Student Papers:

4%

sources:

1

6% match (Internet from 21-Oct-2019)

http://nad.litbang.pertanian.go.id/ind/images/dokumen/modul/26-budidaya_kelapa.pdf

2

4% match (Internet from 08-May-2019)

<https://id.123dok.com/document/4yr46xvq-analisis-network-supply-chain-dan-pengendalian-persediaan-beras-organik-studi-kasus-rantai-pasok-tani-sejahtera-farm-kab-bogor.html>

3

4% match (Internet from 15-Mar-2019)

<https://anzdoc.com/ritmopodungji-lapian-pv-analisis-rantai-pasok-analisis-rant.html>

4

3% match (Internet from 07-Jul-2018)

<https://media.neliti.com/media/publications/74025-ID-analisis-pengelolaan-rantai-pasok-tepung.pdf>

5

2% match (Internet from 10-Jan-2019)

<https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/58152/BAB%20III%20Kerangka%20Pemikiran.pdf?sequence=3>

6

1% match (Internet from 04-Jan-2020)

<http://repository.ipb.ac.id:8080/handle/123456789/87658>

7

1% match (Internet from 06-Jul-2018)

<https://media.neliti.com/media/publications/15123-ID-analisis-nilai-tambah-dan-pemasaran-kopra-kasus-desa-silo-baru-kecamatan-silau-l.pdf>

8

1% match (Internet from 01-Dec-2019)

<https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/download/253/134>

9

1% match (Internet from 22-Sep-2017)



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PROGRAM PASCASARJANA**

Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Pekanbaru 20281 Riau
Telp. (+62) (761) 674717 – 7017726 Fax. (+62) (761) 674717

**SURAT KEPUTUSAN DIREKTUR PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR : 003/UIR/KPTS/PS-MMA/2018
TENTANG PENUNJUKAN PEMBIMBING PENULISAN TESIS MAHASISWA
PROGRAM MAGISTER (S2) MMA**

DIREKTUR PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM RIAU

1. Bahwa penulisan tesis merupakan tugas akhir dan salah satu syarat mahasiswa dalam menyelesaikan studinya pada Program Magister (S2) Manajemen Agribisnis (MMA) PPS - UIR.
 2. Bahwa dalam upaya meningkatkan mutu penulisan dan penyelesaian tesis, perlu ditunjuk pembimbing yang akan memberikan bimbingan kepada mahasiswa tersebut.
 3. Bahwa nama - nama dosen yang ditetapkan sebagai pembimbing dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan mempunyai kewenangan akademik dalam melakukan pembimbingan yang ditetapkan dengan Surat keputusan Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Riau.
1. Undang – Undang Nomor : 20 Tahun 2003
 2. Peraturan Pemerintah Nomor : 60 Tahun 1999
 3. Keputusan Presiden Republik Indonesia :
 - a. Nomor : 85/M/1999
 - b. Nomor : 102/M/2001
 - c. Nomor : 228/M/2001
 4. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional R.I. :
 - a. Nomor : 232/U/2000
 - b. Nomor : 234/U/2000
 - c. Nomor : 176/O/2001
 5. Surat DirekturJenderal Pendidikan Tinggi Depdiknas R.I. :
 - a. Nomor : 2283/D/T/2003 Jo. Nomor : 5020/D/T/2010
 - b. Nomor : 681/D/T/2004 Jo. Nomor : 5021/D/T/2010
 - c. Nomor : 156/D/T/2007
 - d. Nomor : 2/Dikti/Kep/1991
 - e. Nomor : 490/D/T/2007 Jo. Nomor : 5150/D/T/2011
 - f. Nomor : 4009/D/T/2007 Jo. Nomor : 5019/D/T/2010
 - g. Nomor : 4009/D/T/2007 Jo. Nomor : 7322/D/T/K-X 2012
 6. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
 7. SK. Dewan Pimpinan YLPI Daerah Riau :
 - a. Nomor : 007/Kep.D/YLPI-I/1993
 - b. Nomor : 135/Kep.A/YLPI-VIII/2005
 8. SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 129/UIR/KPTS/2008
 9. Surat Sdr/I BENNY MURDHANI tanggal 24 Maret 2018

MEMUTUSKAN

1. Menunjuk :

a. Nama	: Dr. U.P.Ismail MBA,M.Agr	Sebagai Pembimbing I
b. Nama	: Dr.Azharuddin M Amin	Sebagai Pembimbing II

Untuk Penulisan Tesis Mahasiswa :

Nama : BENNY MURDHANI
N P M : 164221005
Program Studi : Manajemen Agribisnis (MMA)
Judul Tesis : ANALISIS RANTAI PASOK DAN NILAI TAMBAH SERTA STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PERDAGANGAN KOMODITAS KELAPA DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

2. Tugas – tugas pembimbing adalah memberikan bimbingan kepada mahasiswa Program Magister (S2) Manajemen Agribisnis (MMA) dalam penulisan tesis.
 3. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya diperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal dan ketentuan penulisan tesis sesuai dengan Buku Pedoman Program Magister (S2) Manajemen Agribisnis (MMA) .
 4. Kepada yang bersangkutan diberikan honorarium, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
 5. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.
- KUTIPAN** : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipatuhi.



PEKANBARU
24 Maret 2018

Bahri, M.Ec.
NPK. 52 11 02 199

Disampaikan Kepada :
Kepala Wilayah X di Padang
Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
Program Studi Magister (S2) Manajemen Agribisnis (MMA) PPS UIR di Pekanbaru
Maka Sim Kuitangan UIR di Pekanbaru
DOK_BIMBINGAN_doc_Mastur

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : BENNY MURDHANI
Nomor Mahasiswa : 164221005
Program Studi : Manajemen Agribisnis
Judul : Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Perdagangan Komoditas Kelapa Di Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini merupakan karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu instansi pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 20 Desember 2019

Yang membuat pernyataan




(Benny Murdhani)

**ANALISIS RANTAI PASOK DAN NILAI TAMBAH DALAM
MENENTUKAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
PERDAGANGAN KOMODITAS KELAPA DI KABUPATEN
INDRAGIRI HILIR PROVINSI RIAU
(Kasus: Kecamatan Tembilahan, Batang Tuaka dan
Tempuling Kabupaten Indragiri Hilir)**

ABSTRAK

Kabupaten Indragiri Hilir merupakan salah satu daerah penghasil kelapa terbesar di Indonesia, mayoritas masyarakat kabupaten Indragiri hilir menggantungkan kehidupannya dari sektor kelapa mulai dari perkebunan sampai pada sektor industri. Dengan demikian komoditas kelapa sangat mempengaruhi perekonomian di kabupaten Indragiri Hilir. sehingga system niaga kelapa perlu di jaga stabilitasnya mulai dari rantai pasok, nilai tambah dan strategi pengembangan usaha perdagangan komoditas kelapa di kabupaten Indragiri Hilir. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan struktur rantai pasok perdagangan kelapa di kabupaten indragiri hilir yang dilengkapi dengan aliran produk, aliran finansial dan aliran informasi yang mengalir sepanjang rantai pasok kelapa diantaranya meliputi : Petani, Pengempul, Toke, DO dan Pabrik. Sedangkan Konsep analisa nilai tambah perdagangan kelapa yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai tambah perolehan pelaku usaha karena terjadi transaksi buah kelapa dari petani – pengepul-toke-perusahaan/pabrik pengolah kelapa. Analisis nilai tambah dari usaha kelapa yang dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai tambah yang akibat dari transaksi kelapa dari petani hingga pabrik kelapa. Analisis nilai tambah meliputi nilai tambah brutto dan nilai tambah netto. Berdasarkan analisa nilai tambah brutto dengan penjualan ke pabrik sebesar Rp 150, sedangkan untuk eceran sebesar Rp 600,-. Sedangkan berdasarkan analisa nilai tambah netto dengan penjualan ke pabrik sebesar Rp Rp 150, dan eceran sebesar Rp 600,-.

Adapun strategi pengembangan usaha kelapa berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode Analisis SWOT menghasilkan 11 alternatif strategi pengembangan usaha perdagangan komoditas kelapa di Kabupaten Inhil yaitu 4 strategi SO, 4 strategi WO, 2 strategi ST, 1 strategi WT. Pemilihan strategi dilakukan dengan menggunakan Metrik QSPM menghasilkan empat strategi utama yaitu: 1) Meningkatkan promosi pembelian/penjualan kelapa Memperoleh Nilai Total Attractiveness Score (Tas) Tertinggi Sebesar 5.167156, 2) Melakukan inovasi usaha perdagangan kelapa Memperoleh Nilai Total Attractiveness Score (Tas) Sebesar 5.027991, 3) Peningkatan kapasitas pemilik usaha dan tenaga kerja melalui serangkaian pelatihan dan pembinaan dari

pemerintah Memperoleh Nilai Total Attractiveness Score (Tas) Sebesar 4.94965,
4) Meningkatkan frekuensi transaksi Memperoleh Nilai Total Attractiveness Score (Tas) Sebesar 4.93832.

Kata Kunci: Rantai Pasok, Nilai Tambah, Strategi pengembangan Usaha Perdagangan Kelapa, Analisis SWOT, Metrik QSPM.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan tesis ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa proposal tesis ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari banyak pihak. Beberapa di antara mereka adalah :

1. Bapak Dr. Ir. U.P. Ismail, M. Agr sebagai pembimbing I, yang telah mengarahkan penulis dalam penyusunan tesis ini.
2. Bapak Dr. Azharuddin M. Amin, Sp, M. Sc, sebagai pembimbing II, yang telah mengarahkan penulis dalam penyusunan tesis ini.
3. Bapak Dr. Ir. Saipul Bahri, M. Ec, Direktur Pascasarjana Universitas Islam Riau yang telah memberi kesempatan kepada penulis mengikuti Program Magister Manajemen Agribisnis
4. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebut satu per satu, yang juga telah memberikan bantuan berkaitan dengan Tesis ini.

Tentu saja, penulis mengucapkan terimakasih yang tulus kepada mereka. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada keluarga penulis dan juga kepada seluruh rekan-rekan seangkatan yang ikut mendukung penyusunan tesis ini. Akhir kata, penulis berharap agar Tesis ini memberikan manfaat bagi peneliti dalam Pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Agribisnis.

Pekanbaru, November 2019

(Benny Murdhani)

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Kelapa.....	6
2.1.1. Jenis Kelapa	8
2.1.2. Ekologi Tanaman Kelapa	10
2.2. Rantai Pasok	13
2.2.1. Kondisi Rantai Pasok	18
2.2.2 Manajemen Rantai Pasok	20
2.2.3 Strategi Rantai Pasok	21
2.3. Nilai Tambah.....	23
2.3.1. Rantai Nilai dan Nilai Tambah.....	26
2.4. Strategi Manajemen dan Rantai Pasokan	29
2.4.1. Tahapan Perumusan Strategi	31
2.4.1.1. Perumusan Strategi	31
2.4.1.2. Analisis Lingkungan Internal	33
2.4.1.3. Analisis Lingkungan Eksternal	34
2.4.1.4. Analisis SWOT	34
2.4.1.5. Matrik SWOT	35
2.5. Penelitian Terdahulu.....	37

2.6. Kerangka Berfikir.....	40
III. METODE PENELITIAN	43
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian	43
3.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.3. Teknik Pengumpulan Data	43
3.4. Konsep Operasional	45
3.5. Analisa Data	45
3.5.1. Analisis Rantai Pasok.....	45
3.5.2. Analisis Nilai Tambah.....	45
3.5.3. Analisis Strategi Pengembangan Kelapa	48
3.5.3.1. Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal	48
3.5.3.2. Analisis SWOT	52
IV. GAMBARAN UMUM DERAH PENELITIAN	53
4.1 Potensi pengembangan Kelapa di Kabupaten Indragiri hilir	53
4.2 Letak Geografis	56
4.3 Topograpy	57
4.4 Aksesibilitas	57
4.5 Iklim	58
V. PEMBAHASAN	62
5.1 Kondisi Rantai Pasok Sistem Niaga Kelapa	62
5.1.1 Sasaran rantai pasok	62
5.1.2 Manajemen Rantai Pasok	74
5.1.3 Sumberdaya Rantai Pasok	75
5.1.4 Proses Bisnis Rantai Pasok	77
5.1.4 Efisiensi Pemasaran	81
5.2 Analisis Nilai Tambah	81
5.2.1 Analisis Nilai Tambah Hayami	82
5.2.1 Analisis Nilai Tambah Brutto (NTB)	84

5.2.2. Analisis Nilai Tambah Netto (NTN)	85
5.3 Strategi Pengembangan Usaha perdagangan Kelapa	86
5.3.1 Analisis Lingkungan Internal Usaha	86
5.3.2 Analisis Lingkungan Eksternal Usaha	89
5.3.3 Perumusan Strategi Pengembangan Usaha	90
5.3.4 Pemilihan Strategi Pengembangan Usaha	95
BAB V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	103



DAFTAR TABEL

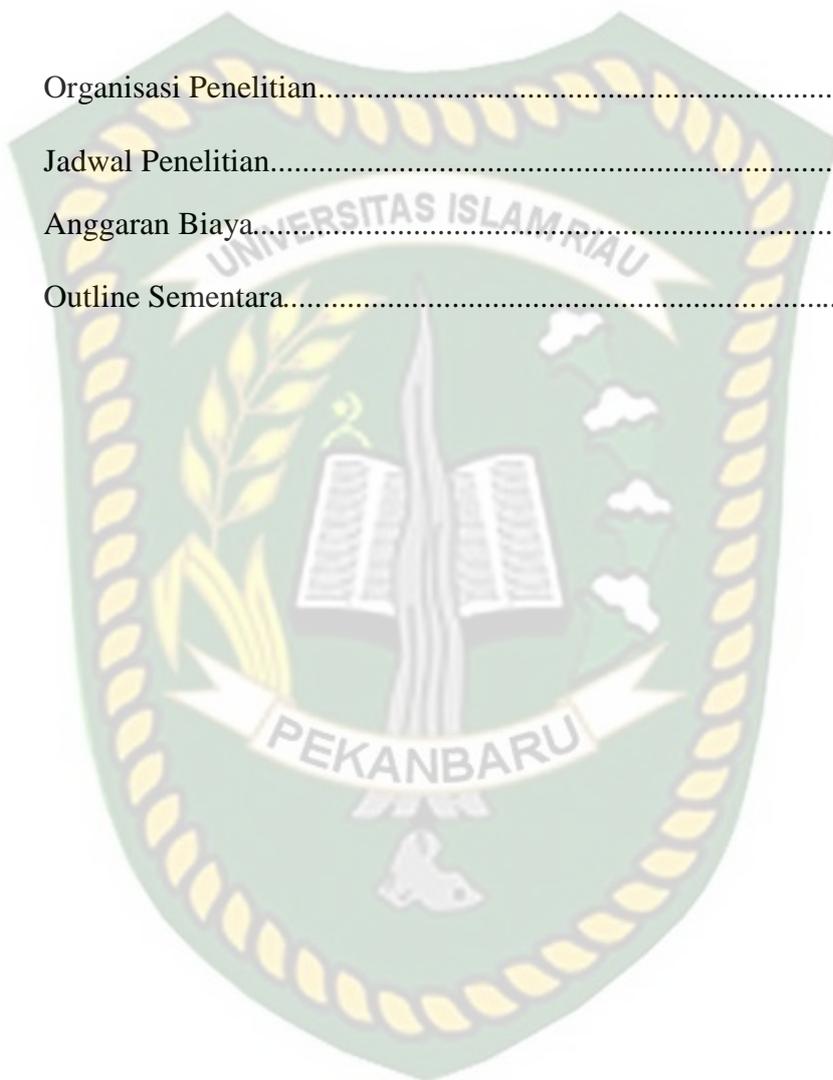
Tabel	Halaman
1. Tipologi Peluang Inisiatif Nilai Tambah	24
2. Matriks SWOT	37
3. Variabel Perhitungan Nilai Tambah Menurut Hayami	46
4. Model matriks IFE	50
5. Model matriks EFE	51
6. Matrik SWOT Peluang dan Ancaman	52
7. Luas Areal dan Jumlah Petani Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2017	54
8. Luas dan Penyebaran Kelapa di Kecamatan batang Tuaka	56
9. Luas dan Produksi kelapa di Kabupate Inhil	66
10. Perhitungan rata-rata Nilai Tambah Bruto	82
11. Perhitungan rata-rata Nilai Tambah Netto	83
12. Matrik IFE Kekuatan dan Kelemahan Usaha Perdagangan Kelapa	86
13. Matrik EFE Peluang dan Ancaman Usaha Perdagangan Kelapa	88
14. Perumusan strategi menggunakan analisis SWOT	90
15. Matrik QSPM Usaha Perdagangan Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1.	Aktivitas Sebuah Rantai Pasokan Produk	19
2.	Diagram Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah	36
3.	Kerangka Pemikiran Penelitian Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah	42
4.	Kerangka analisis manajemen rantai pasok	46
5.	Trend Perubahan Luan Lahan Kelapa	53
6.	Perkembangan Rata-Rata Curah Hujan (mm).....	59
7.	Perkembangan Rata-Rata Curah Hujan (mm)	60
8.	Perkembangan Rata-rata Hari Hujan (hr) di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2016.....	60
9.	Struktur Rantai Pasok Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir	64
10.	Matrik IE (<i>Internal External</i>) dalam perumusan strategi pengembangan perdagangan kelapa di kabupaten Indragiri hilir.	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Organisasi Penelitian.....	80
2	Jadwal Penelitian.....	81
3	Anggaran Biaya.....	82
4	Outline Sementara.....	83



BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tanaman perkebunan merupakan salah satu tanaman yang prospektif untuk dikembangkan di Kabupaten Indragiri Hilir. Letak geografis dengan iklim tropis dan memiliki wilayah yang cukup luas menjadikan Kabupaten Indragiri Hilir merupakan daerah yang cocok untuk pengembangan tanaman perkebunan. Dengan potensinya, baik berupa lahan maupun sumber daya petani yang dimiliki, pembangunan komoditas perkebunan bisa menjadi jembatan untuk terus meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir.

Produksi kelapa di Indonesia menempati urutan kedua di dunia yakni sebesar 12.915 milyar butir (24,4% produksi dunia). Hasil utama kelapa dimanfaatkan dalam bentuk produk primer berupa kelapa butiran, kopra dan minyak goreng yang diolah secara tradisional. Kabupaten Indragiri Hilir adalah salah satu daerah penghasil kelapa yang terbesar di Indonesia. Dengan potensi tersebut membuat Kabupaten Indragiri Hilir tercatat sebagai salah satu daerah kelapa terbesar di dunia, bahkan dijuluki sebagai “Tanah Hampan Kelapa Dunia” yang menjadi *top of mind and interest* para penanam modal (Disbun, 2014). Menurut Dinas Perkebunan Kabupaten Indragiri Hilir (2014), sekitar 75% penduduk Inhil merupakan petani kelapa rakyat. Hal ini menjadikan harga kelapa sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Indragiri Hilir.

Tanaman kelapa memiliki arti penting bagi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari luas areal kelapa pada tahun 2016 yang mencapai 440.696 ha dan

produksi sebanyak 357.168 ton. Inhil merupakan kabupaten dengan luas areal perkebunan kelapa terluas yang ada di Provinsi Riau dan Produksi hasil terbesar bahkan di tingkat internasional. Hampir seluruh lahan gambut yang ada di penuhi dengan tanaman kelapa dan tumbuh subur didaerah daerah pesisir pantai.

Sebagian besar penduduk Kabupaten Indragiri Hilir adalah petani kelapa. Di Kabupaten Indragiri Hilir kelapa diolah menjadi kopra yang kemudian dijual ke para pengepul atau biasa disebut Toke. Para toke tersebut kemudian menjual kopra hasil pembelian dari petani kelapa ke pabrik pengolahan kopra. Mata rantai ini terus berjalan sampai saat ini. Jalur tata niaga perdagangan Kelapa yang seperti ini menyebabkan harga jual kelapa rendah, jauh dari yang diharapkan petani kelapa. Ketidakseimbangan ini akan menimbulkan risiko-risiko pada setiap anggota rantai pasok kelapa yang akan berdampak pada kinerja pedagang kelapa ataupun anggota rantai pasok lainnya. Risiko-risiko rantai pasok ini perlu dianalisis untuk menghindari atau mengurangi terjadinya kegagalan dalam berbisnis dengan kondisi yang tidak pasti. Risiko pada rantai pasok merupakan hambatan operasional pada rantai pasok yang dapat terjadi sepanjang aktivitas rantai pasok mulai dari pemasok, Pengepul, Toke, DO/ pabrik, distributor sampai ke retailer bahkan konsumen (Putri 2015). Permasalahan yang terjadi dapat dianalisis terlebih dahulu dari sisi manajemen rantai pasokannya. Analisis rantai pasok dapat berupa analisis nilai tambah pada setiap anggota rantai pasok, untuk mengetahui rantai nilai yang terjadi sehingga dapat mendorong anggota rantai pasok untuk melakukan aktivitas pengadaan dan pengolahan secara baik.

Menurut Damanik (2007), kegagalan agribisnis kelapa dalam mendistribusikan nilai tambahnya secara optimal dan proporsional tidak berpengaruh signifikan terhadap penambahan pendapatan petani kelapa karena usaha tani kelapa di Indragiri Hilir pada saat ini belum banyak terkait dengan industri pengolahan, industri hilir (industri input faktor), industri jasa, keuangan, dan pemasaran. Menurut Sriwana et al. (2014), analisis risiko dan nilai tambah yang termasuk bagian dari manajemen rantai pasok dapat meningkatkan keberlanjutan rantai pasok Kelapa. Analisis Nilai tambah dalam perdagangan kelapa diharapkan mampu memberikan informasi kepada petani maupun pengepul dalam mendistribusikan kelapa kepada pihak pembeli. Sehingga harga kelapa yang saat ini tidak stabil, bisa lebih baik dan menguntungkan baik petani maupun para pengusaha kelapa.

Pengelolaan kelapa pada tingkat petani di Kabupaten Indragiri Hilir masih bersifat tradisional dengan terbatasnya modal, kualitas produk yang dihasilkanpun masih rendah. Umumnya petani kelapa hanya menjual buah kelapa bulat secara langsung atau mengolah daging kelapa menjadi kopra lalu tempurung kelapa dijadikan arang sebagai penghasilan tambahan atau digunakan sendiri. Disamping itu, petani juga mengolah daging kelapa menjadi minyak goreng. Namun harga jual minyak goreng ini terlalu tinggi dan tidak bisa bersaing dengan minyak curah. Padahal pangsa pasar ekspor sangat terbuka untuk semua produk kelapa, khususnya produk ikutan seperti VCO, bungkil, arang tempurung, sabut kelapa dan *desicated coconut*.

Menurut Damanik (2007), untuk meningkatkan pendapatan petani harus dilakukan strategi pengembangan sistem agribisnis yang efisien dan terintegrasi pada subsistem agribisnis diantaranya: strategi pada subsistem hulu, strategi pada subsistem produksi, strategi pada subsistem pengolahan hasil, strategi pada subsistem pemasaran kelapa, strategi pada subsistem kelembagaan petani. Potensi kelapa banyak yang belum dimanfaatkan karena berbagai kendala terutama teknologi, permodalan dan daya serap pasar yang belum merata. Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul “Analisis rantai pasok dan nilai tambah dalam menentukan strategi pengembangan usaha perdagangan komoditas kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir.

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana Struktur dan mekanisme rantai pasok komoditas kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir?
2. Bagaimana nilai tambah pada aktivitas yang terjadi di setiap anggota rantai pasok komoditas kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha komoditas kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir?

1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengidentifikasi Struktur dan menganalisis rantai pasok komoditas kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir.

2. Menganalisis nilai tambah pada aktivitas yang terjadi di setiap anggota rantai pasok komoditas kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir.
3. Menganalisis strategi pengembangan usaha komoditas kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir.

Sedangkan manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini berguna sebagai bentuk penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta sebagai pedoman dan acuan dalam menjalankan usahatani jambumadu.
2. Bagi pembaca, penelitian ini dapat memberikan informasi dan bahan referensi mengenai prospek usaha jambu madu.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk membatasi masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, maka penelitian ini memfokuskan pada Struktur dan pengeloaan rantai pasok komoditas kelapa, nilai tambah pada aktivitas yang terjadi di setiap anggota rantai pasok komoditas kelapa dan strategi pengembangan usaha komoditas kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kelapa

Kelapa adalah satu jenis tumbuhan dari suku aren-arenan atau Arecaceae. Tumbuhan ini memiliki manfaat yang banyak, hampir semua bagiannya dapat dimanfaatkan oleh manusia sehingga dianggap sebagai tumbuhan serba guna. Kelapa secara alami tumbuh di daerah pantai sampai ke pegunungan mencapai ketinggian ± 30 m (Palungkun, 1992).

Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua pendapat mengenai asal-usul kelapa. Amerika Selatan semula diperkirakan sebagai negara asal tanaman kelapa. Sejak ribuan tahun Sebelum Masehi, kelapa sudah dibudidayakan disekitar Lembah Andes di Kolumbia, Amerika Selatan (Perera et al., 2000). Lebrun et al. (1998) menganalisis DNA populasi kelapa dari berbagai negara menggunakan RFLP (Restriction Fragment Length Polymorphism). Penelitian tersebut membuktikan penyebaran tanaman kelapa berasal dari Asia Tenggara menuju Pasifik dan pantai barat Amerika. Hal tersebut didukung oleh Teulat et al. (2000) dan Perera et al. (2000) bahwa penyebaran kelapa berawal dari Benua Asia ke arah Timur menuju Pasifik dan Amerika, serta ke Barat menuju Afrika. Cara penyebaran buah kelapa bisa melalui aliran sungai atau lautan, atau dibawa oleh

para awak kapal yang sedang berlabuh dari pantai yang satu ke pantai yang lain (Warisno, 1998).

Budidaya kelapa banyak ditemukan di daerah Philipina dan Sri Langka. Di daerah tersebut tanaman kelapa dikenal sejak 3000 tahun yang lalu. Philipina juga merupakan salah satu perintis dalam teknologi pengolahan berbagai macam produk kelapa, sehingga para ahli juga berpendapat bahwa tanaman kelapa berasal dari Philipina (Warisno, 1998).

Tanaman kelapa (*Cocos nucifera* L) merupakan tanaman serbaguna atau tanaman yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Seluruh bagian pohon kelapa dapat dimanfaatkan untuk kepentingan manusia, sehingga pohon ini sering disebut pohon kehidupan (tree of life) karena hampir seluruh bagian dari pohon, akar, batang, daun dan buahnya dapat dipergunakan untuk kebutuhan kehidupan manusia sehari-hari.

Kita perhatikan saja, daun muda dipergunakan sebagai pembungkus ketupat dan sebagai bahan baku obat tradisional, daun tua dapat diayam dan dipergunakan sebagai atap, sedang lidinya sebagai bahan pembuat sapu lidi. Batang kelapa dapat digunakan sebagai bahan baku perabotan, mebel/furniture atau bahan bangunan dan jembatan darurat. Akar kelapa dapat digunakan sebagai bahan baku pembuatan bir, atau bahan baku pembuatan zat warna (Palungkun, 1992).

Buah kelapa terdiri dari sabut, tempurung, daging buah dan air kelapa. Berat buah kelapa yang telah masak kira-kira 2 kg per butir. Buah kelapa dapat digunakan hampir pada seluruh bagiannya. Airnya untuk minuman segar

atau dapat diproses lebih lanjut menjadi nata de coco atau kecap (Palungkun, 1992).

Sabut untuk bahan baku tali, anyaman keset, matras dan jok kendaraan. Dari sabut tersebut akan diperoleh serat matras 18%, serat berbulu 12% dan sekam/dedak atau gabus 70%. Serat matras digunakan untuk bahan pengisi jok, penyaring dan matras. Serat berbulu digunakan untuk sikat pembersih, sapu dan keset, sedang sekam/gabus digunakan untuk media tanaman atau pupuk kalium (Palungkun, 1992).

Tempurungnya secara tradisional dibuat sebagai gayung air, mangkuk, atau diolah lebih lanjut menjadi bahan baku obat nyamuk bakar, arang, briket arang, dan karbon aktif. Daging buahnya dapat langsung dikonsumsi atau sebagai bahan bumbu berbagai masakan, atau diproses menjadi santan kelapa, kelapa parutan kering (dessicated coconut) serta minyak goreng. Daging buah dapat pula diproses menjadi kopra. Kopra bila diproses lebih lanjut dapat menghasilkan minyak goreng, sabun, lilin, es krim atau diproses lebih lanjut sebagai bahan baku produk oleokimia seperti asam lemak (fatty acid), fatty alcohol dan gliserin. Hasil samping ampas kelapa atau bungkil kelapa, merupakan salah satu bahan baku pakan (Palungkun, 1992)

Cairan nira kelapa dapat diproses menjadi gula kelapa. Ketan dan buah yang baru tumbuh sampai posisi tegak diambil cairannya dan menghasilkan nira. Nira ini dapat diproduksi sebagai minuman dan gula kelapa. Setiap pohon kelapa terdapat 2 buah ketandan bunga, bisa diambil niranya sampai 35 hari dan selanjutnya akan muncul ketandan bunga baru lagi (Palungkun, 1992)

2.1.1 Jenis Kelapa

Kelapa (*Cocos nucifera L*) termasuk familia Palmae dibagi tiga: (1) Kelapa dalam dengan varietas *Viridis* (kelapa hijau), *Rubescens* (kelapa merah), *Macrocorpu* (kelapa kelabu), Sakarina (kelapa manis, (2) Kelapa genjah dengan varietas *Eburnea* (kelapa gading), varietas *Regia* (kelapa raja), *Pumila* (kelapa puyuh), *Pretiosa* (kelapa raja malabar), dan (3) Kelapa hibrida

a. Varietas Dalam

Varietas ini berbatang tinggi dan besar, tingginya mencapai 30 meter atau lebih. Kelapa dalam mulai berbuah agak lambat, yaitu antara 6-8 tahun setelah tanam dan umurnya dapat mencapai 100 tahun lebih.

Keunggulan varietas ini adalah:

- Produksi kopraanya lebih tinggi, yaitu sekitar 1 ton kopra/ha/ tahun pada umur 10 tahun.
- Produktivitas sekitar 90 butir/pohon/tahun.
- Daging buah tebal dan keras dengan kadar minyak yang tinggi.
- Lebih tahan terhadap hama dan penyakit.

b. Varietas Hibrida

Kelapa varietas hibrida diperoleh dari hasil persilangan antara varietas genjah dengan varietas dalam. Hasil persilangan itu merupakan kombinasi sifat-sifat yang baik dari kedua jenis varietas asalnya. Kelapa genjah mempunyai kelemahan antara lain:

- Peka terhadap keadaan lingkungan yang kurang baik.

- Berbuah lebat tetapi mudah dipengaruhi fluktuasi iklim.
- Ukuran buah relatif kecil, kadar kopronya rendah yakni hanya sekitar 130 gr per buah, dan kadar minyaknya 65% dari bobot kering daging buah.

Sedangkan, sifat-sifat unggul yang dimiliki oleh kelapa hibrida adalah:

- Lebih cepat berbuah, sekitar 3-4 tahun setelah tanam.
- Produksi kopra tinggi, sekitar 6-7 ton/ Ha/ tahun pada umur 10 tahun.
- Produktivitas sekitar 140 butir/ pohon/ tahun.
- Daging tebal, keras dan kandungan minyaknya tinggi.
- Produktivitas tandan buah, sekitar 12 tandan dan berisi sekitar 10-20 butir buah kelapa, daging buahnya mempunyai ketebalan sekitar 1,5 centi meter.

2.1.2. Ekologi Tanaman

a. iklim

Tanaman kelapa membutuhkan lingkungan hidup yang sesuai untuk pertumbuhan dan produksinya. Faktor lingkungan itu adalah sinar matahari, temperatur, curah hujan, kelembaban, keadaan tanah dan kecepatan angin. Disamping itu, iklim merupakan faktor penting yang ikut menentukan pertumbuhan tanaman kelapa.

Beberapa faktor iklim yang perlu diperhatikan adalah: letak lintang, ketinggian tempat, curah hujan, temperatur, kelembaban, penyinaran matahari

dan sebagainya. Tanaman kelapa tumbuh optimum pada 10° LS - 10° LU, dan masih tumbuh baik pada 15° LS – 15° LU. Oleh karena itulah, kelapa banyak dijumpai tumbuh di daerah tropis seperti Philipina, India, Indonesia, Srilangka, dan Malaysia. Beberapa faktor iklim yang penting dalam pertumbuhan kelapa:

1. Kelapa tumbuh baik pada daerah dengan curah hujan antara 1300-2300 mm/tahun, bahkan sampai 3800 mm atau lebih, sepanjang tanah mempunyai drainase yang baik. Akan tetapi distribusi curah hujan, kemampuan tanah untuk menahan air hujan serta kedalaman air tanah, lebih penting daripada jumlah curah hujan sepanjang tahun.
2. Angin berperan penting pada penyerbukan bunga (untuk penyerbukannya bersilang) dan transpirasi tanaman.
3. Kelapa menyukai sinar matahari dengan lama penyinaran minimum 120 jam/bulan atau 2000 jam/tahun sebagai sumber energi fotosintesis. Bila dinaungi, pertumbuhan tanaman muda dan buah akan terlambat. Pada bulan-bulan dimana jumlah penyinaran per bulan lebih tinggi dari rata-rata, jumlah produksinya biasanya menjadi lebih banyak.
4. Kelapa sangat peka pada suhu rendah dan tumbuh paling baik pada suhu 20-27 derajat C. Pada suhu 15 derajat C, akan terjadi perubahan fisiologis dan morfologis tanaman kelapa. Pertumbuhan kelapa sangat dipengaruhi oleh suhu, terutama saat berbuah. Suhu rendah tidak cocok untuk tanaman kelapa, karenanya penyebaran tanaman kelapa terbatas pada daerah tropis.

Suhu tahunan yang optimal adalah 27°C dengan variasi harian maksimum 7°C.

b. Ketinggian Tempat

Tanaman kelapa secara komersial dapat tumbuh dengan baik pada ketinggian dari pinggir laut sampai 600 meter di atas permukaan laut. Ketinggian yang optimal 0-450 m dpl. Kelapa dapat tumbuh di atas ketinggian tersebut, namun hasilnya menjadi berkurang. Pada ketinggian 450-1000 m dpl waktu berbuah terlambat, produksi sedikit dan kadar minyaknya rendah. Di beberapa lokasi dipinggir pantai, banyak kelapa tumbuh dengan baiknya. Menggambarkan hal ini, ada pencipta lagu yang mengarang nyanyian yang bertemakan nyiur melambai di tepi pantai.

c. Kelembaban

Selain cuaca panas tanaman kelapa juga menyukai udara yang lembab. Namun, bila udara terlalu lembab dalam waktu lama, juga tidak baik untuk pertumbuhan tanaman, karena mengurangi penguapan dan penyerapan unsur hara serta mengundang penyakit akibat cendawan. Kelapa akan tumbuh dengan baik pada rH bulanan rata-rata 70-80% minimum 65%. Bila rH udara sangat rendah, evapotranspirasi tinggi, tanaman kekeringan buah jatuh lebih awal (sebelum masak), tetapi bila rH terlalu tinggi menimbulkan hama dan penyakit

d. Tanah

Tanaman kelapa dapat tumbuh pada bagian jenis tanah, aluvial, lateril, vulkanis, berpasir, liat dan tanah berbatu. Derajat keasaman (pH) tanah yang terbaik untuk pertumbuhan tanaman kelapa adalah 6,5 - 7,5. Namun demikian kelapa masih dapat tumbuh pada tanah yang mempunyai pH 5 - 8.

e. Sentra Penanaman

Kelapa banyak terdapat di negara-negara Asia dan Pasifik yang menghasilkan 5.276.000 ton (82%) produksi dunia dengan luas \pm 8.875.000 ha (1984) yang meliputi 12 negara, sedangkan sisanya oleh negara di Afrika dan Amerika Selatan. Indonesia merupakan negara perkelapaan terluas (3.334.000 ha tahun 1990) yang tersebar di Riau, Jateng, Jabar, Jatim, Jambi, Aceh, Sumut, Sulut, NTT, Sulteng, Sulsel dan Maluku, tapi produksi dibawah Philipina (2.472.000 ton dengan areal 3.112.000 ha), yaitu sebesar 2.346.000 ton.

f. Manfaat Tanaman

Kelapa dijuluki pohon kehidupan, karena setiap bagian tanaman dapat dimanfaatkan seperti berikut: (1) sabut: coir fiber, keset, sapu, matras, bahan pembuat spring bed; (2) tempurung: arang (charcoal), karbon aktif dan kerajinan tangan; (3) daging buah: kopra, minyak kelapa, coconut cream, santan, kelapa parutan kering (desiccated coconut); (4) air kelapa: cuka, nata de Coco; (5) batang klelapa: bahan bangunan untuk kerangka atau atap; (6) daun kelapa: lidi untuk sapu, barang anyaman (dekorasi pesta atau Mayang); (7) nira kelapa: gula merah (kelapa).

2.2 Rantai Pasok

Rantai pasok adalah jaringan perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk sampai ke tangan pelanggan (Pujawan, 2005). Rangkaian rantai pasok dapat terdiri dari supplier (pemasok), manufaktur (produsen), distributor (*wholesaler*), toko (*retailer outlets*) dengan perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik serta konsumen akhir.

Struktur rantai pasok memiliki tiga macam aliran yang harus dikelola mulai dari hulu hingga ke hilir yaitu aliran produk, informasi dan biaya (Anatan dan Ellitan, 2008). Aliran produk dimulai dari pemasok hingga ke konsumen akhir, sedangkan aliran biaya dan informasi dapat dimulai dari konsumen akhir ke pemasok. Rantai pasok menghubungkan berbagai organisasi yang saling berhubungan dan mempunyai tujuan yang sama dengan mengadakan dan menyalurkan produk secara efisien dan efektif sehingga tercipta nilai tambah bagi produk tersebut.

Alasan penting pengelolaan rantai pasok dilatarbelakangi oleh usaha untuk mendekatkan diri dengan konsumen dan merumuskan tujuan bersama secara terkordinir yang menjadi pedoman dalam beraktivitas. Rantai pasok tercipta karena setiap pelaku usaha pada umumnya sulit menciptakan produk dari bahan mentah hingga barang jadi yang dikonsumsi konsumen. Hal tersebut akan membutuhkan biaya investasi dan produksi yang sangat banyak serta pengelolaannya menjadi tidak efisien dan efektif mengingat kebutuhan konsumen yang semakin meningkat.

Proses produksi barang membutuhkan tahapan yang tidak sedikit dalam menciptakan nilai tambah sementara konsep *just in time* sangat dituntut konsumen dalam pendistribusian produk pada saat ini. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha bergabung membentuk rantai pasok dalam mengalirkan produk dari produsen awal hingga konsumen akhir. Setiap anggota dalam rantai pasok memiliki peran yang berbeda-beda dalam penciptaan nilai tambah sehingga saling membutuhkan untuk memproduksi barang yang lebih berkualitas.

Dalam manajemen rantai pasok terdapat enam prinsip dasar kunci dalam perusahaan rantai pasok yang optimal. Enam prinsip tersebut adalah

1. Fokus terhadap konsumen dan pelanggan

Banyaknya pelaku usaha yang bersaing, rantai pasok berubah menjadi *pull system* yaitu konsumen sebagai penentu keputusan yang dibuat perusahaan (Indrajit & Djokopranoto, 2006; Anatan & Ellitan, 2008). Mengerti kebutuhan konsumen dan bagaimana pemasok bekerja adalah sesuatu hal yang sangat mendasar dan penting dalam rantai pasok karena tujuan akhir pengelolaan rantai pasok adalah memenuhi kepuasan konsumen akhir yang menuntut produk yang baik (*better*), murah (*cheaper*) dan cepat (*faster*).

2. Menciptakan dan menyebarkan nilai

Penciptaan nilai merupakan hal yang sangat mendasar untuk kepuasan konsumen. Di dalam mengatur sebuah rantai pasok, pembagian nilai setiap anggota yang terlibat di dalamnya harus sesuai dengan ukuran setiap nilai yang diciptakan atau ditambah oleh setiap anggota. Nilai tersebut akan

dapat tercipta jika setiap anggota dapat berinovasi dan menggunakan teknologi yang dapat membuat produksi bertambah efisien dan efektif.

3. Mengimplementasikan sistem manajemen kualitas yang efektif

Mutu tidak lagi hanya sesuai spesifikasi, tetapi segala sesuatu di luar harga yang dikehendaki oleh pelanggan, seperti waktu penyerahan, kendala memenuhi janji, bentuk atau estetika dan ketahanan produk, keamanan produk, layanan purnajual dan sebagainya (Indrajit dan Djokopranoto, 2006).

4. Membangun sistem komunikasi yang terbuka

Informasi yang akurat dan dapat dipercaya merupakan pondasi utama dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang terbuka merupakan awal mula terjadinya hubungan yang baik di antara anggota-anggota yang ada. Komunikasi juga dapat dijadikan sebagai referensi dalam menciptakan nilai tambah.

5. Menjamin atau memastikan sistem logistik yang efektif dan efisien.

Sistem logistik meliputi proses penanganan, penyimpanan, dan transportasi produk. Rantai pasok memperhatikan logistik dari pemasok hingga konsumen akhir di dalam rantai pasok.

6. Membangun hubungan yang baik dengan anggota rantai pasok

Hubungan (*relationship marketing*) yang baik sangat dibutuhkan dalam mensukseskan kerja sama di dalam rantai pasok. Setiap anggota di dalam rantai pasok hendaknya saling terbuka dan jujur atas informasi yang terdapat di dalamnya. Hal ini dilakukan agar informasi yang mereka

dapatkan tidak mengandung salah paham atau terjadi *miscommunication* sehingga hubungan di antaranya akan tetap terjaga baik.

Lebih lanjut Indrajit dan Djokopranoto (2006) menjelaskan bahwa hubungan antara pemain utama dalam manajemen rantai pasok yang mempunyai kepentingan sama, yaitu:

1. Rantai 1 (Pemasok)

Jaringan bermula dari rantai ini, yang merupakan sumber penyedia bahan pertama dimana mata rantai penyaluran barang akan dimulai. Bahan pertama bisa berbentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan dagangan, dan suku cadang.

2. Rantai 1-2 (Pemasok-Manufaktur)

Rantai pertama dihubungkan dengan rantai kedua yaitu manufaktur atau pabrik. Manufaktur melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, merakit, mengkonversikan atau menyelesaikan barang. Hubungan dengan mata rantai pertama mempunyai potensi untuk melakukan penghematan. Misalnya, persediaan bahan baku, bahan setengah jadi, dan bahan jadi yang berada di pihak pemasok, manufaktur, dan tempat transit merupakan target penghematan. Penghematan sebesar 40-60 persen dapat diperoleh dengan menggunakan konsep kemitraan dengan pemasok.

3. Rantai 1-2-3 (Pemasok-Manufaktur-Distributor)

Dalam rantai ini terjadi kegiatan penyaluran barang jadi yang dihasilkan oleh perusahaan. Berbagai cara untuk menyalurkan barang kepada pelanggan, misalkan melalui distributor. Barang dari pabrik

melalui gudang disalurkan ke gudang distributor atau pedagang besar dalam jumlah besar dan pedagang besar akan menyalurkan barang dalam jumlah yang lebih kecil kepada pengecer atau ritel.

4. Rantai 1-2-3-4 (Pemasok-Manufaktur-Distributor-Ritel)

Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang digunakan untuk menyimpan barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Pada rantai ini dapat dilakukan penghematan dalam bentuk persediaan dan biaya gudang, yaitu dengan cara melakukan desain kembali pola-pola pengiriman barang baik dari gudang manufaktur maupun ke toko pengecer.

5. Rantai 1-2-3-4-5 (Pemasok-Manufaktur-Distributor-Ritel-Konsumen)

Pengecer menawarkan barangnya kepada pelanggan atau pembeli atau pengguna barang. Contoh pengecer adalah toko, warung, toko serba ada, pasar swalayan, toko koperasi, supermarket. Mata rantai pasok baru benar-benar berhenti setelah barang berada pada pembeli akhir yang merupakan pemakai terakhir karena pembeli belum tentu pengguna terakhir.

2.2.1. Kondisi Rantai Pasok

Rantai pasok didefinisikan sebagai sebuah jaringan atau sistem koordinasi antara aktor secara berturut-turut, mulai dari produsen utama hingga konsumen akhir. Rantai pasok dilakukan untuk memenuhi permintaan

konsumen dengan biaya yang lebih rendah (Vorst *et al.* 1998). Manajemen rantai pasokan didefinisikan sebagai desain, operasi, dan peningkatan sistem yang digunakan untuk menciptakan dan memperdagangkan produk dan jasa utama perusahaan. Manajemen rantai pasokan berkaitan dengan manajemen dari keseluruhan sistem yang memproduksi suatu produk atau memberikan suatu jasa (Jacobs dan Chase, 2015).

Menurut Yunus (2012) peningkatan integrasi diantara anggota rantai pasokan dapat membantu penciptaan sebuah mekanisme baru untuk membantu mengkoordinasikan aliran produk, jasa, dan informasi dalam sebuah rantai pasokan. Gambaran aktivitas sebuah rantai pasokan kelapa yang diadaptasi dari penelitian Muhammad *et al.* (2014) dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: Muhammad *et al.* (2014)

Gambar 1 Aktivitas Sebuah Rantai Pasokan Produk

Hidayat *et al.* (2015) mengungkapkan bahwa manajemen rantai pasok bertujuan untuk mendapatkan kesinambungan bahan baku, kualitas bahan baku, dan ketepatan waktu, sehingga proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien, kualitas produk terjamin, dan kebutuhan dalam kualitas, kuantitas, serta harga yang terjangkau terpenuhi. Kesinambungan pentingnya kualitas bahan baku dalam rantai pasok kelapa juga ditegaskan oleh Zubair dan Mufti (2015), karena bahan

baku tersebut sangat mudah rusak dan menurunnya kualitas dapat menyebabkan gangguan yang besar dalam rantai pasokan.

2.2.2 Manajemen Rantai Pasok

Manajemen Rantai Suplai (Supply chain management) adalah sebuah proses di mana produk diciptakan dan disampaikan kepada konsumen dari sudut struktural. Sebuah supply chain (rantai pasokan) merujuk kepada jaringan yang rumit dari hubungan yang mempertahankan organisasi dengan rekan bisnisnya untuk mendapatkan sumber produksi dalam menyampaikan kepada konsumen (Kalakota, 2000:197).

Manajemen rantai pasokan/ supply chain management adalah perencanaan desain dan kontrol aliran informasi dan material di sepanjang rantai pasokan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien sekarang dan di masa depan (Schroeder, 2007:189)

Menurut lembaga The Council of Supply Chain Management Professional (CSCMP) mendefinisikan manajemen rantai pasok sebagai: “Perencanaan dan manajemen dari seluruh aktivitas yang terkait dalam sumber daya dan pengadaan, pengkonversian dan seluruh aktivitas manajemen logistik. Sebagai bagian yang lebih penting, rantai pasok meliputi koordinasi dan kolaborasi dengan rekanan seperti pemasok, perantara, atau jasa orang ketiga, serta pelanggan”.

Menurut lembaga The Institute for Supply Chain Management (ISM) mendefinisikan manajemen rantai pasok sebagai: “Desain dan manajemen dari seamless, sebuah proses – proses terkait dengan usaha pemberian nilai tambah dalam dan antar batas organisasional untuk menemukan kebutuhan pelanggan akhir yang sebenarnya”

2.2.3 Strategi Rantai Pasok

Heizer dan Render (2000:438) menjelaskan beberapa strategi Rantai Pasokan :

1. Banyak Pemasok (many supplier) Dengan strategi banyak pemasok (many supplier), pemasok menanggapi permintaan dan spesifikasi “permintaan dan penawaran”, (request for quotation), dengan pesanan yang pada umumnya akan jatuh ke pihak yang memberikan penawaran terendah. Ini merupakan sebuah strategi umum untuk produk komoditas. Strategi ini menandingkan satu pemasok dengan pemasok lain dan membebani pemasok untuk dapat memenuhi permintaan pembeli. Para pemasok saling bersaing satu sama lain secara agresif. Walaupun banyak pendekatan negosiasi dapat digunakan dengan strategi ini, hubungan “kemitraan” jangka panjang bukanlah tujuan yang ingin dicapai. Pendekatan ini mengutamakan tanggung jawab pemasok untuk dapat mempertahankan teknologi, keahlian, dan kemampuan memprediksi, begitu juga biaya, mutu, dan kemampuan pengiriman yang diperlukan.

2. Sedikit Pemasok (few supplier) Strategi yang memiliki sedikit pemasok (few supplier) mengimplikasikan bahwa daripada mencari atribut jangka pendek, seperti biaya rendah, pembeli lebih ingin menjalin hubungan jangka panjang dengan beberapa pemasok yang setia. Para pemasok jangka panjang mungkin lebih dapat memahami tujuan umum dari perusahaan pembeli dan pelanggan. Penggunaan skala ekonomi dan kurva belajar yang menghasilkan biaya transaksi dan biaya produksi yang lebih rendah.
3. Integrasi Vertikal (vertical integration) Integrasi vertikal (vertical integration) berarti mengembangkan kemampuan untuk memproduksi barang atau jasa yang sebelumnya dibeli atau membeli perusahaan pemasok atau distributor.
4. Jaringan Keiretsu (Keiretsu Networks) Banyak perusahaan manufaktur besar Jepang telah menemukan titik tengah antara pembelian dari pemasok yang berjumlah sedikit dengan integrasi vertikal. Manufaktur seperti ini sering menjadi pendukung keuangan pemasok melalui kepemilikan atau pinjaman. Dengan demikian, pemasok menjadi bagian dari koalisi perusahaan yang dikenal sebagai keiretsu. Anggota keiretsu dipastikan memiliki hubungan jangka panjang dan karenanya diharapkan dapat berperan sebagai mitra yang memberikan keahlian teknis dan kestabilan mutu produksi untuk manufaktur tersebut. Anggota keiretsu juga dapat memiliki pemasok di bawahnya, menjadikan pemasok tingkat kedua atau bahkan ketiga sebagai bagian dari koalisi. Dapat disimpulkan

keiretsu adalah sebuah istilah bahasa Jepang untuk menggambarkan parapemasok yang menjadi bagian dari sebuah perusahaan

5. Perusahaan Virtual (virtual Company) Perusahaan virtual (virtual company) adalah perusahaan yang mengandalkan beragam hubungan pemasok untuk menyediakan jasa atas permintaan yang diinginkan. Juga dikenal sebagai korporasi berongga atau perusahaan jaringan

2.3. Nilai Tambah

Nilai tambah adalah menambah nilai produk dengan mengubah tempat, waktu, dan bentuk menjadi lebih menarik perhatian konsumen dalam pasar. Terdapat dua upaya dalam menciptakan nilai tambah yaitu inovasi dan koordinasi. Kegiatan inovasi merupakan aktivitas yang memperbaiki proses yang ada, prosedur, produk, dan pelayanan atau menciptakan sesuatu yang baru dengan menggunakan atau memodifikasi konfigurasi organisasi yang telah ada. Sedangkan pengertian dari koordinasi merupakan harmonisasi fungsi dalam keseluruhan bagian sistem. Hal tersebut merupakan peluang dalam meningkatkan koordinasi produk, pelayanan informasi dalam produksi pertanian untuk menciptakan imbalan yang nyata dan meningkatkan nilai produk dalam setiap tahap proses produksi pertanian. Konsep nilai tambah bukan hanya terbatas pada fisik produk, tetapi juga pelayanan (Coltrain et al., 2000).

Peningkatan nilai tambah suatu barang dapat dilakukan melalui perubahan bentuk (form utility), perubahan tempat (place utility), perubahan waktu (time utility), dan perubahan kepemilikan (position utility). Melalui perubahan bentuk

(form utility), suatu produk akan mempunyai nilai tambah ketika barang tersebut mengalami perubahan bentuk. Melalui perubahan tempat (*place utility*), suatu barang akan memperoleh nilai tambah apabila barang tersebut mengalami perpindahan tempat. Melalui perubahan waktu (*time utility*), suatu barang akan memperoleh nilai tambah ketika dipergunakan pada waktu yang berbeda. Melalui perubahan kepemilikan (*position utility*), barang akan memperoleh nilai tambah ketika kepemilikan akan barang tersebut berpindah dari satu pihak ke pihak yang lain (Coltrain et al., 2000).

Tabel 1. Tipologi peluang Inisiatif Nilai Tambah

DIMENSI	INOVASI	KORDINASI
Waktu	Kecepatan	<i>Just in time</i>
Lokasi	Kenyamanan	Efisiensi
Produk/jasa	Bentuk	Logistik
Proses/metode	Teknologi	Aliansi strategis
Informasi	Keamanan	Sistem informasi
Insentif	Motivator	Transparan

Sumber: Boadu (2003)

Nilai tambah digunakan bukan hanya sebagai kata benda atau kata sifat, melainkan merupakan proses mengkombinasikan dan memodifikasi aktivitas, proses, dan produk. Memberikan nilai tambah pada produk bertujuan untuk menjadi penciri yang membedakan produk sendiri dengan produk kompetitor lainnya sehingga terdapat nilai lebih yang diperoleh konsumen dan terciptalah keunggulan kompetitif.

Konsep nilai tambah juga berarti perolehan sebuah pelaku usaha (perusahaan) atau balas jasa atas usahanya mengatur pemakaian input seoptimal

mungkin dalam produksi yang dilakukan. Menurut Boadu (2003), Nilai tambah merupakan selisih nilai output dan nilai input. Nilai input yang dimaksud adalah input intermediate (Brunton & Trickett, 2007; Katwal et al, 2007; Cohan & Costa, 2009). Disadari bahwa terdapat sistem input-output dalam setiap perusahaan. Perusahaan mengkonsumsi input untuk melancarkan kegiatan produksi dan kemudian menghasilkan output. Menurut Balk (2002), hal-hal yang dikategorikan sebagai input adalah: (1) input modal seperti bangunan, mesin, dan peralatan; (2) input tenaga kerja merupakan sumber daya manusia yang dipekerjakan dalam kegiatan produksi perusahaan; (3) input energy seperti gas, listrik, dan air; (4) input material yang diproses dalam kegiatan produksi serta (5) service input yang digunakan untuk mengantisipasi proses produksi seperti service peralatan dan lainnya. Setiap input dan output memiliki nilai dan harga. Dari pendekatan input-output, dapat diketahui seberapa optimal sebuah perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksi melalui nilai tambah yang diperoleh perusahaan.

Nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena komoditas tersebut telah mengalami proses pengolahan, pengangkutan dan penyimpanan dalam suatu proses produksi. Nilai tambah ini merupakan balas jasa terhadap faktor produksi yang digunakan seperti modal, tenaga kerja dan manajemen perusahaan yang dinikmati oleh produsen maupun penjual (Suhendar, 2002).

Hayami (1987) ada dua cara menghitung nilai tambah yaitu: (1) Nilai untuk pengolahan dan, (2) Nilai tambah untuk pemasaran. Faktor faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang mempengaruhi adalah

kapasitas produk, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja, sedangkan faktor pasar yang mempengaruhi adalah harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai input lain selain bahan baku dan tenaga kerja.

Nilai tambah yang menggambarkan tingkat kemampuan menghasilkan pendapatan suatu wilayah. Pada umumnya yang termasuk dalam nilai tambah dalam suatu kegiatan produksi atau jasa adalah berupa upah atau gaji, laba, sewa tanah dan bunga yang dibayarkan (berupa bagian dari biaya), penyusutan dan pajak tidak langsung (Tarigan, 2004).

Dalam menentukan nilai tambah ada variabel perhitungan yakni terdiri dari output input dan harga, yang terdiri dari beberapa komponen yaitu: output, input, tenaga kerja langsung, faktor konversi yang dihasilkan dari output dibagi dengan input kemudian koefisien tenaga kerja didapat dari tenaga kerja langsung dibagi dengan input, harga output dan upah tenaga kerja.

Variabel yang selanjutnya merupakan variabel pendapatan dan keuntungan yang terdiri harga bahan baku, sumbangan bahan input lain seperti bahan penunjang, nilai output, nilai tambah, rasio nilai tambah, pendapatan tenaga kerja langsung, pangsa tenaga kerja, keuntungan dan tingkat keuntungan.

2.3.1. Rantai Nilai dan Nilai Tambah

Analisis rantai nilai dalam sebuah rantai pasok didefinisikan sebagai sebuah aktivitas yang dapat memberikan nilai tambah atau menurunkan biaya (Porter 1993). Aktivitas rantai nilai dapat dibagi menjadi dua yaitu aktivitas primer dan sekunder. Aktivitas primer merupakan aktivitas yang dilakukan dalam

membuat produk secara fisik serta menjual dan menyampaikan kepada konsumen.

Aktivitas primer menurut Porter (1993) terbagi menjadi lima kelompok yaitu:

1. Logistik ke dalam merupakan aktivitas yang berhubungan dengan penerimaan bahan baku, penyimpanan, pemasukan ke produk seperti penanganan bahan baku, pergudangan, pengendalian persediaan, penjadwalan pengangkutan, dan pengembalian barang kepada pemasok.
2. Operasi merupakan aktivitas perubahan bahan baku menjadi produk akhir seperti pengoperasian bahan baku dan fasilitas, perakitan, pengemasan.
3. Logistik ke luar merupakan aktivitas yang berhubungan dengan pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian produk akhir seperti penggudangan, penjadwalan pengiriman barang, pengolahan pemesanan.
4. Pemasaran dan penjualan merupakan aktivitas untuk penyediaan sarana agar konsumen dapat membeli produk dan merupakan aktivitas yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk seperti periklanan, promosi, penentuan harga.
5. Layanan konsumen merupakan aktivitas yang menyangkut penyediaan layanan untuk konsumen demi menjaga nilai produk.

Selain aktivitas primer, terdapat aktivitas sekunder yaitu aktivitas yang menunjang aktivitas primer. Aktivitas sekunder menurut Porter (1993) dibagi menjadi empat kelompok yaitu:

1. Pembelian merupakan pembelian atau pengadaan input yang digunakan dalam rantai nilai suatu perusahaan untuk menunjang aktivitas primer.

2. Pengembangan teknologi merupakan keahlian, prosedur, teknologi sebagai usaha dalam perbaikan proses dan produk.
3. Manajemen sumber daya manusia merupakan pengaturan dalam organisasi perusahaan. Aktivitas dapat dikaitkan dengan juga aktivitas primer tertentu karena menunjang keseluruhan rantai.
4. Infstruktur perusahaan terdiri dari sejumlah aktivitas yang meliputi manajemen umum, perencanaan, keuangan, hukum, hubungan pemerintahan, dan manajemen mutu.

Hayami et al. (1987) mengungkapkan nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap input pada suatu proses produksi. Nilai tambah pada setiap anggota rantai pasok berbeda-beda tergantung dari input dan perlakuan oleh setiap anggota rantai pasok tersebut. Nilai tambah komoditas pertanian di sektor hulu dapat dilakukan dengan penyediaan bahan baku berkualitas dan berkesibambungan yang melibatkan para pelaku pada mata rantai pertama, antara lain petani, penyedia sarana prasarana, dan penyedia teknologi.

Ma'rufah et al. (2015) menambahkan bahwa di setiap rantai nilai terdapat proses penambahan nilai yang merupakan akibat dari adanya aktivitas penanganan dan atau transformasi teknologi serta perubahan yang terjadi dalam sebuah proses pengolahan bahan baku menjadi suatu produk. Penelitian yang dilakukan Setiawan et al. (2012) menunjukkan persentase nilai tambah ditingkat petani lebih kecil dibandingkan pelaku yang lain. Persentase nilai tambah petani akan lebih

besar jika terjadi pengalihan sebagian aktifitas pengolahan produk, peningkatan kualitas dan efektifitas peran kelembagaan petani.

2.4. Strategi Manajemen Rantai Pasokan

Strategi merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Sejalan dengan perkembangan zaman, strategi tidak lagi didefinisikan hanya sebagai cara untuk mencapai tujuan karena strategi juga mencakup cara penetapan berbagai tujuan itu sendiri yang diharapkan akan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Solihin, 2012).

Strategi memiliki peranan penting dalam penunjang keberhasilan organisasi untuk mencapai tujuan, sehingga menjadikan strategi sebagai alat pendukung para pimpinan organisasi untuk pengambilan keputusan (Masyhudzulkhak, 2011). Penelitian yang dilakukan Sipayung (2010) menjelaskan bahwa pergeseran paradigma dari keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif mengharuskan perusahaan untuk memilih strategi yang tepat, dimana perusahaan berada dalam posisi strategis dan dapat beradaptasi dengan lingkungan yang terus berubah.

Strategi rantai pasokan berkaitan dengan penyusunan kebijakan dan rencana yang luas untuk menggunakan sumber daya dan harus terintegrasi dengan strategi rantai pasok. Fokus utama strategi rantai pasokan adalah keefektifan operasi. Keefektifan operasi yaitu pelaksanaan aktivitas dengan suatu cara yang mengimplementasikan prioritas strategis terbaik dengan biaya minimal (Jacobs dan Chase, 2015). Kamalahmadi (2015) menemukan pelaksanaan setiap strategi

dapat membantu perusahaan mengurangi gangguan rantai pasokan. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen strategi dapat mengurangi biaya dan risiko. Dharmasetya (2014) juga menambahkan strategi yang efektif dibutuhkan untuk meningkatkan harga jual dan daya saing pasar.

Chopra dan Meindl (2007) menambahkan strategi rantai pasok yang efektif disebut juga strategi fit, strategi fit merupakan strategi yang memiliki posisi konsistensi antara prioritas pelanggan yang diharapkan mampu dipenuhi oleh strategi kompetitif dan kemampuan rantai pasokan. Strategi fit dapat dicapai melalui tiga tahapan, yaitu (1) memahami pelanggan dan ketidakpastian rantai pasokan, (2) memahami kemampuan rantai pasokan, dan (3) mencapai strategi fit.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Smit et al. (2009), peluang dan hambatan yang ditemukan pada jaringan rantai pasok terletak pada tingkat aktor, tingkat rantai, dan tingkat jaringan. Pada tingkat aktor yaitu peluang dan hambatan yang dirasakan oleh setiap anggota rantai pasok kelapa contohnya permasalahan produksi kelapa yang dirasakan peternak. Pada tingkat rantai yaitu peluang dan hambatan yang terjadi pada sebuah organisasi yang mencakup para aktor yang saling bergantung satu sama lain. Pada tingkat jaringan yaitu terdapat pemangku kepentingan yang mempengaruhi sebuah rantai pasok kelapa, seperti asosiasi Industri Pengolah Kelapa (IPk), dan pemerintah.

Giuliani et al. (2005) menunjukkan peningkatan tata kelola suatu sistem rantai distribusi sangat penting dilakukan. Hal ini memiliki implikasi untuk proses, produk, dan peningkatan fungsional dalam berbagai sektor. Konsep peningkatan yaitu membuat produk yang lebih baik, membuat sebuah perusahaan

lebih efisien, atau pindah ke kegiatan yang lebih ahli. Penelitian tersebut mendefinisikan peningkatan sebagai berinovasi untuk meningkatkan nilai tambah.

2.4.1. Tahapan Perumusan Strategi

David (2010) menjelaskan dalam pembuatan keputusan, penting untuk dilakukan teknik perumusan strategi yang terdiri dari tiga tahapan. Hal ini dilakukan untuk membantu mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memilih strategi yang paling tepat. Tahap satu dari kerangka perumusan strategi terdiri dari Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), dan *Company Profil Matrix* (CPM). Tahap satu disebut tahap masukan, tahap ini dilakukan dengan memasukkan informasi dasar yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi.

Tahap kedua disebut tahap pencocokan. Pada tahap ini informasi yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya akan dicocokkan dengan faktor internal dan eksternal untuk menghasilkan alternatif strategi yang tepat. Alat analisis untuk tahap kedua salah satunya yaitu matriks kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman (SWOT). Kemudian tahapan selanjutnya yaitu tahap ketiga yang disebut tahap keputusan. Pada tahap ini dilakukan untuk menentukan strategi yang tepat dari berbagai alternatif strategi. Berikut tahapan perumusan strategi:

2.4.1.1. Perumusan Strategi

Strategi merupakan sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran). Strategi bukanlah sekedar suatu rencana strategi yang merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi

organisasi (Steiner dan Miner, 1997). Strategi menunjukkan arah yang akan dituju oleh suatu bisnis dan menjabarkan cara untuk mencapai sasaran tersebut. Untuk mencapai tujuan akhir merumuskan strategi sebagai rencana menyeluruh dan terpadu, mengkaitkan keunggulan strategi usaha dengan tantangan lingkungan terancang sehingga dapat memastikan bahwa tujuan utama usaha dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat.

Menurut Craig (1999), keputusan-keputusan strategi memiliki karakteristik penting, tidak mudah diganti dan melibatkan komitmen atas sumber daya dalam jangka tertentu. Strategi menempatkan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat usaha dan cara usaha akan bersaing. Peran strategi yang penting adalah memberikan arah yaitu strategi yang dapat dirumuskan sebagai upaya memadukan tema pokok yang memberikan koherensi serta arah tindakan dan keputusan suatu organisasi. Strategi dapat diputuskan secara eksplisit dan dapat ditulis dalam bentuk dokumen. Arti penting strategi bagi usaha menurut Jauch dan Gluech (1999) adalah sebagai berikut:

1. Strategi merupakan cara mengantisipasi peluang-peluang dan ancaman-ancaman pada masa yang akan datang sebagai akibat dari cepatnya perubahan lingkungan.
2. Strategi dapat memberikan gambaran yang jelas kepada semua karyawan tentang arah dan tujuan usaha pada masa yang akan datang.
3. Strategi bermanfaat untuk memantau apa yang dikerjakan dan apa yang terjadi pada usaha sehingga dapat diketahui permasalahan yang terjadi.

Perumusan strategi merupakan salah satu tahap yang dilakukan dalam suatu manajemen strategis sebelum tahapan penerapan dan evaluasi strategi. Perumusan strategi meliputi misi usaha, identifikasi peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang dan pemilihan strategi (David, 1997). Melalui tahapan manajemen strategi, formulasi strategi akan menghasilkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan akhir organisasi yang disesuaikan dengan pernyataan misi usaha dan pertimbangan faktor-faktor internal dan eksternal organisasi yang mempengaruhinya. Pearce dan Robinson (1997) menjelaskan sebuah formulasi strategi yang efektif yang didasarkan pada definisi jelas tentang misi, penilaian yang tepat terhadap lingkungan eksternal dan ketelitian internal usaha.

2.4.1.2. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal dimaksudkan untuk mengembangkan daftar kekuatan yang dapat dimanfaatkan usaha dan daftar kelemahan yang harus diatasi. Menurut Pearce dan Robinson (1997), lingkungan internal menggambarkan kuantitas dan mutu sumberdaya manusia (SDM), fisik, financial perusahaan dan juga dapat memperkirakan kelemahan dan kekuatan struktur organisasi maupun manajemen usaha.

Beberapa unsure yang perlu dianalisa dalam lingkungan internal (Pearce dan Robinson, 1997) adalah sebagai berikut:

1. Struktur organisasi usaha yang merupakan pola hubungan, bentuk peraturan maupun hubungan antar orang dalam usaha.

2. Budaya usaha merupakan sekumpulan kepercayaan, harapan dan nilai yang dipahami serta dilaksanakan oleh setiap karyawan yang akan membentuk suatu perilaku.
3. Sumber daya usaha diantaranya sumberdaya manusia, sumberdaya produksi, sumberdaya keuangan, pemasaran dan pengembangan.

2.4.1.3. Analisis Lingkungan Eksternal

Tujuan analisis eksternal adalah mengembangkan suatu daftar peluang yang dapat dimanfaatkan dan daftar ancaman yang harus dihindari. Lingkungan eksternal dapat dibedakan menjadi dua yaitu lingkungan makro dan lingkungan mikro. Lingkungan mikro terdiri dari pelaku dalam lingkungan yang langsung berkaitan dengan usaha dan dapat mempengaruhi kemampuan usaha untuk melayani pasar. Lingkungan makro terdiri dari pesaing, pemasok bahan, pendatang baru, produk substitusi dan konsumen

2.4.1.4. Analisis SWOT

Menurut Wheelen dan Hunger (1992), faktor-faktor yang penting bagi usaha dan berhubungan dengan masa depan disebut sebagai faktor strategi atau dikenal dengan SWOT yang terdiri dari kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) dan ancaman (threats). Rangkuti (2002) menjelaskan analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi usaha. Analisis ini didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan ataupun ancaman.

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan dan strategi serta kebijakan usaha. Analisis faktor-faktor strategis usaha adalah sebagai berikut:

1. Analisis kekuatan

Kekuatan merupakan suatu kelebihan khusus yang memberikan keunggulan komparatif didalam suatu usaha. Kekuatan usaha akan mendukung perkembangan dengan cara memperhatikan sumber dana, citra, kepemimpinan pasar, hubungan dengan konsumen ataupun pemasok-pemasok dengan faktor lainnya.

2. Analisis kelemahan

Kelemahan adalah keterbatasan dan kekurangan dalam hal sumberdaya, keahlian dan kemampuan secara nyata menghambat aktivitas keragaan usaha. Fasilitas, sumberdaya keuangan, kemampuan manajerial, keahlian pemasaran dan pandangan orang terhadap merek dapat menjadi sumber kelemahan.

3. Analisis peluang

Peluang adalah situasi yang diinginkan atau disukai dalam lingkungan usaha. Segmen pasar, perubahan dalam persaingan atau lingkungan, perubahan teknologi dan perbaikan hubungan dengan pembeli serta pemasok dapat menjadi peluang bagi usaha.

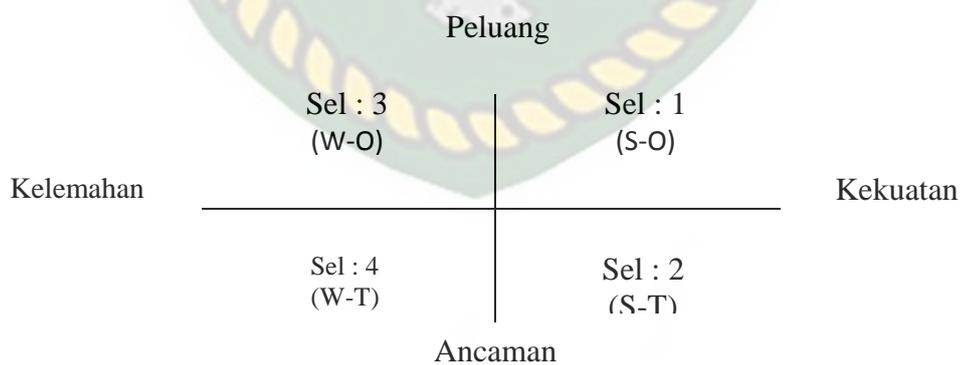
4. Analisis ancaman

Ancaman adalah situasi yang paling tidak disukai atau diinginkan dalam lingkungan usaha. Ancaman merupakan penghalang bagi posisi yang

diharapkan dalam menjalankan usaha. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, peningkatan posisi penawaran dari pembeli dan pemasok, perubahan teknologi dan peraturan baru atau peraturan lama yang ditinjau kembali.

2.4.1.5. Matrik SWOT

Setelah diketahui peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan maka dapat menentukan strategi dengan cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada, mengatasi kelemahan yang dimiliki dan mengatasi kelemahan yang dimilikinya, menghindari ancaman yang ada atau dengan meminimalkan kelemahan tersebut. Wheelen dan Hunger (1992) memberi cara untuk merumuskan strategi usaha dengan menggunakan matrik SWOT seperti pada Gambar 2.



Sumber Gambar 2. SWOT (Pearce dan Robinson, 1997)

Gambar 2. Diagram Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah

Sel 1 menjelaskan memiliki banyak kekuatan yang disertai dengan terbukanya banyak kesempatan dilingkungan sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi agresif (*growth oriented strategy*). Sel 2 menjelaskan banyak kemampuan tetapi banyak ancaman dalam usaha sehingga strategi yang ditempuh adalah diversifikasi dan mempersiapkan pasar produk untuk jangka panjang.

Tabel 2. Matriks SWOT.

Eksternal	Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		Daftar kekuatan-kekuatan internal	Daftar Kelemahan-kelemahan internal
	Peluang O	Strategi S-O	Strategi W-O
	Daftar peluang-peluang eksternal	Strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang timbul	Strategi dengan mengambil keuntungan dari peluang untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki
	Ancaman T	Strategi S-T	Strategi W-T
	Daftar ancaman-ancaman eksternal	Strategi dengan menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi dengan meminimumkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : *Wehrich dalam Wheelen dan Hunger (1992)*

Sel 3 menjelaskan usaha menghadapi peluang yang baik namun memiliki kendala-kendala tertentu sehingga strategi yang diterapkan adalah *turn around oriented strategy* atau difrensiasi produk. Sel 4 menjelaskan usaha menghadapi ancaman dipasar dan memiliki banyak kelemahan sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi bertahan atau konsolidasi (*defensive strategy*) atau dengan mengurangi keterlibatan langsung.

2.5 Penelitian Terdahulu

Paulina (2016) melakukan penelitian dengan judul penelitian Analisis Rantai Pasokan pada Komoditas Kopra di Desa Elusan Kabupaten Minahasa Selatan. Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengkaji Bagaimana rantai pasok komoditas kopra di Desa Elusan Kabupaten Minahasa Selatan. (2) Mengkaji Peran pihak-pihak yang ada dalam rantai pasok komoditas kopra. (3) Mengkaji apakah pihak rantai pasokan komoditas kopra sudah efektif.

Nugraha (2011) melakukan penelitian dengan tujuan menganalisis rantai pasok minyak akar wangi, menganalisis faktor internal dan eksternal rantai pasok minyak akar wangi dan merumuskan strategi rantai pasok minyak akar wangi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis faktor internal dan eksternal, analisis *Strengths, Weaknesses Opportunities, and Threats* (SWOT), dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil penelitian menunjukkan alternative strategi dari matriks SWOT dan hasil pembobotan menggunakan AHP adalah peningkatan mutu minyak akar wangi (0.285), peningkatan kualitas SDM (0.189), penguatan aspek financial (0.174), peningkatan kemitraan diantara stakeholder (0.138), meningkatkan produktivitas akar wangi dengan peralatan dan teknologi baru (0.123) dan fasilitasi pemerintah (0.087).

Wuwung (2013) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa kinerja rantai pasokan diperoleh dari integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengolahan barang setengah jadi dan produk akhir serta pengiriman ke pelanggan. Seluruh aktivitas ini mencakup aktivitas pembelian dengan tujuan membangun rantai pemasok yang memusatkan perhatian untuk memaksimalkan nilai bagi

konsumen. Usaha untuk mempertahankan kualitas dan ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang penting karena menyangkut kepercayaan dari konsumen dan apabila produk dikirim tidak tepat waktu maka akan mengalami kerugian dan kepercayaan konsumen.

Manajemen rantai pasok memerlukan perhatian khusus dan fokus terhadap hubungan antar anggota rantai pasok sehingga terjalin hubungan yang kuat dan terintegrasi dengan baik (Presuttiet *al*, 2003). Agus (2011) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa anggota rantai pasok harus fokus pada praktek rantai pasok (PRP), perhatian rantai pasok (PHRP) dan kompetensi rantai pasok (KRP) yang memiliki dampak terhadap peningkatan aktivitas rantai pasok (PARP) dan kinerja agroindustri (KIA). Proses membuat dan mendistribusikan produk ke pelanggan menjadi cara yang paling efektif dan efisien bagi suatu usaha untuk tetap sukses dan menjadi pusat dari pengembangan manajemen rantai pasok (MRP).

Emhar *et al* (2014) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa pengolahan lanjutan dari produk pertanian berperan dalam membuat produk lebih spesifik dan memberikan nilai tambah. Nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap suatu input pada suatu proses produksi. Arus peningkatan nilai tambah komoditas pertanian terjadi di setiap mata rantai pasok dari hulu ke hilir yang berawal dari petani dan berakhir pada konsumen akhir. Arus peningkatan nilai tambah komoditas pertanian terjadi di setiap mata rantai pasok dari hulu ke hilir yang berawal dari petani dan berakhir pada konsumen akhir. Nilai tambah pada setiap rantai pasok berbeda-beda tergantung dari input dan perlakuan oleh setiap anggota rantai pasok tersebut.

Agroindustri pangan lokal perlu menyatukan fungsi-fungsi internal dari sebuah usaha secara efektif, menghubungkannya dengan operasional eksternal pemasok dan anggota rantai pasok (Timisela *et al.*, 2014). Selanjutnya Hapsari *et al* (2008) menyatakan bahwa strategi pengembangan usaha kecil menengah (UKM) berdasarkan analisis internal dan eksternal dapat dilakukan melalui strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk.

2.6. Kerangka Berfikir

Kelapa merupakan produk pertanian yang mudah rusak sehingga kualitas kelapa perlu diperhatikan. Apabila kualitas kelapa menurun, maka hal tersebut akan mengganggu proses rantai pasok selanjutnya (Zubair dan Mufti, 2015).

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2002), salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan rantai pasok adalah dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat di antara jaringan atau mata rantai tersebut, dan pergerakan barang yang efektif dan efisien yang menghasilkan kepuasan maksimal pada para konsumen.

Selain keterkaitannya dengan jaminan pasar, unsur pendukung di hulu seperti penyediaan bahan baku, sarana produksi dan unsur penunjang lainnya. Satu dari unsur penting keberlanjutan usaha adalah terbangunnya manajemen rantai pasok dari industri tersebut. Manajemen rantai pasok yang dimaksud adalah modifikasi praktek tradisional dari manajemen logistik, yang mementingkan pihak-pihak secara individual dan ukan mengacu kepada kinerja keseluruhan ke arah koordinasi dan kemitraan antara pihak-pihak yang terlibat (Budiman, 2013).

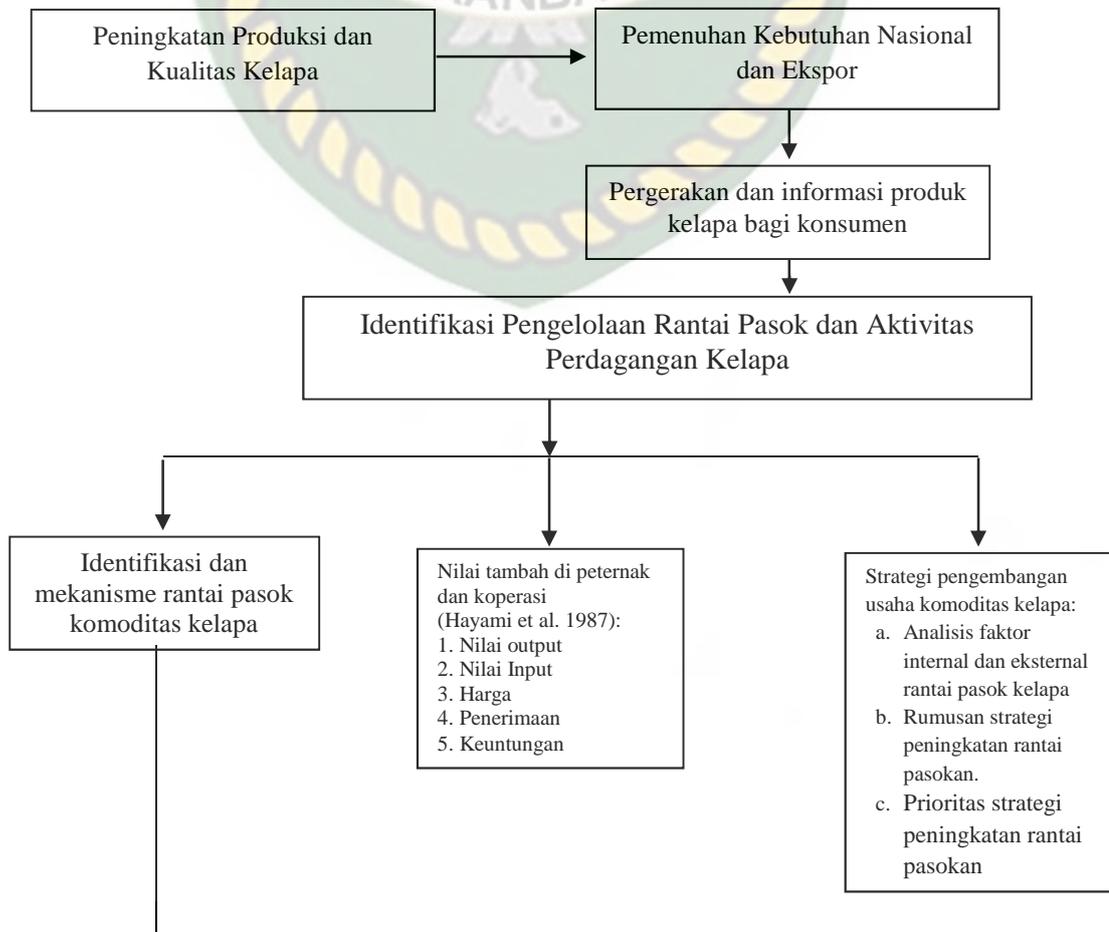
Sidarto dalam Wibowo (2014) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan merupakan salah satu strategi yang sangat penting dalam menyelesaikan permasalahan perusahaan, mengenai keputusan aktifitas penyedia bahan baku, produsen (perusahaan) dan konsumen. Sehingga suatu sistem produksi yang efektif dan efisien merupakan keharusan yang dimiliki oleh para pelaku bisnis agar dapat memenangkan persaingan.

Tujuan dari penerapan manajemen rantai pasok adalah untuk memastikan agar konsumen mendapat barang (komoditas dan produk) yang tepat jumlah, kualitas dan waktu, serta dengan biaya serendah mungkin. Untuk mencapai tujuan tersebut, manajemen rantai pasok harus mendukung keseluruhan rantai proses mulai dari perencanaan, penyediaan bahan baku, produksi dan distribusinya. Keuntungan manajemen rantai pasok yang efektif adalah untuk mendapatkan kecepatan maksimal pada saat barang dan jasa bergerak melalui jalur rantai pasok, menurunkan biaya, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan dan daya saing produk di pasar.

Analisis rantai nilai dalam sebuah rantai pasok didefinisikan sebagai sebuah aktivitas yang dapat memberikan nilai tambah atau menurunkan biaya (Porter, 1993). Hayami et al. (1987) mengungkapkan nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap suatu input pada suatu proses produksi. Selain permasalahan rantai pasokan, mengetahui besarnya nilai tambah kelapa pada petani dalam rantai pasokan juga menjadi penting untuk dilakukan. Karena keterkaitan dari berbagai proses yang terjadi dalam rantai pasok kelapa dapat menciptakan nilai tambah produk, sehingga menuntut setiap

anggota rantai pasokan untuk mengkoordinasikan aktivitasnya dalam rantai pasok kelapa. Analisis nilai tambah dapat mengetahui mengetahui anggota dari rantai pasok kelapa yang menyumbang penciptaan nilai yang besar.

Strategi rantai pasokan berkaitan dengan penyusunan kebijakan dan rencana yang luas untuk menggunakan sumber daya dan harus saling terintegrasi dengan strategi rantai pasok (Jacobs dan Chase, 2015). Pengkajian terhadap kinerja rantai pasok menjadi salah satu hal yang menarik untuk ditelusuri. Kajian kegiatan di setiap rantai pasok diharapkan mampu untuk mengidentifikasi masalah-masalah terkait pasokan kelapa, sehingga dapat diputuskan penerapan *best practice* untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Pada hal ini strategi peningkatan rantai pasok juga dibutuhkan untuk keberlanjutan rantai pasok kelapa, khususnya di Kabupaten Indragiri hilir. Kerangka pemikiran penelitian ditunjukkan oleh Gambar 3.



Pengembangan dan keberlanjutan rantai pasok kelapa di
Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau

Gambar 3. *Kerangka Pemikiran Penelitian Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Perdagangan Komoditas Kelapa Di Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau*

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Penelitian dilakukan di Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau. Penetapan daerah penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa lokasi merupakan salah satu sentra produksi kelapa di Provinsi Riau.

Penelitian ini telah dilaksanakan selama 6 bulan terhitung dari bulan Juli sampai dengan Desember 2018. Dengan rangkaian kegiatan penelitian meliputi: penyusunan usulan penelitian, pengumpulan data dari lapangan, pengolahan data, penyusunan laporan, seminar dan perbanyakan laporan hasil penelitian.

3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel petani dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Teknik pengambilan sampel ini digunakan karena tidak semua petani kelapa mampu menyampaikan permasalahan kelapa. Adapun jumlah sampel yang dipilih pada penelitian ini adalah 10 sampel dari 207 Petani Kelapa, sedangkan

sampel untuk pedagang kelapa sebanyak 5 orang sampel dari 15 toke pengumpul kelapa yang ada di desa sungai cakah.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer didapat melalui pengamatan langsung di lapangan serta wawancara secara langsung dengan petani sampel. Wawancara dilakukan dengan pedagang yang melakukan perdagangan untuk mengetahui gambaran rantai pasok serta pengelolaan rantai pasok. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan petani kelapa serta pedagang pengumpul untuk mengetahui kondisi harga kelapa terkini serta alur bahan baku kelapa dari petani ke supplier. Adapun jenis-jenis data primer yang di kumpulkan adalah identitas petani sampel, jumlah produksi kelapa, harga kelapa dari petani, harga kelapa dari pengepul, biaya transportasi, jarak dan waktu perpindahan barang dari petani ke pengumpul, dari pengepul ke perusahaan (pabrik kelapa), biaya perlakuan lain seperti, muat-bongkar, timbang, dan lain-lain.

Data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan, serta dokumen dan laporan yang dimiliki oleh perusahaan dan instansi terkait, seperti jumlah produksi kelapa, data historis harga kelapa, jumlah permintaan kelapa dunia, jumlah industri dalam negeri, peluang dan ancaman industri kelapa dalam negeri dan lain-lain. Adapun data ini akan diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Indragiri Hilir, Kantor Bea Cukai Kabupaten Indragiri Hilir dan Dinas Perkebunan Kabupaten Indragiri Hilir serta pihak akademis dari Universitas Islam Indragiri Tembilahan.

Sistem pengumpulan data Sekunder didalam penelitian ini dilakukan dengan membuat Forum Group Discusieon dengan pihak pemerintah, Universitas tempatan dan pelaku usaha. Peneliti memberikan quisioner secara esbet kepada instansi terkait dan mengumpulkan hasil jawaban dari peserta FGD untuk dilakukan penilaian dan perumusan data dengan metode analisis SWOT dan QSPM.

3.4. Konsep Operasional

1. Kelapa adalah satu jenis tumbuhan dari suku aren-arenan yang dibudidayakan oleh petani kelapa.
2. Rantai pasok adalah sebuah aktivitas yang dapat memberikan nilai tambah atau menurunkan biaya distribusi kelapa.
3. Nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap suatu input pada suatu proses produksi kelapa
4. Strategi adalah penyusunan kebijakan dan rencana yang luas untuk menggunakan sumber daya komoditas kelapa
5. Pedagang adalah orang yang melakukan distribusi/menyalurkan kelapa dari produsen ke konsumen.

3.5. Analisis Data

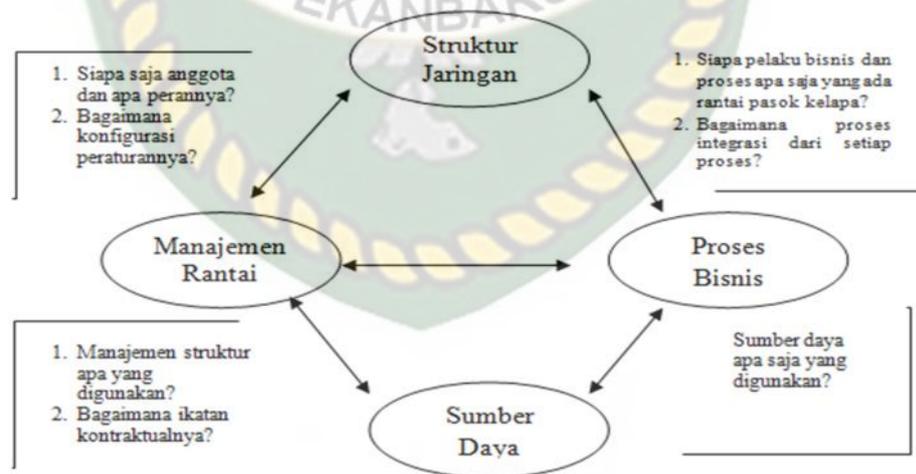
3.5.1. Analisis Rantai Pasok

Analisis deskriptif memberikan gambaran mengenai data yang dimiliki (Simamora 2005). Faktor-faktor yang tidak bisa dianalisis dengan menggunakan

statistik maka dapat dianalisis secara deskriptif dengan tujuan mengubah kumpulan data yang masih mentah menjadi bentuk yang mudah dipahami karena berupa informasi yang jelas dan ringkas. Data yang telah terkumpul dianalisis untuk mengdeskripsikan aliran rantai pasok kelapa dan mekanisme aktifitas yang dilakukan setiap pelaku dalam rantai pasok kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau.

Identifikasi rantai pasok perdagangan kelapa dilakukan dengan cara observasi lapang, studi pustaka, dan didukung dengan pendapat narasumber praktisi. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi empat elemen rantai pasok yaitu struktur jaringan, proses bisnis, manajemen, dan sumber daya rantai pasok (Van der Vorst 2006).

Kerangka analisis manajemen rantai pasok dapat dilihat pada Gambar 4



Gambar 4. Kerangka analisis manajemen rantai pasok

3.5.2. Analisis Nilai Tambah

Hayami et al. (1987) mengungkapkan bahwa pada aspek produksi pengolahan komoditas pertanian, perhitungan hubungan antara input, output,

pendapatan dan laba menjadi hal yang penting dilakukan. Nilai tambah secara kuantitatif dapat dihitung dari peningkatan produktivitas.

Untuk mengetahui besarnya nilai tambah pada keuntungan pada komoditas kelapa, dilakukam analisis dengan menggunakan metode Hayami (1987).

Tabel 3. Variabel Perhitungan Nilai Tambah Menurut Hayami

No	Variabel	Nilai
I. Output Input dan Harga		
1	Output (Kg)	(1)
2	Input (Kg)	(2)
3	Tenaga Kerja (HOK)	(3)
4	Faktor Konversi	$(4) = (1)/(2)$
5	Koefisien Tenaga Kerja (HOK/Kg)	$(5) = (3)/(2)$
6	Harga output (Rp/Kg)	(6)
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	(7)
II. Pendapatan dan Keuntungan		
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	(8)
9	Sumbangan Input lain	(9)
10	Nilai Output(Rp/Kg)	$(10) = (4) \times (6)$
11	a.Nilai tambah (Rp/Kg)	$(11a) = (10) - (8) - (9)$
	B.Rasio Nilai Tambah (%)	$(11b) = (11a)/(10) \times 100\%$
12	a.Pendapatan Tenaga Kerja langsung (Rp/Kg)	$(12a) = (5) \times (7)$
	B.Pangsa Tenaga Kerja (%)	$(12b) = (12a)/(11a) \times 100\%$
13	a.Keuntungan (Rp/Kg)	$(13a) = (11a) - (12a)$
	B.Tingkat Keuntungan (%)	$(13b) = (13a)/(11a) \times 100\%$

Sumber: Hayami, 1987

Secara operasional perhitungan tersebut akan dihasilkan keterangan sebagai berikut:

- a. Output (kg) adalah Kelapa yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi kemudian dikonversi ke dalam satuan per proses produksi.
- b. Input (kg) adalah bahan baku yang akan diolah menjadi Kopra dalam satu kali proses prosuksi dan dikonversikan menjadi perminggu.

- c. Tenaga kerja (HOK) adalah jumlah hari orang kerja yang digunakan untuk proses pengolahan Kelapa.
- d. Faktor konversi menunjukkan banyaknya output yang dihasilkan dari setiap 1 kg bahan baku yang digunakan.
- e. Koefisien Tenaga Kerja (HKP/kg) menunjukkan jumlah tenaga kerja langsung dalam proses pengolahan dari jumlah bahan baku yang digunakan.
- f. Harga output (Rp/kg) adalah nilai jual untuk Kelapa
- g. Upah tenaga kerja (Rp/HOK) adalah biaya untuk tenaga kerja berdasarkan jumlah jam kerjanya.
- h. Harga bahan baku (Rp/kg) adalah nilai beli bahan baku
- i. Harga input lain adalah rata-rata jumlah biaya untuk bahan bakar dan peralatan.
- j. Nilai output (Rp/kg) menunjukkan nilai yang diterima dari konversi output terhadap bahan baku dengan harga output.
- k. Nilai tambah (Rp) adalah selisih antara nilai output Kopra dengan harga bahan baku utama sagu dan sumbangan input lain.
- l. Rasio nilai tambah (%) menunjukkan nilai tambah dari nilai produk.
- m. Pendapatan tenaga kerja (Rp) menunjukkan upah yang diterima tenaga kerja langsung untuk mengolah satu satuan bahan baku.
- n. Pangsa Tenaga kerja (Rp) menunjukkan persentase pendapatan tenaga kerja dari nilai tambah yang diperoleh.
- o. Keuntungan (Rp) menunjukkan bagian yang diterima perusahaan.
- p. Tingkat keuntungan (%) menunjukkan presentase keuntungan dari nilai produk.

3.5.3. Analisis Strategi Pengembangan Kelapa

1. Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal

Evaluasi faktor internal dan eksternal dilakukan dengan memasukan informasi dari faktor-faktor internal dan eksternal rantai pasok susu dalam matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE). Matriks IFE dan EFE tersebut dijadikan landasan untuk merumuskan strategi. Informasi yang diperoleh dari kedua matriks ini memberikan informasi masukan dasar untuk matriks pencocokan berupa matriks SWOT dan tahap keputusan selanjutnya (David, 2010).

1. Matriks Evaluasi Faktor Internal

Evaluasi faktor internal dilakukan dengan menilai kekuatan dan kelemahan dalam rantai pasok susu sapi perah yang dituangkan ke dalam bentuk matriks yaitu matriks IFE (David, 2010). Tahapan membuat matriks IFE adalah sebagai berikut:

- a. Membuat daftar faktor keberhasilan internal yang memiliki dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan sebuah rantai pasok yang mencakup kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses).
- b. Menentukan bobot, dengan nilai dari 0.0 (tidak penting) sampai 1.0 (semua penting) untuk setiap faktor.
- c. Memberikan peringkat 1 sampai 4 untuk setiap faktor. Skala untuk kelemahan diwakili oleh skor 1 atau 2, dan skala untuk kekuatan diwakili skor 3 atau 4, Kelemahan utama (rating = 1), kelemahan kecil (rating = 2), kekuatan kecil (rating = 3), dan kekuatan utama (rating = 4).

- d. Mengalikan bobot setiap faktor dengan pringkatnya untuk menentukan skor bobot.
- e. Menjumlahkan skor rata-rata untuk setiap faktor untuk menentukan skor bobot total.
- f. Total faktor internal menunjukkan seberapa besar kekuatan rantai pasok dalam memanfaatkan faktor internal yang dimiliki. Rantai pasok akan dinilai kuat jika total faktor internal lebih besar dari 2.5. Model matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Model matriks IFE

Faktor Strategis Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor = Bobot x Rating (c = a x b)
A. Kekuatan			
1.			
2.			
...			
Jumlah (A)			
B. Kelemahan			
1.			
2.			
...			
Jumlah (B)			
Total (A+B)			

Sumber: David (2010)

2. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Analisis eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman serta untuk melihat kemampuan para pelaku rantai pasok susu dalam menghadapi perubahan lingkungan eksternalnya yang dituangkan ke dalam bentuk matriks

yaitu matriks EFE (David, 2010). Tahapan membuat matriks EFE adalah sebagai berikut:

- a. Membuat daftar faktor eksternal yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan untuk aspek eksternal yang mencakup peluang (*opportunities*) dan tantangan (*threats*).
- b. Menentukan bobot yang berkisar dari 0.0 (tidak penting) sampai 1.0 (semua penting) untuk setiap faktor.
- c. Memberikan peringkat 1 sampai 4 untuk setiap faktor. Skala untuk ancaman diwakili oleh skor 1 atau 2, dan skala untuk peluang diwakili skor 3 atau 4. Ancaman utama (rating = 1), ancaman kecil (rating = 2), peluang kecil (rating = 3), dan peluang utama (rating = 4).
- d. Mengalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.
- e. Menjumlahkan skor rata-rata untuk setiap faktor untuk menentukan skor bobot total.
- f. Total faktor eksternal menunjukkan seberapa besar kekuatan rantai pasok dalam menghadapi peluang dan ancaman dalam sebuah rantai pasok. Rantai pasok akan dinilai kuat jika total faktor eksternal lebih besar dari 2.5. Model matriks EFE terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Model matriks EFE

Faktor Strategis Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor = Bobot x Rating (c = a x b)
A. Peluang 1.			

2.			
Jumlah (A)			
B. Ancaman			
1.			
2.			
Jumlah (B)			
Total (A+B)			

Sumber : David (2010) Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Perdagangan Komoditas Kelapa Di Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau

3. Analisis SWOT

Masyhudzulhak (2011) mendefinisikan matriks *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, and *Threats* (SWOT) sebagai alat pencocokan yang memiliki kegunaan untuk membantu dalam mengembangkan empat tipe strategi yaitu:

Strategi SO (Strengths - Opportunities) : Kekuatan dan peluang

Strategi WO (Weaknesses - Opportunities) : Kelemahan dan peluang

Strategi ST (Strengths - Threats) : Kekuatan dan ancaman

Strategi WT (Weaknesses - Threats) : Kelemahan dan ancaman

Empat tipe strategi SWOT secara jelas dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Matrik SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Kekuatan, Peluang Maksimum Kekuatan dan Maksimum Peluang	Kelemahan, Peluang Minimumkan kelemahan dan Maksimum Peluang

Ancaman (T)	Kekuatan, Ancaman Maksimum Kekuatan dan Minimumkan Ancaman	Kelemahan, Ancaman Minimumkan kelemahan dan Minimumkan Ancaman
-------------	--	--

Sumber: Masyhudzulkhak (2011)

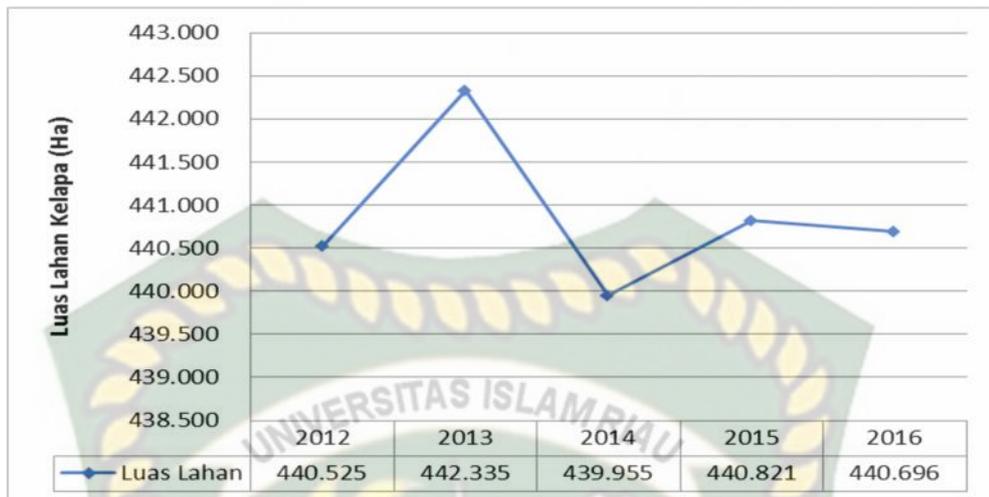


BAB IV.

GAMBARAN UMUM DERAH PENELITIAN

4.1. POTENSITANAMANKELAPAKABUPATEN INDRAGIRI HILIR

Tanaman kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir merupakan tanaman yang paling banyak di budidayakan oleh masyarakat. Berdasarkan data lima tahun terakhir, luas tanaman kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir dilaporkan mengalami penurunan, yang diakibatkan oleh alih fungsi lahan dan rusaknya tanaman, baik oleh penyakit maupun penyebab lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir, luas lahan kelapa pada tahun 2016 mengalami penurunan dibandingkan pada tahun 2013. Trend perubahan luas tanaman kelapa berdasarkan BPS Tahun 2012 – 2017 dapat dilihat pada Gambar 8. Luas lahan kelapa berimplikasi pada penurunan produksi tanaman tanaman kelapa



Gambar 5 . *Trend Perubahan Luas Lahan Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2012-2016 (BPS, 2013 – 2017)*

Berdasarkan hasil identifikasi dan pengukuran luas tanaman kelapa, pada tahun 2017 diketahui bahwa luas lahan kelapa rakyat di Kabupaten Indragiri Hilir seluas 340.574,78 ha. Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 8

Tabel 7. *Luas Areal dan Jumlah Petani Pemilik Tanaman Tahunan Kelapa Dalam di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2017.*

No	Kecamatan	Luas Akhir semester lalu (ha)	Luas Areal Tahun 2017 (ha)	Jumlah Petani (jiwa)
1	Batang Tuaka	24.441	13.993	2.856
2	Concong	14.185	9.710	1.982
3	Enok	44.753	30.895	6.305
4	Gas	15.431	17.178	3.506
5	Gaung	28.956	27.285	5.568
6	Kateman	37.739	31.621	6.453
7	Kempas	6.092	2.273	464
8	Keritang	26.927	23.004	5.502
9	Pulau Burung	10.879	4.265	870
10	Reteh	21.248	23.928	4.883
11	Teluk Belengkong	3.524	4.618	942

12	Tempuling	10.162	10.491	2.141
13	Kemuning	19	18	27
14	Mandah	55.216	34.343	7.946
15	Palangiran	15.728	16.150	3.296
16	Sungai Batang	12.028	15.421	3.147
17	Tanah Merah	20.948	11.422	4.272
18	Tembilahan Hulu	3.645	5.036	1.028
19	Tembilahan	9.142	7.580	1.547
20	Kuindra	25.667	13.139	2.681

Kecamatan Batang Tuaka merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Indragiri Hilir dengan luas wilayah Kecamatan seluas 1.050,25 Km² yang menjadi daerah penelitian tesis ini. Secara wilayah administrasi kecamatan Batang Tuaka terbagi kedalam 13 Desa (Desa Gemilang jaya, Desa Kuala sebatu, Desa Pasir emas, Desa Sungai Junjungan, Desa Sialang Jaya, Desa Simpang jaya, Desa Sungai dusun, Desa Sungai luar, Desa Sungai Piring, Desa Sungai rawa, Desa Sungai raya, Desa Tanjung siantar, Desa Tasik raya) (Sumber. BPS, 2017).

Berdasarkan pendataan dilapangan, penyebaran tanaman kelapa di Kecamatan Batang Tuaka tersebar di 11 Desa, dengan luas keseluruhan 14.488,17 ha. Kondisi tanaman kelapa, 83,62% dikategorikan dalam kondisi Baik, 15,76% kategori rusak ringan dan 0,62% dikategorikan rusak berat. Hal inilah yang menjadi pertimbangan peneliti untuk melakukan penelitian di daerah ini. selain memiliki luas lahan yang cukup tinggi, daerah penelitian ini juga mudah diakses oleh pengepul dengan menggunakan kendaraan darat maupun sungai.

Infrastruktur yang saat ini di coba semakin dimantapkan menjadi salah satu factor pendukung akan lajunya proses pemasaran kelapa, baik kelapa bulat maupun kopra. Akan semakin banyak pedagang yang akan bersaing melakukan pembelian kelapa kepada petani langsung, tanpa harus dilalui banyak rantai pemasaran yang selama ini menjadi momok yang membuat harga kelapa di tingkat petrani tidak beranjak naik. Luas dan sebaran Tanaman kelapa di Kecamatan Batang Tuaka dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Luas dan Penyebaran Kelapa di Kecamatan Batang Tuaka

No.	Desa	Kondisi Tanaman kelapa			Luas (Ha)	Sebaran Parit
		Baik	Rusak			
			Ringan	Berat		
1.	Gemilang Jaya	1.211,71	119,11	-	1.330,81	35
2.	Kuala Sebatu	204,68	64,02	-	268,70	20
3.	Sialang Jaya	605,16	32,95	-	638,11	15
4.	Sungai Dusun	919,24	237,77	-	1.157,01	27
5.	Sungai Junjangan	1.647,91	186,78	19,72	1.854,41	41
6.	Sungai Luar	3.174,63	395,32	-	3.569,95	21
7.	Sungai Piring	267,53	597,49	70,01	935,02	35
8.	Sungai Rawa	1.643,79	73,65	-	1.717,45	17
9.	Sungai Raya	930,37	76,27	-	1.006,64	12
10.	Tanjung Siantar	339,77	41,16	-	380,93	5
11.	Tasik Raya	1.170,11	459,03	-	1.629,14	39
12.	Pasir Emas	-	-	-	-	-
13.	Simpang Jaya	-	-	-	-	0
Jumlah		12.114,90	2.283,54	89,73	14.488,17	267

Sumber : Hasil Survey Lapangan Tahun 2017

4.2. Letak Geografis

Secara geografis Kabupaten Indragiri Hilir terletak di antara $0^{\circ} 32' 51''$ LU sampai dengan $01^{\circ} 07' 17''$ LS dan $102^{\circ} 32' 59''$ sampai dengan $104^{\circ} 17' 31''$ Bujur Timur dengan batas-batas wilayah administrasi sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pelalawan,
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Tanjung Jabung Barat (Provinsi Jambi),
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Indragiri Hulu,
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Tanjung Balai Karimun (Provinsi Kepulauan Riau).

4.3. Topography

Kabupaten Indragiri Hilir terletak pada dataran rendah atau daerah Pesisir Timur dengan ketinggian tempat yang penentunya didasarkan pada jarak vertikal antara suatu tempat dengan garis permukaan air laut berkisar 0-500 meter di atas permukaan laut dan 95,88% berada pada 0-7 meter dari permukaan laut (dpl). Sedangkan selebihnya sekitar 4,12% ketinggian antara 7-500 m dari permukaan laut yang terdapat di daerah Selatan Wilayah Kabupaten Indragiri Hilir. Hal ini mengakibatkan daerah ini menjadi daerah rawa-rawa yang beriklim tropis basah. Keadaan ini sangat berpengaruh terhadap drainase dan biasanya kalau curah hujan cukup tinggi, maka akan terjadi genangan air di daerah-daerah tertentu.

4.4 Aksesibilitas

Kabupaten Indragiri Hilir merupakan bagian dari provinsi Riau yang sangat dipengaruhi oleh pasang surut air sungai/parit, dimana sarana penghubung

yang dominan untuk menjangkau daerah satu dengan daerah lainnya adalah melalui sungai/parit dengan menggunakan kendaraan *speed boat*, pompong dan perahu. Beberapa kecamatan sudah dapat ditempuh melalui jalan darat dengan dibangunnya jembatan-jembatan yang melintasi sungai-sungai besar seperti Sungai Indragiri, Sungai Batang Tuaka dan Sungai Gangsal. Jarak tempuh ke Ibukota Provinsi sekitar 300 km ke arah barat.

Kabupaten Indragiri Hilir merupakan daerah yang mudah diakses melalui kendaraan umum. Kabupaten Indragiri Hilir mempunyai fasilitas jalan provinsi yang bagus, lama perjalanan yang ditempuh dengan bus atau travel hanya sekitar 6 jam dari Pekanbaru. Kabupaten Indragiri Hilir juga mempunyai terminal bus dan pelabuhan.

4.5 Iklim

1) Type Iklim

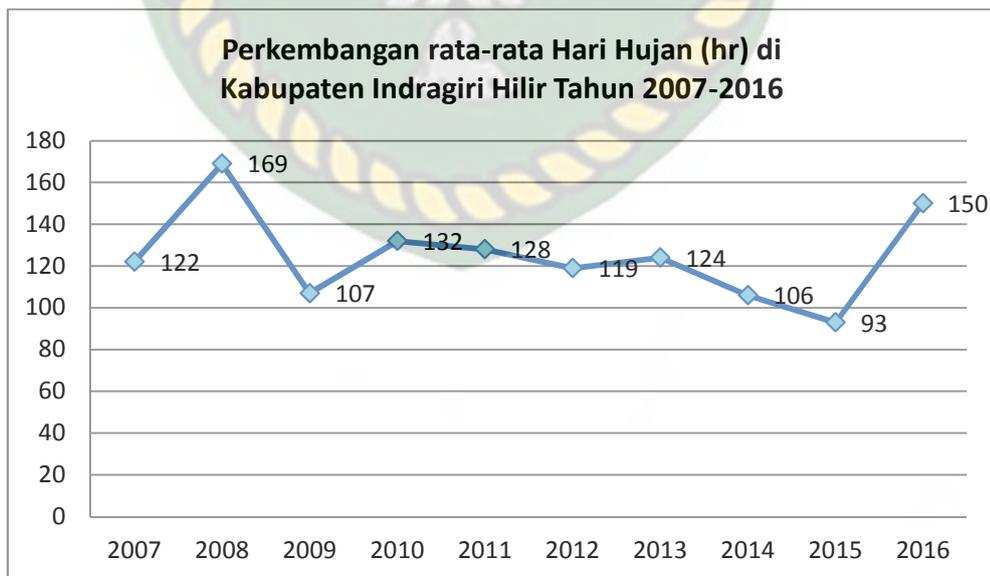
Dalam keadaan normal dikenal dua musim, yaitu musim hujan (Oktober-Maret) dan musim kemarau (April-September). Namun demikian terkadang terjadi ketidaknormalan, contohnya disaat musim hujan terjadi curah hujan yang cukup tinggi (berlebihan) sehingga mengakibatkan banjir dan sebaliknya pada saat musim kemarau keadaan curah hujan sangat kurang sehingga terjadi kekurangan air (kekeringan).

Keadaan ini cukup berpengaruh terhadap keberhasilan usahatani khususnya tanaman perkebunan. Namun kondisi ini mengalami perubahan sehingga pada Bulan Juli pun masih mengalami musim hujan, dan musim kemarau mengalami kemunduran. Untuk lebih jelas tentang gambaran

perkembangan curah hujan dan hari hujan selama kurun waktu sepuluh tahun terakhir tersaji pada lampiran 4, sedangkan secara grafik dapat digambarkan sebagai berikut :



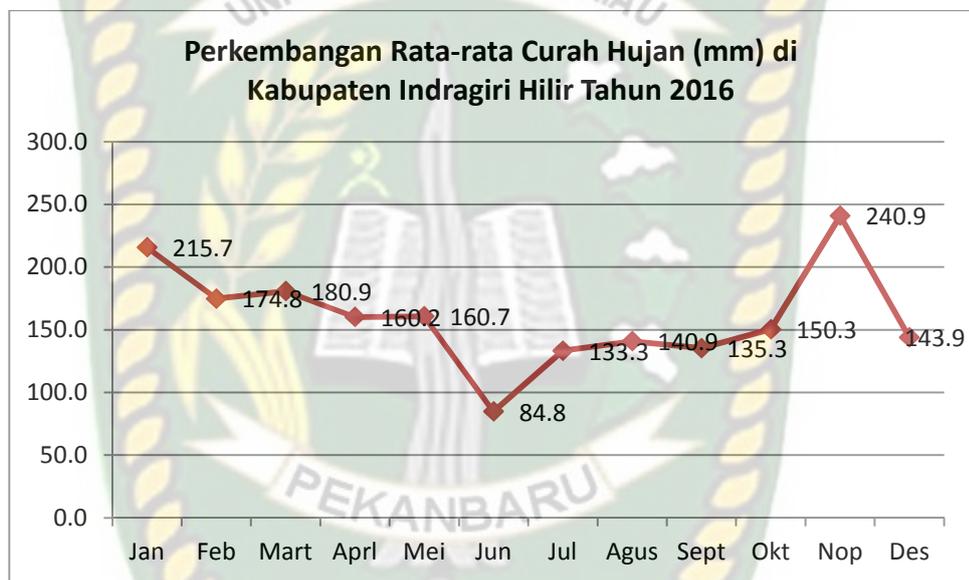
Gambar 6. Perkembangan Rata-Rata Curah Hujan (mm) di Kabupaten Indragiri Hilir 10 Tahun Terakhir



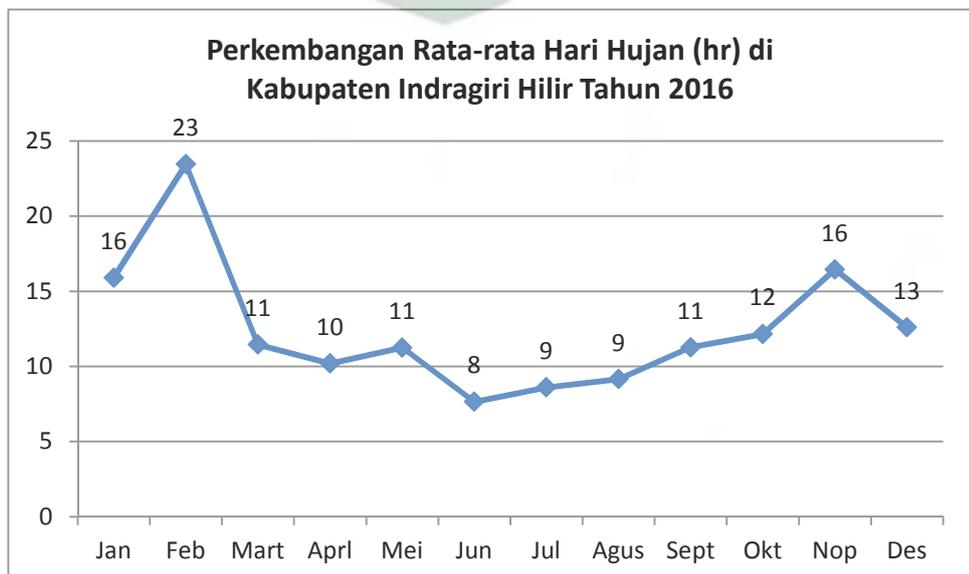
Gambar 7. Perkembangan Rata-Rata Hari Hujan (hr) di Kabupaten Indragiri Hilir 10 Tahun Terakhir

2) Curah Hujan dan Hari Hujan

Rata-rata jumlah curah hujan dan hari hujan pada tahun 2017 lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2018. Tahun 2018 rata-rata jumlah curah hujan 1.306,8 mm dan tahun 2017 berjumlah 1.510,1 mm, sedangkan jumlah hari hujan tahun 2017 tercatat 93 hari sedangkan pada tahun 2018 tercatat 106 hari, sebagaimana lampiran 5 dan grafik berikut.

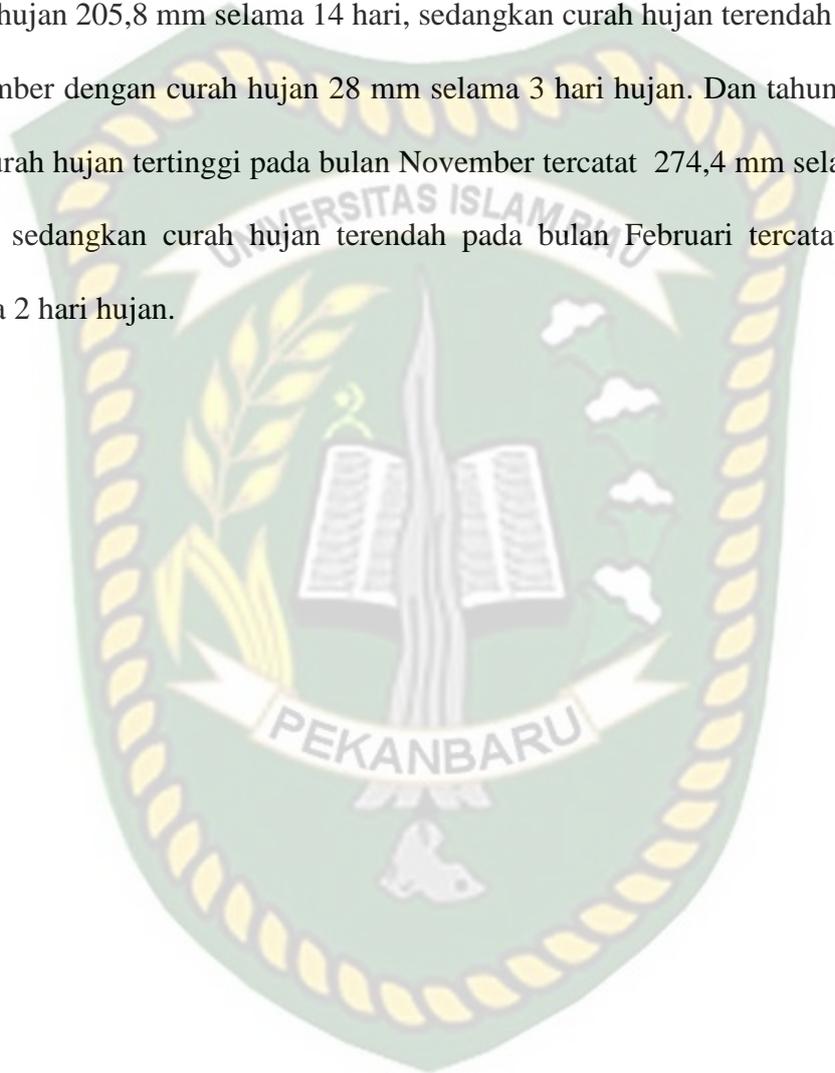


Grafik 8. Perkembangan Rata-Rata Curah Hujan (mm) di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2016.



Grafik 9. *Perkembangan Rata-rata Hari Hujan (hr) di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2016*

Rata-rata curah hujan tahun 2015 tertinggi pada bulan Desember dengan curah hujan 205,8 mm selama 14 hari, sedangkan curah hujan terendah pada bulan September dengan curah hujan 28 mm selama 3 hari hujan. Dan tahun 2014 rata-rata curah hujan tertinggi pada bulan November tercatat 274,4 mm selama 15 hari hujan, sedangkan curah hujan terendah pada bulan Februari tercatat 13,3 mm selama 2 hari hujan.



BAB V

HASII DAN PEMBAHASAN

5.1. Kondisi Rantai Pasok Sistem Niaga Kelapa

5.1.1 Sasaran rantai pasok

Sasaran rantai pasok merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam rantai pasok. Tujuan rantai pasok pada sistem niaga kelapa adalah memenuhi kebutuhan konsumen akhir produk kelapa. Sasaran rantai pasok dapat ditinjau dari dua komponen yaitu sasaran pasar dan sasaran pengembangan, sehingga dapat dilihat rantai pasok sistem tata niaga kelapa dapat berjalan baik atau tidak.

a. Sasaran pasar

Sasaran pasar bagi petani kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir berdasarkan data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Indragiri hilir dan Kantor Bea Cukai Tembilahan antara lain adalah pasar lokal dan ekspor ke luar negeri. Adapun pasar lokal yang dimaksud di sini adalah petani menjual kelapa dalam bentuk kelapa bulat/jambul ke pengepul atau perusahaan yang ada di sekitar Kabupaten Indragiri Hilir, sedangkan yang dieskpor adalah kapal dengan tonase besar di atas 100 ton dimana mereka langsung menampung di kapal yang sengaja bertambat di sekitar daerah sentra perkebunan kelapa, dimana petani mengantarkan langsung dengan menggunakan pompong ke kapal tersebut.

Adapun pasar lainnya adalah pengepul jalan darat yang menggunakan colt diesel untuk menampung kelapa bulat yang sudah disiapkan pengumpul di pinggir-pinggir jalan utama, rata rata mereka membeli dengan harga yang lebih tinggi jika dibanding petani menjual ke toke-toke. Hal ini dikarenakan kelapa yang mereka beli dijual langsung ke konsumen di daerah-daerah yang membutuhkan banyak kelapa, misal dibawa ke Palembang, Jambi dan Pekanbaru.

Sasaran pasar selanjutnya yang akan diupayakan pemerintah daerah adalah pasar ekspor. Dengan dibentuknya BUMD yang mengelola Sistem Resi Gudang Kopra, diharapkan mampu menjadi lembaga yang memfasilitasi terjualnya harga kopra yang lebih baik. Pemerintah diharapkan bisa mencari pasar yang membeli kelapa dengan harga yang tinggi sementara kopra petani masih di Gudang SRG. Pasar lelang juga diharapkan mampu menjadi pendobrak semakin baiknya harga kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir.

b. Sasaran pengembangan

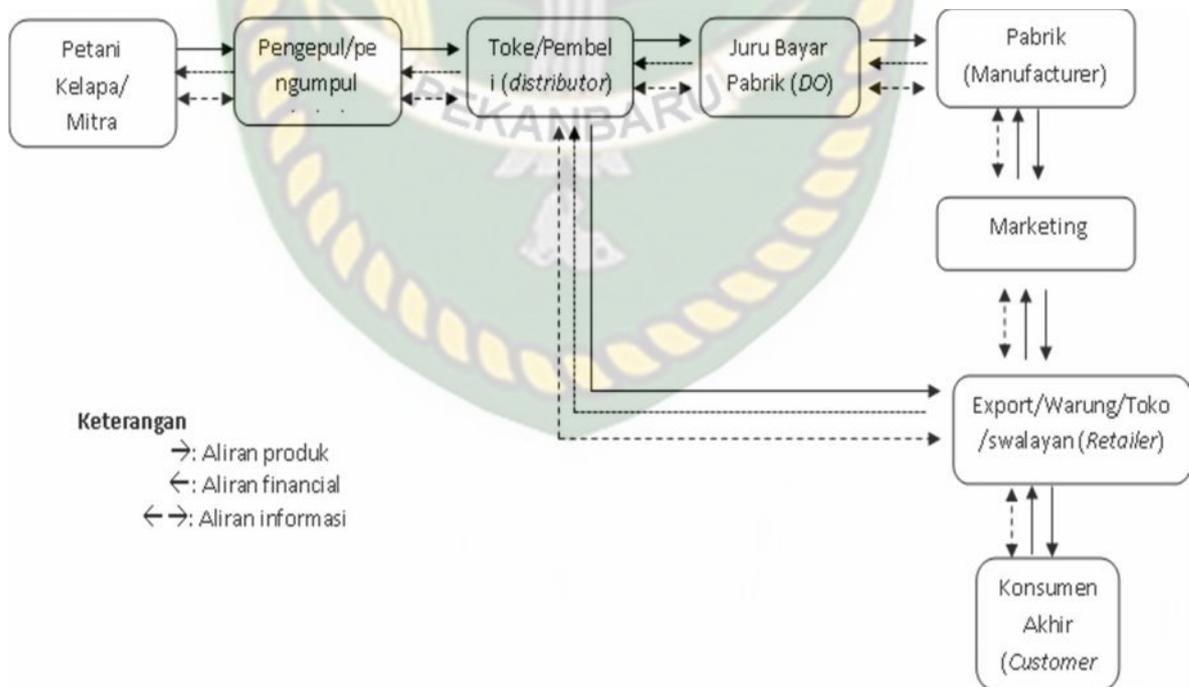
Pengembangan perdagangan kelapa saat ini di Kabupaten Indragiri hilir masih stagnan dan cenderung semakin memburuk. Hal ini dikarenakan harga jual kelapa yang makin hari semakin menurun. Rendahnya harga jual kelapa di tingkat petani maupun pengepul disebabkan oleh masih adanya monopoli perdagangan oleh salah satu perusahaan besar yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir.

Pemerintah daerah bersama masyarakat terus berupaya bagaimana meningkatkan pengembangan perdagangan kelapa ke depannya. Adapun upaya

upaya yang telah dilakukan adalah dengan mendatangkan investor untuk membuat perusahaan dengan industry hilir kelapa yang diharapkan bisa. Selain itu pemerintah juga telah bekerjasama dengan pihak Universitas lokal untuk memberikan pelatihan pelatihan kepada petani agar bisa memanfaatkan kelapa mereka dengan sebaik baiknya, tanpa harus berharap hanya dari penjualan buahnya saja, misal dengan memberikan pelatihan pengolahan hasil selain buah, antara lain pembuatan Briket dari arang tempurung, pembuatan kecap dari air kelapa, pengolahan sabut dan lain-lain.

c. Struktur Rantai Pasok Kelapa

Berikut ini adalah diagram rantai pasok kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir sebagai berikut:



Gambar 9. Struktur Rantai Pasok Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir

Dari grafik di atas dapat dijelaskan struktur rantai pasok kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir yang dilengkapi dengan aliran produk, aliran finansial dan aliran informasi yang mengalir sepanjang rantai pasok kelapa dan masing-masing anggota rantai pasok telah dikelompokkan berdasarkan peran yang sama. Petani-petani yang bermitra dengan perusahaan pengolahan kelapa dikelompokkan sebagai petani mitra. Sebagai berikut:

1. Petani (Supplier)

Petani merupakan unsur paling utama pada sektor perkebunan kelapa, tanpa keseriusan petani dalam memproduksi buah kelapa tentu akan sangat mempengaruhi terhadap jumlah kelapa yang beredar di pasar. Petani kelapa pada umumnya adalah masyarakat yang tinggal di daerah perkebunan kelapa dan menetap di daerah tersebut. Terkadang untuk menguatkan usaha tani mereka petani membentuk organisasi desa berupa kelompok tani. Hal ini mereka lakukan agar bisa meningkatkan usaha kebunnya lebih maksimal dengan mendapatkan bantuan dari pihak pemerintah.

Kegiatan Petani kelapa pada umumnya dilakukan secara intens, mulai dari pemeliharaan hingga proses panen. Untuk mendapatkan hasil maksimal dari kebun kelapanya, petani harus benar-benar memperhatikan drainase dari kebun mereka. Kegiatan Pemeliharaan rutin selalu dilakukan pada saat menjelang panen, seperti pembersihan gulma, perbaikan drainase dan penyemprotan. Hal ini

dilakukan agar hasil panen meningkat dan mudah dalam proses pengangkutannya.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Tabel 9. Luas Dan produksi Perkebunan Kelapa Di Kabupaten Indragiri Hilir

Uas Areal, Produksi, Produktivitas dan Jumlah Petani Pemilik Tanaman Tahunan Perkebunan Rakyat

Dinas Perkebunan Kabupaten Indragiri Hilir

PROVINSI : RIAU
 INDRAGIRI
 KABUPATEN : HILIR
 KELAPA
 KOMODITI : DALAM

SEMESTER II
 TAHUN 2018

No.	Komodori	Luas Akhir Semester Lalu	Luas Areal (Ha)								Produksi (Kg)		Produksi (Kg)		Wujud produksi	Jumlah petani (KK)
			Mutasi dalam tahun laporan				Kondisi 2017				Akhir tahun lalu		Kondisi 2017			Pemilik
			Tanaman Ulang	Tanaman Baru	Pengurangan	Jumlah	TBM	TM	TTM/TR	Jumlah	Jumlah (Kg)	Rata-rata (Kg/Ha)	Jumlah (Kg)	Rata-rata (Kg/Ha)		
1	2	3	4	5	6	7=3+5-6	8	9	10	11=7	12	13	14	15	16	17
1	Batang Tuaka	13.993	-	-	-	13.993	25	12.429	1.539	13.993	12.602.803	11.154	12.602.803	1.014	Kopra	2.856
2	Concong	9.710	-	-	-	9.710	171	9.345	194	9.710	11.800.008	1.263	11.800.008	1.263	Kopra	1.982
3	Enok	30.895	-	-	-	30.895	1.310	23.998	5.587	30.895	23.182.039	966	23.182.039	966	Kopra	6.305
4	GAS	17.178	-	-	-	17.178	1.901	9.679	5.598	17.178	7.715.224	797	7.715.224	797	Kopra	3.506
5	Gaung	27.285	-	-	-	27.285	403	22.120	4.761	27.285	19.863.879	898	19.863.879	898	Kopra	5.568
6	Kateman	31.621	-	-	-	31.621	3.048	9.790	18.783	31.621	11.855.230	1.211	11.855.230	1.211	Kopra	6.453

7	Kempas	2.273	-	-	-	2.273	234	1.698	340	2.273	2.068.651	1.218	2.068.651	1.218	Kopra	464
8	Keritang	23.004	-	-	-	23.004	922	21.230	852	23.004	21.315.081	1.004	21.315.081	1.004	Kopra	5.502
9	Pulau Burung	4.265	-	-	-	4.265	-	3.637	628	4.265	4.364.388	1.200	4.364.388	1.200	Kopra	870
10	Reteh	23.928	-	-	-	23.928	1.005	21.422	1.501	23.928	29.797.487	1.391	29.797.487	1.391	Kopra	4.883
11	Teluk Belengkon g	4.618	-	-	-	4.618	45	4.023	550	4.618	6.098.155	1.516	6.098.155	1.516	Kopra	942
12	Tempuling	10.491	-	-	-	10.491	959	8.647	884	10.491	10.376.784	1.200	10.376.784	1.200	Koopra	2.141
13	Kemuning	18	-	-	-	18	2	16	-	18	18.210	1.214	19.424	1.214	Kopra	27
14	Mandah	34.343	-	-	-	34.343	1.018	26.264	7.061	34.343	31.516.884	1.200	31.516.884	1.200	Kopra	7.946
15	Pelangiran	16.150	-	-	-	16.150	2.416	11.405	2.329	16.150	17.552.064	1.539	17.552.064	1.539	Kopra	3.296
16	Sei Batang	15.421	-	-	-	15.421	361	14.573	487	15.421	19.600.860	1.345	19.600.860	1.345	Kopra	3.147
17	Tanah Merah	11.422	-	-	-	11.422	256	11.034	133	11.422	16.206.177	1.469	16.206.177	1.469	Kopra	4.272
18	Tembilahan Hulu	5.036	-	-	-	5.036	87	4.345	604	5.036	5.018.602	1.155	5.018.602	1.155	Kopra	1.028
19	Tembilahan	7.580	-	-	-	7.580	175	6.785	620	7.580	9.058.002	1.335	9.058.002	1.335	Kopra	1.547
20	Kuindra	13.139	-	-	-	13.139	450	5.947	6.742	13.139	5.863.989	986	5.863.989	986	Kopra	2.681
Jumlah		302.370	-	-	-	302.370	14.788	228.387	59.194	302.370	265.874.517	1.703	265.875.731	1.196		65.417

2. Pengumpul/Pengepul

Pengumpul/pengepul adalah orang yang bekerja di atas perintah toke untuk mendapatkan kelapa dari para petani kelapa. Pengepul pada umumnya langsung melakukan pembelian di lahan lahan petani. Dalam kegiatannya, pengepul biasanya memiliki modal uang tunai yang mereka bayar langsung ke petani, tentunya dengan harga yang lebih rendah dari pada menjual ke toke/ gudang penampung. Terkadang pengepul diuntungkan, karena petani yang sudah punya masalah keuangan dengan toke selalu menjual kelapanya diluar pengetahuan toke yang sudah memberikan pinjaman. Sehingga keuntungan sesungguhnya sering di peroleh oleh pengepul dari pada petani sendiri yang memiliki bahan baku kelapanya.

Pengepul biasanya setelah memiliki bahan baku kelapa/kopra, akan segera melepasnya ke perusahaan ataupun kapal kapal besar yang siap membeli dengan harga lebih tinggi.

3. Toke

Toke adalah pengusaha yang membeli kelapa dari petani melalui pengepul dan menjualnya kembali ke pasar/pabrik pengolahan kelapa. Di Indragiri Hilir pada umumnya toke kelapa memiliki gudang tersendiri dan memiliki alat angkutan baik kapal maupun mobil. Toke juga memiliki toko atau warung yang menyediakan segala kebutuhan petani kelapa. Hal ini mereka lakukan untuk mengambil perhatian petani sehingga tetap menjual kelapa miliknya ke toke. Bahkan Toke bisa memberikan kemudahan pemberian kredit baik pinjaman uang maupun barang kepada petani kelapa. Hanya saja pada saat petani menjual kelapanya seringkali petani hanya bisa menjual dengan harga yang lebih rendah dari harga pasaran di masarakat, misal untuk

kebutuhan konsumsi. Sehingga melalui pengamaran penulis perlu kiranya ada sebuah payung hukum yang memberikan perlindungan kepada petani kelapa terhadap harga pokok kelapa.

4. DO (delivery Order)

DO adalah pihak ketiga dari perusahaan/pabrik yang di percaya perusahaan sebagai juru bayar atas bahan baku kelapa yang masuk ke pabrik. DO hanya dimiliki oleh toke atau pengepul yang melakukan kerjasama mitra dengan pihak perusahaan.

Penetapan DO oleh perusahaan memiliki standar batas penjualan dan hal ini terkadang jarang sekali dimiliki oleh petani kelapa langsung, terkecuali petani yang memiliki luas kebun kelapa yang besar. DO bisa menjadi solusi terhadap peningkatan kesejahteraan petani, seandainya perusahaan serius untuk meningkatkan kesejahteraan petani.

5. Pabrik (Manufacturer)

Agroindustri kelapa pada penelitian ini memfokuskan pada produk buah kelapa bulat dan kopra. Varian ukuran dan great sangat menentukan tingkat penerimaan buah kelapa di pabrik pengolahan. Pabrik pengolahan yang ada di Kabuapten Indragiri Hilir pada umumnya melakukan proses hilirisasi dengan menjadikan kelapa menjadi produk minuman, minyak kelapa, nata de coco, minyak, fiber sampai bahan perabot dari sabut kelapa. Pabrik biasanya membuka kilang pengolahannya di pinggiran sungai Indragiri, sehingga proses pengangkutan dari kebun menuju ke perusahaan menggunakan alat transportasi laut berupa kapal atau pompong. Harga yang ditetapkan oleh pabrik kepada pengepul ataupun petani yang

memiliki DO cukup tinggi, hanya saja mereka mensortir setiap kelapa yang masuk, dan akan menolak kelapa yang tidak sesuai ukuran atau rusak/ kelapa apkir.

6. Pemasaran (Marketing)

Kelapa sebagai komoditas pasar terbuka merupakan keunggulan dalam pemasaran, begitu juga pangsa pasar kelapa Indonesia yang besar didunia serta jaringan pasar pada semua negara pengimpor produk kelapa. Kelemahan pada subsistem pemasaran kelapa terlihat dari beberapa indikator seperti; (a) informasi pasar dan transparansi pembentukan harga, (b) promosi produk yang lemah, dan (c) struktur pasar yang Monopoli. Sedangkan permintaan dan diversifikasi produk sesuai dengan selera konsumen seperti arang aktif, serat sabut, dan sebagainya merupakan peluang pemasaran. Adapun ancaman terhadap pemasaran dan perdagangan produk kelapa adalah kebijakan tarif dan pajak ekspor yang masih cukup tinggi. Salah satu contoh Marketing kelapa di tingkat pabrik/ perusahaan nasional adalah PT.Pulau Sambu yang merupakan marketing sambu grup dari Singapore. Yang telah mampu mengindustrialisasikan kelapa menjadi bahan olahan jadi yang di konsumsi oleh masyarakat umum.

7. Penjualan (Retailer)

Masing-masing retailer komoditi tanaman kelapa menawarkan produknya dengan harga yang bervariasi, mulai dari yang murah hingga yang mahal. Untuk setiap Grate kelapa yang sama, setiap retailer bisa saja menawarkan harga yang berbeda. Misalkan kelapa Grate A dengan ukuran diameter besar di hargai dengan harga Rp. 2.000 perkilogramnya, sedangkan Grate B hanya di bandrol dengan harga Rp.1.800,00. Sementara kelapa yang dibawah ukuran rata rata akan di apkir atau dijual dengan setengah dari harga normal.

Beberapa Retailer terkadang menawarkan kelapa dengan harga tinggi dan disertai pelayanan khusus yang menarik. Hal ini dikarenakan kelapa untuk di bawa keluar daerah produksi, misal kapal dari Luar Negeri yang mencari bahan baku ke daerah Indragiri hilir. Umumnya *Specialty dan Department Store* menerapkan cara seperti ini dalam memasarkan produknya. ada juga beberapa pembeli seperti Warung/Toko santan local lebih memilih membeli produk yang sama dengan harga yang lebih murah, namun barang yang dibeli tidak ada grate tertentu atau bahasa pengepul Kelapa Ramas.

8. Konsumen (Customer)

Konsumen kelapa yang ada di Kabupaten Indragiri hilir adalah masyarakat yang pada umumnya mengkonsumsi hasil olahan kelapa, misalnya minyak kelapa, VCO, santan kelapa, kelapa parut, kelapa muda, nata de coco dan arang tmpurung kelapa. Konsumen biasanya akan membeli dari petani langsung, maupun ke warung/toko penjual hasil olahan kelapa. Pihak perusahaan adalah produsen yang melakukan aktifitas hilirisasi terhadap buah kelapa. Hasil Olahan ada yang di pasarkan di dalam daerah hingga di ekspor ke luar negeri. Konsumen luar yang aat ini menjadi langganan tetap minyak kelapa adalah pasar eropa. Sementara china dan Malaysia hanya mengambil bahan baku mentah dari para pengepul.

9. Pemilihan Mitra/Petani

Pemilihan mitra merupakan proses yang penting dalam memilih rekan untuk bekerjasama dalam suatu usaha niaga kelapa karena menentukan tingkat keberhasilan usaha yang dijalankan. Mitra yang bertanggungjawab dan memiliki

kinerja baik sangat dibutuhkan dalam mendukung rantai pasok distribusi niaga kelapa untuk mencapai tujuan yaitu kepuasan konsumen.

Kriteria pemilihan mitra yang ditetapkan petani mitra mengandalkan kepercayaan yang tumbuh terhadap usaha niaga kelapa karena saling membutuhkan, saling percaya, saling menguntungkan diantara petani mitra dan produsen Produk Olahan Kelapa (Pabrik).

Dalam memilih *retailer* sebagai mitranya Petani selalu melihat dari segi kekuatan permodalan yang ada. Kondisi harga yang tak kunjung beranjak naik saat ini, membuat petani lebih memilih pengepul yang mampu memberikan jaminan pinjaman sebelum hasil di terima. Hal inilah yang kerap membuat petani terpaksa menjual harga kelapa dengan kondisi seadanya.

10. Kesepakatan Kerjasama

Kesepakatan kerjasama merupakan kontrak yang berisi segala hal yang telah disepakati antara pihak yang bermitra baik secara formal maupun informal. Kesepakatan kerjasama dapat berfungsi dalam jangka waktu panjang untuk memberikan batasan-batasan dan tanggungjawab dari masing-masing pihak yang bermitra.

Kesepakatan yang dibuat antara petani mitra dan toke atau pengepul kemudian toke dengan pabrik tidak dilakukan secara formal dalam tulisan melainkan secara lisan dan kekeluargaan. Pengepul sering sekali melakukan pendekatan social ekonomi untuk mengikat petani agar tetap menjual hasil kebunnya ke mereka, misal dengan memberikan pinjaman dana segar, memberikan bon/hutang sembako untuk kebutuhan sehari-hari petani ataupun memberikan kredit barang. Sementara pengepul memiliki DO untuk bisa

langsung menjual kelapa ke perusahaan tempatan dengan harga jauh lebih tinggi dari mereka beli ke petani.

Hal inilah yang mengakibatkan system perdagangan kelapa yang terjadi saat ini hanya menguntungkan pedagang saja, sementara petani selaku penghasil bahan baku hanya mendapatkan sedikit hasil dari penjualan hasil pertanian mereka. Keberpihakan kepada petani kelapa saat ini memang sangat kecil, karena tidak ada sedikitpun kebijakan pemerintah yang dapat meringankan beban petani saat ini.

11. Sistem Transaksi

Sistem transaksi yang terjadi antara petani mitra dan usaha pengolahan Kelapa secara *cash and carry*. Pabrik membayar ke toke melalui pihak ketiga dengan istilah DO (delivey order) dengan harga yang lebih tinggi. Transaksi oleh *retailer* dilakukan secara *cash* dengan membayar pada saat 2-3 hari setelah surat tagihan (*invoice*) tiba pada *retailer*.

12. Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah pada sektor tata niaga kelapa belum memberikan pengaruh signifikan terhadap kenaikan harga kelapa dan kesejahteraan petani kelapa yang ada di Kabupaten Indragiri hilir, padahal telah banyak kegiatan kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah untuk mempromosikan Indragiti Hilir sebagai negeri hamparan kelapa terluas di dunia saat ini seperti dengan mengadakan Festival hamparan kelapa dunia pada tahun 2017.

Selain dengan mempromosikan negeri hamparan kelapa, pemerintah juga telah membuat Peraturan Daeran tentang Sistem Tata Niaga Kelapa dan Perda

tentang Sistem Resi Gudang Kelapa. Semua ini dimaksudkan untuk memperbaiki system perdagangan yang selama ini seolah dimonopoli oleh perusahaan tertentu yang ada di daerah ini. SRG juga diharapkan mampu memberikan keleluasaan kepada petani untuk bisa menjual kelapanya dengan harga terbaik dipasaran dengan mendapatkan uang pinjaman sementara dari Bappepti.

13. Kolaborasi Rantai Pasok

Kolaborasi rantai pasok dapat dilihat dari saling tukar informasi secara sukarela dan timbal balik antar anggota rantai pasok. Informasi dari konsumen akhir yang disampaikan kepada *retailer* atau pabrik kelapa selanjutnya disampaikan kepada petani mitra dan sebaliknya. Informasi meliputi karakteristik produk yang diinginkan konsumen akhir. Informasi mengenai kendala dalam produksi kelapa disampaikan kepada Pabrik kelapa dan selanjutnya kepada *retailer*.

Komunikasi berjalan lancar antara petani dan toke/pengepul. Selanjutnya toke/pengepul melakukan komunikasi dengan pihak perusahaan (pabrik kelapa) melalui pihak ketiga (do) dengan prinsip saling membantu dan berbagi sehingga kepercayaan dan kerjasama telah berlangsung lama. Kolaborasi yang terjadi antara *retailer* dan pabrik kelapa melalui komunikasi dan informasi yang diberikan atas keluhan dan masukan dari konsumen akhir.

5.1.2 Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok merupakan aktivitas yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan bersama yang dilakukan bekerjasama didalam rantai pasok sektor kelapa di kab. Inhil. Adapun hal-hal yang dikaji meliputi

pemilihan mitra, kesepakatan kontraktual, sistem transaksi, dukungan pemerintah dan kolaborasi rantai pasokan.

5.1.3 Sumberdaya Rantai Pasok

Sumberdaya rantai pasok sangat dibutuhkan dalam mengembangkan dan mengefisienkan kegiatan rantai pasok niaga kelapa. Sumberdaya dalam rantai pasok dapat ditinjau dari sumberdaya fisik, teknologi, sumberdaya manusia dan sumberdaya modal. Sumberdaya tersebut mampu meningkatkan kinerja rantai pasok secara keseluruhan.

1. Sumber Daya Fisik

Petani kelapa. Sumberdaya fisik yang dimiliki petani kelapa adalah lahan garapan dengan variasi kepemilikan beragam antara 2-5 ha. Petani memiliki peralatan yang digunakan dalam budidaya seperti parang, sabit, cangkul, dan tabung penyemprot hama serta infrastruktur jalan yang layak. Peralatan untuk menampung hasil panen menggunakan karung, sementara untuk kelapa jambul bisa langsung dimuat di kendaraan pengangkut seperti pompong atau mobil *pick up*.

Pabrik kelapa. Sumberdaya fisik yang dimiliki oleh usaha pengolahan kelapa seperti pabrik kelapa antara lain gudang penyimpanan yang dilengkapi dengan *dryer* pengering kopra. Alat pengolahan daging kelapa menjadi minyak kelapa, ataupun pengolahan tempurung kelapa menjadi briket. Ada beberapa perusahaan yang juga telah berhasil menciptakan produk yang telah menjangkau pasar dunia seperti Natadecoco, hydrococo.

2. SumberDaya Teknologi

Sumberdaya teknologi yang diterapkan petani petani kelapa masih sangat rendah, karena saat ini petani hanya berharap perbaikan terhadap harga jual kelapa bulat saja. Petani tidak berharap banyak dari penerapan teknologi dengan rendahnya harga kelapa saat ini. Sudah banyak upaya pemerintah memberikan pelatihan pelatihan pengolahan produk makanan atau minuman berbahan baku kelapa, namun hal tersebut tidak menjadi perhatian petani saat ini.

Sumberdaya teknologi yang diterapkan toke kelapa pun sangat minim, mereka hanya membuat gudang kelapa di pinggiran sungai dan crane pengangkat kelapa dari pompon g petani ke kapal milik toke kelapa. Sementara gudang gudang mereka tidak dilengkapi dengan peralatan pengering ataupun Dryer yang bisa mempertahankan kadar air kopra.

3. SumberDaya Manusia

Sumberdaya manusia yang bekerja sebagai petani kelapa di Indragiri hilir masih sangat rendah. Hal ini terbukti dengan banyaknya kebun kelapa masyarakat yang mengalami kerusakan danmasih rendahnya produktifitas kelapa masyarakat. Hal ini dikarenakan rendahnya pengetahuan petani terhadap pengelolaan kebun kebun yang mereka miliki. Kebiasaan melakukan penyemprotan dengan bahan kimia, membuat tanah semakin tinggi kandungan al dan Cu yang mengakibatkan pohon kelapa mereka banyak yang tumbang dan tanah semakin poros. Selain itu hama kumbang yang semakin mewabah mengakibatkan kerusakan luar biasa pada tanaman kelapa. Semua ini tentu akan sangat berpengaruh terhadap semakin menurunnya hasil panen kelapa mereka dan ditambah lagi dengan rendahnya harga kelapa saat ini membuat petani kelapa semakin terpuruk.

Sumberdaya manusia yang bekerja sebagai toke kelapa di kabupaten Indragiri hilir pada umumnya dikuasai oleh orang China berkewarganeraan Indonesia. Mereka memiliki permodalan yang cukup baik dari pada toke-toke warga tempatan. Harga beli mereka juga cenderung lebih tinggi dari pada toke tempatan yang justru sering terhutang ke petani. Toke memiliki gudang dan kendaraan pengangkut kelapa maupun kopra. Selain itu toke juga biasanya memiliki kios/toko sebagai tempat petani membeli kebutuhan harian mereka dan biasanya toke memberikan kemudahan kepada petani untuk mengambil bon/hutang berupa pupuk ataupun racun rumput untuk kebun mereka.

4. Sumber Daya Modal

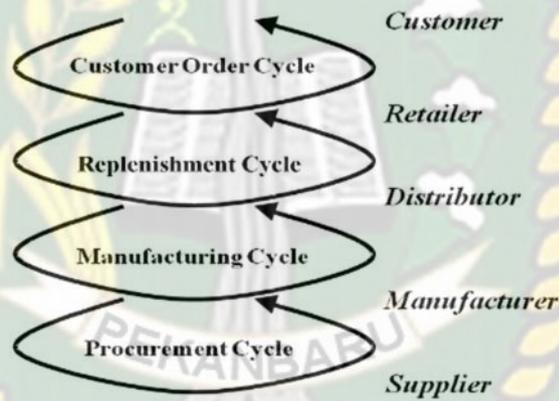
Petani kelapa pada umumnya memiliki toke tempat mereka menjual hasil panen kelapamereka. Toke Memberikan kemudahan kepada petani untuk mengambil uang muka dari hasil penjualan bahkan sebelum kelapa mereka antar ke gudang. Kebanyakan petani kelapa tidak memiliki modal kuat untuk mengolah hasil kebun kelapa mereka menjadi bahan olahan, seperti mengolah kelapa menjadi minyak, atau mengolah tempurung kelapa menjadi arang briket. Padahal seandainya hal ini bisa mereka lakukan, mungkin ketergantungan mereka kepada toke pengepul yang pada umumnya membeli dengan harga yang rendah, bisa dihindari

5.1.4 Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis rantai pasok dapat menjelaskan proses-proses yang terjadi dalam rantai pasok kelapa. Proses integrasi dapat menjadikan proses bisnis rantai pasok berjalan dengan lancar dan baik.

1. Siklus Proses Bisnis Rantai Pasok

Analisis proses bisnis rantai pasok dapat menggunakan dua pandangan yaitu *cycle view* dan *push or pull view* (Chopra dan Meindl, 2004). Pada proses bisnis rantai pasok kelapa, semua siklus terjadi yang terdiri dari *procurement cycle*, *manufacturing cycle*, *replenishment cycle* dan *customer order cycle*. Siklus *procurement* merupakan siklus pemesanan bahan baku dari anggota rantai pasok paling awal. Siklus *procurement* dilakukan produsen/ pabrik sebagai *manufacturer* dan petani sebagai *supplier*.



Gambar 6. Siklus Proses Bisnis *Cycle View* Rantai Pasok Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir

Siklus *manufacturing* merupakan siklus pengolahan bahan baku menjadi produk jadi (*finished good*) seperti CCO, Santan, dan lain-lain. Siklus *manufacturing* dilakukan usaha pengolahan kelapa sebagai *manufacturer* dan sekaligus distributor karena juga berhubungan dengan anggota rantai pasok lainnya yaitu *retailer*.

Siklus *replenishment* merupakan siklus pengisian produk kembali yang dibeli dari anggota rantai pasok sebelumnya dan *retailer* melakukan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir atau *customer*. Siklus *replenishment* dilakukan

karena adanya tambahan produk yang diminta lebih dari pesanan seharusnya oleh konsumen dan sebagai tindakan antisipasi usaha pengolahan kelapa atas permintaan yang tidak terduga. Siklus *customer order* merupakan siklus pemesanan oleh konsumen.

2. Pola Distribusi Rantai Pasok Kelapa

Pola distribusi kelapa di kabupaten Indragiri Hilir dapat menjelaskan melalui aliran produk, aliran finansial dan aliran informasi yang terjadi diantara anggota rantai pasok. Kajian pola distribusi ini dapat dilihat dari kelancaran pelaksanaan dan kendala yang dihadapi.

a. Aliran Produk

Buah kelapa merupakan produk yang dialirkan dalam rantai pasok ini. Buah kelapa merupakan akhir yang diterima konsumen dengan kualitas yang baik dan diawali oleh petani. Petani melakukan pemanenan buah kelapa segar dari lahan, dilakukan secara manual dan selanjutnya buah kelapa di kumpulkan pada satu titik untuk dikupas (sulak) untuk membersihkan sabut kelapa. Setelah itu dilakukan komunikasi kepada pembelibuah kelapa untuk transaksi dan mengangkut ke tempat produksi usaha atau pabrik/pasar.

b. Aliran Finansial

Uang pembayaran atas produk yang dijual kepada mitra dalam rantai pasok merupakan aliran finansial. Manajemen rantai pasokan mengintegritasi secara sistematis dan strategis terhadap taktik-taktik yang digunakan untuk fungsi-fungsi bisnis dalam suatu rantai pasokan yang sama dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja dari keseluruhan rantai pasokan, sehingga dapat menyertakan sifat strategis dari koordinasi antar rekan dagang dan untuk

menekankan bahwa manajemen rantai pasok memiliki sebuah tujuan untuk meningkatkan kinerja dari keseluruhan yang terlibat dari sebuah rantai pasokan. Intergrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan. Manajemen Rantai Pasokan mencakup aktivitas untuk menentukan: penyedia transportasi, transfer uang secara kredit dan tunai, para pemasok, distributor, utang dan piutang usaha, pergudangan, persaingan, pemenuhan pesanan, serta berbagi informasi pelanggan, dan produksi. Hal yang belum terlaksana sesuai dengan rantai pasokan yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir ialah belum terintegritas sebuah jaringan manajemen rantai pasokan, seperti yang ada pada teori manajemen rantai pasok.

Pentingnya mekanisme rantai pasokan pada komoditas kopra di Kabupaten Indragiri Hilir agar lebih terpolah dan terintegritas dan menjadi acuan ilmiah kedepan yang membantu rantai pasokan komoditas kopra yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir.

c. Aliran Informasi

Aliran informasi menjadi komponen yang penting dalam melancarkan proses bisnis kelapa. Subsistem informasi rantai pasok kelapa memuat informasi umum berupa mekanisme dan proses bisnis yang terjadi pada rantai pasok kelapa. Mekanisme rantai pasok yang dijelaskan meliputi struktur rantai pasok, aktor yang terlibat, aliran produk, dan proses bisnis yang terjadi dalam rantai pasok Kelapa. Halaman proses bisnis menampilkan *push/pull view* rantai pasok yang telah diidentifikasi

3. Kinerja Rantai Pasok

Kinerja rantai pasok merupakan hasil dari usaha yang dilakukan setiap anggota rantai pasok untuk memenuhi tujuan akhir rantai pasok yaitu kepuasan konsumen akhir. Setiap anggota rantai pasok memberikan kontribusi untuk menghasilkan kinerja terbaik agar dapat bersaing dengan rantai pasok keripik yang lainnya. Kinerja rantai pasok usaha pengolahan Kelapa dapat diukur melalui efisiensi pemasaran seperti margin pemasaran, dan *farmer share* serta melalui efisiensi pengelolaan asset seperti *inventory turnover*, *inventory days of supply* dan *cash to cash cycle time*.

5.1.5 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran Kelapa diukur melalui kegiatan pemasaran yang dilakukan setiap anggota rantai pasok dan optimalisasi penggunaan sumberdaya dalam rantai pasok. Efisiensi pemasaran Kelapa mencerminkan penyebaran keuntungan dan manfaat yang diperoleh masing-masing anggota rantai pasok. Pada kenyataannya, anggota dalam rantai pasok hanya memberikan keuntungan kepada pihak pihak tertentu saja dan cenderung menyudutkan petani. Sehingga Perlu adanya analisis dan pengujian bagaimana semua elemen yang ada dalam rantai pasok perdagangan kelapa ini bisa bersinergi dan saling memberikan keuntungannya.

5.2 Analisis Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan bagian dari komponen dalam membentuk nilai produk. Terdapat dua konsep nilai tambah yang digunakan dalam menganalisis beberapa kasus yaitu nilai tambah produk akibat pengolahan dan nilai tambah perolehan pelaku usaha. Nilai produk merupakan nilai yang dimiliki sebuah produk dan terdiri dari nilai tambah pengolahan produk, nilai bahan baku, nilai input lainnya,

sedangkan nilai tambah perolehan pelaku usaha merupakan nilai tambah yang diperoleh dan diciptakan pelaku usaha atas usahanya dalam mengatur pemakaian input dan menghasilkan output. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai tambah perolehan pelaku usaha karena terjadi transaksi buah kelapa dari petani – pengepul-toke-perusahaan/pabrik pengolah kelapa.

Analisis nilai tambah dari usaha kelapa ini dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai tambah yang akibat dari transaksi kelapa dari petani hingga pabrik kelapa. Analisis nilai tambah meliputi nilai tambah brutto dan nilai tambah netto.

5.2.1 Analisis Nilai Tambah Hayami

Perhitungan nilai tambah yang dilakukan dalam penelitian ini terhadap petani dan pengolah kopra dengan tujuan untuk mengukur besarnya nilai tambah yang terjadi akibat adanya proses pengolahan kopra. Berikut ini ditampilkan tabel perhitungan nilai tambah dengan menggunakan Metode Hayami.

No	Variabel	Nilai
I. Output Input dan Harga		
1	Output (Kg)	800 Kg
2	Input (Kg)	1600 Kg
3	Tenaga Kerja (HOK)	3 HOK
4	Faktor Konversi (4) = (1)/(2)	$800/1600=0,5$
5	Koefisien Tenaga Kerja (HOK/Kg) (5) = (3)/(2)	$3/1600 = 0,002 \text{ HOK/Kg}$
6	Harga output (Rp/Kg) (6)	Rp. 3500/Kg
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK) (7)	Rp. 75.000/HOK
II. Pendapatan dan Keuntungan		
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg) (8)	Rp. 1200/ Kg
9	Sumbangan Input lain (9)	0
10	Nilai Output(Rp/Kg) (10) = (4) x (6)	$0,5 \times 3.500 = 1.750/\text{Kg}$
11	a.Nilai tambah (Rp/Kg) (11a) = (10) – (8) – (9)	$1.750-1.200-0= 550/\text{Kg}$
	B.Rasio Nilai Tambah (%) (11b)= (11a)/(10)x100%	$550/1.750 \times 100\%=0.31 \%$
12	a.Pendapatan Tenaga Kerja langsung (Rp/Kg) (12a) = (5) x(7)	$0.002 \times 75.000=150 \text{ Rp/Kg}$
	B.Pangsa Tenaga Kerja (%) (12b) =	$150/550 \times 100\%=0,27 \%$

	$(12a)/(11a) \times 100\%$	
13	a.Keuntungan (Rp/Kg) (13a) = (11a)-(12a)	$550-150 = \text{Rp. } 350$
	B.Tingkat Keuntungan (%) (13b) = $(13a)/(11a) \times 100\%$	$350/550 \times 100 \% = 0.63 \%$

Dari hasil rangkuman nilai tambah pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai tambah yang diperoleh petani kelapa adalah sebesar Rp. 350 /kg dan rasio nilai tambah yang diperoleh sebesar 0.31 %.. Rasio nilai tambah > 50% dikatakan tinggi berarti pengolahan kelapa kupas memiliki nilai tambah yang tinggi. Keuntungan yang diperoleh dari pengolahan kelapa kupas yang dilakukan petani adalah sebesar Rp. 350/kg dan rasio keuntungan yang diperoleh sebesar 63 %. Berarti, bila nilai tambah sebesar 1 satuan maka keuntungan yang diperoleh sebesar 0,63 satuan. Tingkat keuntungan dikatakan sangat untung apabila > 50%, berarti petani telah mendapatkan keuntungan yang besar. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan kelapa kupas menjadi kopra adalah sebesar Rp. 550/kg dan rasio nilai tambah yang diperoleh sebesar 31 %. Berarti, bila nilai produk sebesar 1 satuan maka nilai tambah yang diperoleh sebesar 0,31 satuan. Rasio nilai tambah < 50% dikatakan rendah berarti pengolahan kelapa kupas menjadi kopra memiliki nilai tambah yang rendah. Keuntungan yang diperoleh dari pengolahan kelapa kupas menjadi kopra adalah sebesar Rp.

Keuntungan yang diperoleh dari pengolahan kelapa kupas adalah sebesar Rp. 550/kg dan rasio keuntungan yang diperoleh sebesar 63 %. Artinya dengan analisa Hayami terhadap perdagangan kelapa menjadi kopra masih memiliki Nilai tambah yang cukup besar dibandingkan apabila kita langsung melakukan penjualan kelapa bulat tanpa diolah menjadi kopra.

5.2.2. Analisis Nilai Tambah Brutto (NTB)

Nilai tambah brutto merupakan salah satu parameter ekonomi yang menggambarkan selisih antara nilai penjualan (output) dan biaya antara (biaya yang habis pakai selama proses produksi) dari suatu produk baik barang maupun jasa. Nilai tambah brutto adalah total dari pendapatan, keuntungan dan pajak tidak langsung. Nilai tambah brutto usaha kelapa dapat dilihat pada tabel 23.

Tabel 10. Perhitungan Rata-rata Nilai Tambah Brutto (NTB) Usaha Kelapa Per Kilogram.

No	Keterangan	Harga (Rp)
1	Nilai produk akhir (Jual Ke Pabrik)	1.200
	Biaya pembelian kelapa	800,00
	Biaya tenaga kerja	100,00
	Biaya Transportasi	150,00
	Nilai tambah brutto (jual ke pabrik)	150,00
2	Nilai produk akhir (eceran)	1.500
	Biaya pembelian kelapa	800,00
	Biaya Tenaga kerja	100,00
	Nilai tambah brutto (eceran)	600,00

Tabel 23 menunjukkan bahwa nilai tambah brutto pada nilai produk akhir eceran lebih besar yaitu Rp. 600 per kilogram dari pada penjualan akhir ke pabrik (Rp. 150). Hanya saja dalam pelaksanaan penjualannya, banyak hal teknis yang menjadi kendala bagi petani kelapa, misal masih sedikitnya pedagang kelapa yang memiliki akses permodalan yang baik, sehingga cenderung berhutang dahulu dengan petani, yang pada umumnya petani sangat membutuhkan pembayaran tunai untuk mencukupi kebutuhan sehari-harinya. Namun saat ini sebagian petani sudah mulai cerdas dalam

menentukan sikap untuk memasarkan hasil kebunnya. Tinggal kepada para pengusaha bagaimana merebut kepercayaan petani dalam niaga kelapanya.

5.2.3 Analisis Nilai Tambah Netto (NTN)

Nilai tambah netto merupakan harga pasar yang dihitung dari nilai tambah brutto atas harga pasar dikurangi pajak tidak langsung dalam penyusutan. Perhitungan nilai tambah brutto usaha kelapa yang dijual langsung ke pabrik dan dijual secara eceran dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 11. Perhitungan Rata-rata Nilai Tambah Netto (NTN) Usaha Kelapa Dijual Langsung ke Pabrik dan Eceran Per kilogram.

No.	Keterangan	Harga (Rp)
1	Nilai tambah brutto (Jual ke pabrik)	159,00
	Rata-rata biaya penyusutan	9,00
	Nilai tambah netto (jual kepabrik)	150,00
2	Nilai tambah brutto (eceran)	600,00
	Rata-rata biaya penyusutan	0,00
	Nilai tambah netto (eceran)	600,00

Berdasarkan Tabel 24, Nilai Tambah Netto tampak sangat besar pada perniagaan kelapa ke pabrik, karena pada umumnya perusahaan tidak mau dirugikan dalam niaga kelapa ini. Kelapa yang masuk di perusahaan akan digreat/diklasifikasikan kembali. Kelapa-kelapa pecah dan tak sesuai ukuran akan diapkir dan tidak dihitung pembayarannya. Hal ini menuntut para toke maupun pengepul untuk lebih jeli dalam membeli hasil kelapa dari petani.

5.3 Strategi Pengembangan Usaha perdagangan Kelapa

Dalam menyusun strategy formulasi pengembangan usaha perdagangan kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir, terlebih dahulu harus dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal pada sektor perkebunan kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir.

Penyusunan faktor internal dan eksternal dilakukan berdasarkan dokumen-dokumen, kajian literatur, berita-berita yang dimuat di media lokal/nasional, survey pendahuluan di lingkungan Kabupaten Indragiri Hilir, serta wawancara dan diskusi yang dilakukan kepada petani, pemerintah, dan akademisi di Kabupaten Indragiri Hilir.

5.3.1 Analisis Lingkungan Internal Usaha

Faktor lingkungan internal terdiri dari faktor-faktor kekuatan dan kelemahan. Faktor kekuatan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kordinasi dalam organisasi usaha sederhana

Organisasi usaha perdagangan kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir memiliki struktur sederhana yang terdiri dari pengusaha dan tenaga kerja (karyawan). Pengusaha menjalankan usaha niaga kelapa secara langsung mengawasi kegiatan administrasi, keuangan dan pemasaran.

2. Komunikasi dalam organisasi usaha

Pengusaha/pedagang kelapa menjalankan aktifitas secara bersama-sama dilokasi usaha sehingga komunikasi secara langsung dilakukan dengan tenaga kerja dan menggunakan sarana telekomunikasi dengan pihak petani.

3. Mutu produk yang dihasilkan terpantau secara langsung

Mutu kelapa yang dihasilkan secara rutin dipantau oleh pemilik usaha dan tenaga kerja tetap berdasarkan pengalaman dan tingkat kesukaan konsumen akhir atau kebutuhan *retailer*.

4. Informasi lokasi usaha kepada petani

Lokasi usaha kelapa berlokasi didaerah perkebunan kelapa sehingga lebih mudah terinformasi melalui para petani maupun pengepul.

5. Modal diperoleh secara swadaya

6. Bahan baku mudah diperoleh.
7. Lokasi usaha mudah diakses
8. Pengalaman usaha cukup lama
9. Peralatan yang digunakan tidak memerlukan keahlian khusus
10. Tenaga kerja dengan upah terjangkau (murah)

Sedangkan faktor kelemahan usaha perdagangan kelapa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Rendahnya kegiatan evaluasi kegiatan produksi
2. Sistem pencatatan modal, biaya dan pendapatan dilakukan secara sederhana tanpa menggunakan sistem akuntansi.
3. Teknologi produksi sederhana
4. Kurang kegiatan promosi melalui iklan media massa
5. Inovasi dan ekspansi usaha rendah
6. Bentuk usaha keluarga
7. Saluran distribusi produk terbatas.

Berdasarkan faktor-faktor internal kekuatan dan kelemahan, dapat disusun matrik evaluasi IFE (*Interval Factors Evaluation*). Masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan diberikan bobot dan peringkat. Matrik IFE kekuatan dan kelemahan dari usaha pengolahan Kelapa dapat dilihat pada tabel 27.

Tabel 12. Matrik IFE Kekuatan dan Kelemahan Usaha Perdagangan Kelapa

No.	Faktor Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Nilai (c = a x b)
A	Kekuatan			
1	Koordinasi tugas pengolahan efisien karena dikelola langsung oleh pemilik usaha	0.07383	3.8	0.2805536
2	Komunikasi yang baik antara pemilik usaha dan tenaga kerja	0.050964	3	0.152892
3	Mutu kelapa yang dihasilkan terpantau langsung pemilik usaha dan tenaga kerja	0.067364	3.2	0.2155634
4	Informasi lokasi usaha mudah terinformasi kepada pembeli maupun penjual	0.075132	3.2	0.2404233
5	Modal usaha sendiri	0.036697	3.2	0.1174313
6	Bahan baku mudah diperoleh	0.080736	3.6	0.2906506
7	Lokasi usaha mudah diakses	0.074694	3.2	0.23902
8	Pengalaman usaha cukup lama	0.039715	2.8	0.1112023
9	Peralatan usaha mudah digunakan tidak memerlukan keahlian khusus	0.063045	3.2	0.201745
10	Tenaga kerja dengan upah murah	0.049223	2	0.0984459
	Jumlah (A)			
B	Kelemahan			
1	Evaluasi kegiatan produksi	0.067799	1.4	0.0949179
2	Sistem pembukuan usaha sederhana	0.062594	1.6	0.1001501
3	Teknologi pengolahan Kelapasederhana secara manual	0.059164	1.8	0.1064948
4	Rendahnya promosi melalui iklan secara khusus melalui media massa	0.054838	1.8	0.0987085
5	Inovasi dan ekspansi usaha rendah	0.047045	1.4	0.0658634
6	Bentuk usaha keluarga dengan manajemen sederhana	0.034546	1.2	0.041455
7	Saluran distribusi produk terbatas	0.062614	2	0.1252286
	Jumlah (B)			
	Total (A+B)	1		2.58074569

Sumber Data: Data Diolah Sendiri

5.3.2 Analisis Lingkungan Eksternal Usaha

Faktor lingkungan eksternal usaha perdagangan kelapa terdiri dari faktor-faktor peluang dan ancaman. Faktor peluang dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kondisi perekonomian membaik
2. Program Bupati terhadap kelapa
3. Tersedianya dana usaha ekonomi kerakyatan simpan pinjam (UEK-SP), Dana KUR,
4. Pangsa pasar Domestik dan international (UU tentang ekspor kelapa)
5. Kelapa dari Inhil dinal dengan lahan terluar sedunia (hari kelapa International)
6. Bahan baku tersedia
7. Kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi

Faktor ancaman yang teridentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Harga kelapa yang masih relatif murah
- 2 Masuknya pelaku usaha skala menengah
- 3 Kemampuan terbatas dalam mengadopsi system perdagangan
- 4 Tersedianya usaha simpan pinjam keliling dengan bunga tinggi

Berdasarkan faktor-faktor eksternal peluang dan ancaman, dapat disusun matrik evaluasi EFE (*External Factors Evaluation*). Masing-masing faktor peluang dan ancaman diberikan bobot dan peringkat. Matrik IFE peluang dan ancaman dari usaha perdagangan kelapa dapat dilihat pada Tabel 27.

Berdasarkan perhitungan faktor-faktor internal usaha perdagangan kelapa menggunakan matrik EFE, penelitian menunjukkan bahwa nilai skor terendah faktor peluang sebesar 0.034546 dengan rating 1,2 dimana Bentuk usaha keluarga dengan manajemen sederhana

Tabel 13. Matrik EFE Peluang dan Ancaman Usaha Perdagangan Kelapa

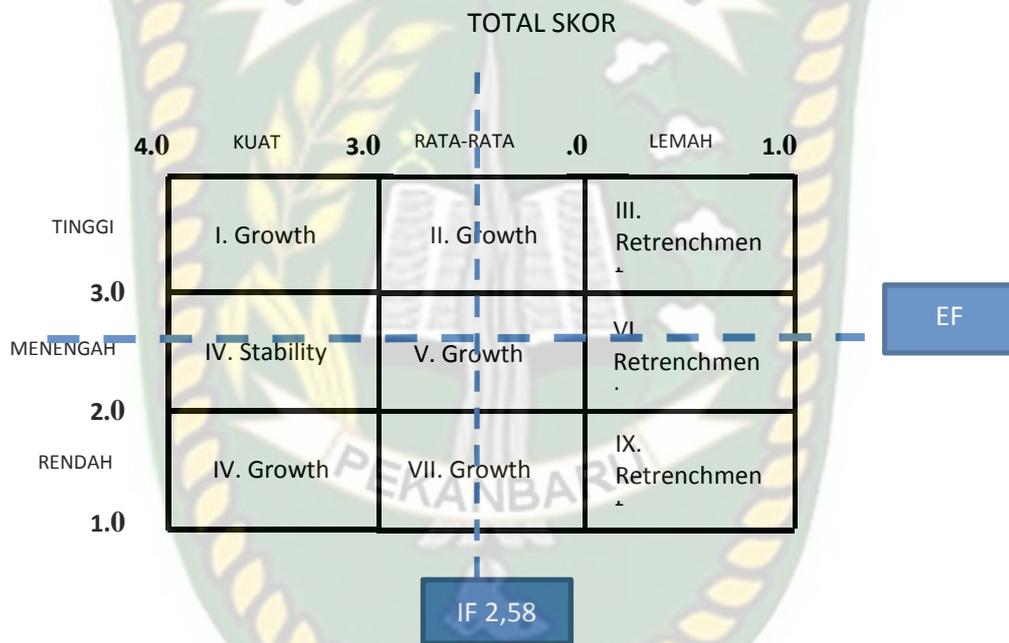
No.	Faktor Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Nilai (c = a x b)
C	Peluang			
1	Kondisi perekonomian membaik	0.088232	3.6	0.31763397
2	Program Bupati terhadap kelapa	0.092288	3.4	0.31378014
3	Tersedianya dana usaha ekonomi kerakyatan simpan pinjam (UEK-SP), Dana KUR,	0.098411	3.2	0.31491602
4	Pangsa pasar Domestik dan international (uu ttg ttg ekspor kelapa)	0.105504	4,0	0.42201426
5	Inhil dikenal dengan hamparan kelapadunia	0.066929	1.2	0.08031485
6	Bahan baku tersedia	0.149114	3.6	0.53681126
7	Kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi	0.138935	2.8	0.38901699
	Jumlah (C)			
B	Ancaman			
1	Harga kelapa yang masih relatif murah	0.097360	2.8	0.27260835
2	Masuknya pelaku usaha skala menengah	0.051734	1.2	0.06208044
3	Kemampuan terbatas dalam mengadopsi system perdagangan	0.057780	1.6	0.09244793
4	Tersedianya usaha simpan pinjam keliling dengan bunga tinggi	0.053714	1,0	0.05371355
	Jumlah (D)			
	Total (C+D)	1,0		2,85

5.3.3 Perumusan Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matrik IFE dan EFE maka selanjutnya dapat disusun matrik IE (*Internal Evaluation*) yang menunjukkan posisi usaha perdagangan kelapa. Pada matrik I-E, total nilai IFE bobot 2,58 dalam posisi internal

sedang (skala 2,0-2,99). Total nilai EFE bobot 3,05 dalam posisi eksternal tinggi (skala 3,0-4,0).

Pada Gambar 6 menunjukkan bahwa posisi usaha perdagangan kelapa di kabupaten Indragiri hilir berada pada posisi divisi sel V yaitu pertumbuhan. Strategi yang sesuai dengan kondisi usaha perdagangan kelapa dikabupaten Indragiri hilir adalah strategi intensif yang meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.



Gambar 10. Matrik IE (*Internal External*) dalam perumusan strategi pengembangan perdagangan kelapa di kabupaten Indragiri hilir.

Analisis SWOT merupakan proses mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis SWOT secara sistematis mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal serta menggambarkan kesesuaian yang paling baik. Analisis ini didasarkan bahwa suatu yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Analisis SWOT yang akurat memiliki pengaruh yang besar terhadap keberhasilan strategi yang dirancang.

Skema matrik SWOT yang dapat dilihat pada tabel 29 terdiri dari Sembilan sel yang terdiri dari empat sel faktor utama, empat sel strategi dan satu sel tetap dibiarkan kosong. Empat sel strategi merupakan hasil pengembangan dari penyelesaian empat faktor utama.

Tabel 14 . Perumusan strategi menggunakan analisis SWOT

	KEKUATAN	KELEMAHAN
INTERNAL FAKTOR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi tugas pengolahan efisien karena dikelola langsung oleh pemilik usaha 2. Komunikasi yang baik antara pemilik usaha dan tenaga kerja 3. Mutu kelapa yang dihasilkan terpantau langsung pemilik usaha dan tenaga kerja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluasi kegiatan produksi 2. Sistem pembukuan usaha sederhana 3. Teknologi sederhana secara manual 4. Rendahnya promosi melalui iklan secara khusus melalui media massa
EKSTERNAL FAKTOR	<ol style="list-style-type: none"> 4. Informasi lokasi usaha mudah terinformasi kepada pembeli maupun penjual 5. Modal usaha sendiri 6. Bahan baku mudah diperoleh 7. Lokasi usaha mudah diakses 8. Pengalaman usaha cukup lama 9. Peralatan usahamudah digunakan tidak memerlukan keahlian khusus 10. Tenaga kerja dengan upah murah 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Inovasi dan ekspansi usaha rendah 6. Bentuk usaha keluarga dengan manajemen sederhana 7. Saluran distribusi produk terbatas
Peluang	KEKUATAN-PELUANG	KELEMAHAN-PELUANG
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi perekonomian membaik 2. Program Bupati terhadap kelapa 3. Tersedianya dana usaha ekonomi kerakyatan simpan pinjam (UEK-SP), Dana KUR, 4. Pangsa pasar Domestikdan international (uu ttg ttg ekspor kelapa) 5. Inhil dikenal dengan hamparan kelapadunia 6. Bahan baku tersedia 7. Kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Meningkatkan mutu buah kelapa jambul sesuai keinginan pembeli 2.Meningkatkan frekuensi transaksi 3.Peningkatan kesejahteraan tenaga kerja 4. Meningkatkan sumberdaya keuangan melalui program pemerintah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kapasitas pemilik usaha dan tenaga kerja melalui serangkaian pelatihan dan pembinaan dari pemerintah 2. Melakukan perluasan melalui kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi 3.Meningkatkan motivasi kordinasi dengan tenaga kerja 4.Strukturisasi usaha dengan memiliki badan hukum.

Ancaman	KEKUATAN-ANCAMAN	KELEMAHAN-ANCAMAN
1. Harga kelapa yang masih relatif murah 2. Masuknya pelaku usaha skala menengah 3. Kemampuan terbatas dalam mengadopsi system perdagangan 4. Tersedianya usaha simpan pinjam keliling dengan bunga tinggi	1. Meningkatkan promosi pembelian/penjualan kelapa 2. Meningkatkan penggunaan teknologi secara bertahap.	1. Melakukan inovasi usaha perdagangan kelapa.

Perumusan strategi yang dihasilkan berupa kombinasi kekuatan-peluang (*strength-opportunities*), kekuatan-ancaman (*strength-threats*), kelemahan-peluang (*weakness-opportunities*) dan kelemahan-ancaman (*weakness-threats*).

5.3.3.1 Strategi kekuatan-peluang (*Strenghts-Opportunities*)

Strategi S-O (strategi agresif) dalam kondisi pelaku usaha perlu melakukan pengembangan bisnis yang agresif. Pelaku usaha memanfaatkan kekuatan yang substansial untuk menciptakan usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada. Strategi S-O pada usaha perdagangan kelapa adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan mutu buah kelapa jambul sesuai keinginan pembeli
2. Meningkatkan frekuensi transaksi
3. Peningkatan kesejahteraan tenaga kerja
4. Meningkatkan sumberdaya keuangan melalui program pemerintah.

5.3.3.2 Strategi kekuatan-ancaman (*Strenghts-Threats*)

Strategi S-T (strategi diversifikasi) dalam kondisi pelaku usaha perlu melakukan diversifikasi produk atau usaha melalui pengembangan produk-produk unggul. Strategi S-T pada usaha perdagangan kelapa adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan promosi pembelian/penjualan kelapa
2. Meningkatkan penggunaan teknologi pengolahan secara bertahap.

5.3.3.3 Strategi kelemahan-peluang (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi W-O (strategi balik arah) dalam kondisi pelaku usaha perlu melakukan analisis terhadap kelemahan sehingga mampu menghilangkan kelemahan utama. Strategi W-O pada usaha perdagangan kelapa adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan kapasitas pemilik usaha dan tenaga kerja melalui serangkaian pelatihan dan pembinaan dari pemerintah
2. Melakukan perluasan melalui kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi
3. Meningkatkan motivasi kordinasi dengan tenaga kerja
4. Strukturisasi usaha dengan memiliki badan hukum.

5.3.3.4 Strategi kelemahan-ancaman (*Weaknesses-Threats*)

Strategi W-T (strategi bertahan) dalam kondisi perlu menganalisis terhadap kelemahan utama sekaligus menghindari ancaman. Strategi W-T pada usaha perdagangan kelapa adalah sebagai berikut:

1. Melakukan inovasi Usaha Perdagangan kelapa.

5.3.4 Pemilihan Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan perumusan strategi dengan alternatif-alternatif yang tersedia dari matrik SWOT, selanjutnya dilakukan pemilihan strategi pengembangan usaha perdagangan kelapa melalui penyederhanaan dari strategi terpilih dan dapat diterapkan oleh pemilik usaha perdagangan kelapa di kabupaten Indragiri hilir.

Tabel 15. Matrik QSPM Usaha Perdagangan Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir

Faktor	Bobot	Strategi I		Strategi II		Strategi III		Strategi IV		Strategi V		Strategi VI	
	(a)	AS (b)	TAS (axb)	AS (b)	TAS (axb)	AS (b)	TAS (axb)	AS (b)	TAS (axb)	AS (b)	TAS (axb)	AS (b)	TAS (axb)
Kekuatan (A)													
1	0.0738299	3.2	0.2362556	3.2	0.2362556	3.8	0.2805536	1.6	0.1181278	3.6	0.2657876	1.2	0.0885959
2	0.050964	2.2	0.1121208	3.6	0.1834704	3.8	0.1936632	1.2	0.0611568	3.8	0.1936632	1	0.050964
3	0.0673635	3.6	0.2425088	3.4	0.2290361	1.8	0.1212544	1.6	0.1077817	3.4	0.2290361	1	0.0673635
4	0.0751323	2.8	0.2103704	2.8	0.2103704	1.2	0.0901587	1.4	0.1051852	1.2	0.0901587	3	0.2253969
5	0.0366973	1.4	0.0513762	1.2	0.0440367	1.4	0.0513762	3.8	0.1394497	1.8	0.0660551	1.2	0.0440367
6	0.0807363	3.2	0.258356	1.4	0.1130308	1.2	0.0968835	1.2	0.0968835	1.2	0.0968835	1	0.0807363
7	0.0746938	1.4	0.1045713	1.2	0.0896325	1.6	0.11951	1.2	0.0896325	1.4	0.1045713	2	0.1493875
8	0.0397151	1.4	0.0556011	1.4	0.0556011	1.4	0.0556011	1.2	0.0476581	1.2	0.0476581	1.2	0.0476581
9	0.0630453	2.5	0.1576133	1.4	0.0882635	1.2	0.0756544	1.2	0.0756544	1.8	0.1134816	1.2	0.0756544
10	0.0492229	1.8	0.0886013	1	0.0492229	1.8	0.0886013	1.2	0.0590675	2.8	0.1378242	1.2	0.0590675
Jumlah A			1.517375		1.29892		1.173256		0.900597		1.345119		0.888861
Kelemahan (B)													
1	0.0677985	3.6	0.2440747	2	0.1355971	3	0.2033956	2.8	0.1898359	2.8	0.1898359	1	0.0677985
2	0.0625938	1.4	0.0876314	1	0.0625938	1.2	0.0751126	2.8	0.1752628	3.8	0.2378566	1.2	0.0751126
3	0.0591638	2	0.1183276	1.4	0.0828293	1.2	0.0709965	1.4	0.0828293	1.8	0.1064948	1	0.0591638
4	0.0548381	1.4	0.0767733	3.2	0.1754818	2.2	0.1206437	1.2	0.0658057	2.6	0.1425789	2.8	0.1535466
5	0.0470453	3	0.1411359	3	0.1411359	2.8	0.1317269	2	0.0940906	2.8	0.1317269	3	0.1411359
6	0.0345458	1.4	0.0483641	1.2	0.041455	1.2	0.041455	2.8	0.0967283	2.2	0.0760008	1.2	0.041455
7	0.0626143	1	0.0626143	1.4	0.08766	1.2	0.0751371	1.2	0.0751371	2	0.1252286	2	0.1252286
Jumlah B			0.778921		0.726753		0.718467		0.77969		1.009722		0.663441
Peluang (C)													
1	0.0882317	2	0.1764633	4	0.3529266	3	0.264695	3	0.264695	2	0.1764633	3	0.264695
2	0.0922883	1.4	0.1292036	3.8	0.3506954	1.8	0.1661189	3.6	0.3322378	4	0.3691531	3.2	0.2953225
3	0.0984113	1.2	0.1180935	2.8	0.2755515	3.2	0.314916	3.8	0.3739628	3	0.2952338	3	0.2952338
4	0.1055036	1.8	0.1899064	1.8	0.1899064	2.8	0.29541	1.2	0.1266043	3	0.3165107	2	0.2110071
5	0.066929	3.2	0.2141729	1.8	0.1204723	1.2	0.0803148	1.8	0.1204723	2.2	0.1472439	1.4	0.0937007
6	0.1491142	3	0.4473427	3.8	0.5666341	1.2	0.1789371	1.8	0.2684056	2.8	0.4175199	2	0.2982285
7	0.1389346	1.6	0.2222954	4	0.5557386	1	0.1389346	1	0.1389346	1.8	0.2500824	3.6	0.5001647
Jumlah C			1.497478		2.411925		1.439326		1.625312		1.972207		1.958352
Ancaman (D)													
1	0.0973601	3.4	0.3310244	2.8	0.2726083	2.8	0.2726083	2.2	0.2141923	3	0.2920804	1.2	0.1168321
2	0.0517337	3.6	0.1862413	1.6	0.0827739	1.2	0.0620804	2.8	0.1448544	2	0.1034674	1.2	0.0620804
3	0.05778	2.6	0.1502279	1.4	0.0808919	1.2	0.0693359	1.2	0.0693359	3	0.1733399	2.8	0.1617839
4	0.0537135	1	0.0537135	1.2	0.0644563	1	0.0537135	1	0.0537135	1	0.0537135	1.2	0.0644563
Jumlah D			0.721207		0.50073		0.457738		0.482096		0.622601		0.405153
Total A + B + C + D			4.514981		4.938328		3.788789		3.787695		4.94965		3.915807

Faktor	Bobot (a)	Strategi VI		Strategi VII		Strategi VIII		Strategi IX		Strategi X		Strategi XI	
		AS (b)	TAS (axb)	AS (b)	TAS (axb)	AS (b)	TAS (axb)	AS (b)	TAS (axb)	AS (b)	TAS (axb)	AS (b)	TAS (axb)
Kekuatan (A)													
1	0.0738299	1.2	0.0885959	2.2	0.1624257	3.4	0.2510216	3.2	0.2362556	3	0.2657876	2.8	0.2067237
2	0.050964	1	0.050964	3.8	0.1936632	1.2	0.0611568	1.2	0.0611568	1.4	0.0713496	2.2	0.1121208
3	0.0673635	1	0.0673635	3	0.2020906	1.2	0.0808363	3.8	0.2559815	2.8	0.1886179	1.8	0.1212544
4	0.0751323	3	0.2253969	1.2	0.0901587	1.6	0.1202117	2.8	0.2103704	2.6	0.5860318	1.8	0.1352381
5	0.0366973	1.2	0.0440367	1.4	0.0513762	1.2	0.0440367	1.8	0.0660551	1	0.0440367	1.8	0.0660551
6	0.0807363	1	0.0807363	1.2	0.0968835	1.6	0.129178	2.8	0.2260615	1.4	0.1130308	1.8	0.1453253
7	0.0746938	2	0.1493875	1.2	0.0896325	1.6	0.11951	2.8	0.2091425	2	0.298775	1.6	0.11951
8	0.0397151	1.2	0.0476581	1.6	0.0635442	1.4	0.0556011	2.2	0.0873732	1.2	0.0571898	2.2	0.0873732
9	0.0630453	1.2	0.0756544	2.8	0.1765269	1.2	0.0756544	1.8	0.1134816	2	0.1513088	1.8	0.1134816
10	0.0492229	1.2	0.0590675	3.8	0.1870471	1	0.0492229	1.2	0.0590675	2	0.118135	1.8	0.0886013
Jumlah A			0.888861		1.313349		0.98643		1.524946		1.894263		1.195683
Kelemahan (B)													
1	0.0677985	1	0.0677985	2	0.1355971	3	0.2033956	1.8	0.1220373	2.2	0.1491568	1.8	0.1220373
2	0.0625938	1.2	0.0751126	2	0.1251877	2.6	0.162744	1.8	0.1126689	2	0.1251877	1.8	0.1126689
3	0.0591638	1	0.0591638	1.2	0.0709965	2	0.1183276	1.8	0.1064948	2.6	0.1538258	1.8	0.1064948
4	0.0548381	2.8	0.1535466	2.2	0.1206437	1.8	0.0987085	3.6	0.197417	2.8	0.1535466	2.6	0.1425789
5	0.0470453	3	0.1411359	3	0.1411359	6.2	0.2916809	2.8	0.1317269	1.8	0.0846816	2.8	0.1317269
6	0.0345458	1.2	0.041455	1.2	0.041455	2.6	0.0898191	2	0.0690916	2	0.0690916	2.8	0.0967283
7	0.0626143	2	0.1252286	1	0.0626143	2	0.1252286	2.8	0.17532	1	0.0626143	1.2	0.0751371
Jumlah B			0.663441		0.69763		1.089904		0.914757		0.798104		0.787372
Peluang (C)													
1	0.0882317	3	0.264695	2	0.1764633	1.6	0.1411707	2.8	0.2470486	1.8	0.158817	2.8	0.2470486
2	0.0922883	3.2	0.2953225	1.2	0.1107459	1.2	0.1107459	3	0.2768648	2.2	0.2030342	3.2	0.2953225
3	0.0984113	3	0.2952338	1.4	0.1377758	3	0.2952338	1.8	0.1771403	1.8	0.1771403	3.6	0.3542805
4	0.1055036	2	0.2110071	1	0.1055036	1.2	0.1266043	3.8	0.4009135	1.8	0.1899064	3.8	0.4009135
5	0.066929	1.4	0.0937007	1.4	0.0937007	1.6	0.1070865	4	0.2677162	1.8	0.1204723	2.8	0.1874013
6	0.1491142	2	0.2982285	1.6	0.2385828	1.4	0.2087599	2.8	0.4175199	1.8	0.2684056	2.8	0.4175199
7	0.1389346	3.6	0.5001647	1	0.1389346	1.2	0.1667216	3	0.4168039	2.2	0.3056562	2.8	0.389017
Jumlah C			1.958352		1.001707		1.156323		2.204007		1.423432		2.291503
Ancaman (D)													
1	0.0973601	1.2	0.1168321	2	0.1947202	1	0.0973601	2.8	0.2726083	1.8	0.1752482	3.8	0.3699685
2	0.0517337	1.2	0.0620804	3	0.1552011	2	0.1034674	1.8	0.0931207	1.8	0.0931207	2.8	0.1448544
3	0.05778	2.8	0.1617839	2	0.1155599	1.2	0.0693359	1.8	0.1040039	1.8	0.1040039	3.2	0.1848959
4	0.0537135	1.2	0.0644563	1	0.0537135	1	0.0537135	1	0.0537135	1.8	0.0966844	1	0.0537135
Jumlah D			0.405153		0.519195		0.323877		0.523446		0.469057		0.753432
Total A + B + C + D			3.915807		3.53188		3.556533		5.167156		4.584857		5.027991

Pemilihan strategi yang dipilih menghasilkan empat strategi utama yaitu:

1. Meningkatkan promosi pembelian/penjualan kelapa
2. Melakukan inovasi usaha perdagangan kelapa
3. Peningkatan kapasitas pemilik usaha dan tenaga kerja melalui serangkaian pelatihan dan pembinaan dari pemerintah
4. Meningkatkan frekuensi transaksi

Analisis Pemilihan Strategi Menggunakan Matrik Qspm. Berdasarkan Tabel 30, Strategi 1 memperoleh nilai *Total Attractiveness Score* (Tas) tertinggi sebesar 5.167156, sedangkan strategi 2 memperoleh nilai *Total Attractiveness Score* (Tas) sebesar 5.027991, strategi 3 memperoleh nilai *Total Attractiveness Score* (Tas) sebesar 4.94965, strategi 4 memperoleh nilai *Total Attractiveness Score* (Tas) sebesar 4.93832.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian tentang Analisis Rantai pasok dan Nilai Tambah dalam menentukan strategi pengembangan perdagangan kelapa ini adalah:

1. Rantai pasokan yang ada di hampir semua desa sentra produksi kelapa di

Kabupaten Indragiri Hilir adalah dimulai dari petani, ke pedagang pengumpul yang kemudian di jual dalam bentuk DO oleh Pengepul ke industri pengolahan kopra lalu ke distributor dan setelah itu ke konsumen. Rantai pasok yang terlalu panjang membuat harga kelapa ditingkat petani semakin rendah. Pemangkasan rantai pasok dapat memberikan solusi terhadap peningkatan harga kelapa yang ada di Indragiri Hilir.

2. Pihak-pihak yang terlibat dalam rantai pasokan komoditas Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir adalah para petani kopra, pedagang pengumpul kopra, Toke, Industri pengolahan kopra dan konsumen langsung yaitu masyarakat.
3. Analisis Nilai Tambah dalam penelitian ini adalah nilai tambah dalam proses niaga kelapa, bukan dalam bentuk pemanfaatan produk turunan kelapa. sehingga dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa Pemasaran kelapa dengan sistem langsung ke perusahaan memiliki keuntungan yang lebih besar dibanding ke toke pengumpul hanya perlu ada strategi penyeleksian terlebih dahulu terhadap kelapa yang akan kita kirim ke perusahaan. Sehingga kehilangan hasil dari kelapa apkir yang tidak diinginkan pihak pembeli dalam hal ini perusahaan bisa di minimalisir dan dimanfaatkan untuk pembuatan kopra putih atau kopra biasa, sehingga ada Nilai yang bisa kita dapatkan dalam perniagaan kelapa.
4. Sistem Perdagangan kelapa maupun kopra yang saat ini di lakukan oleh para pelaku usaha, hanya menguntungkan bagi pedagang pengumpul dan pihak pabrik sahaja, namun belum berpihak kepada petani kelapa. Dari hasil penelitian ini maka ada beberapa rekomendasi penting yang dapat membatu petani maupun pelaku usaha kelapa agar bisa sama sama saling menguntungkan, natara lain :
 - Meningkatkan promosi pembelian/penjualan kelapa

- Melakukan inovasi usaha perdagangan kelapa
- Peningkatan kapasitas pemilik usaha dan tenaga kerja melalui serangkaian pelatihan dan pembinaan dari pemerintah
- Meningkatkan frekuensi transaksi

6.2. Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Diadakan perubahan pada alur rantai pasokan yang ada dengan membuat sebuah organisasi kelompok tani yang tetap dan secara berkesinambungan agar alur rantai pasokan yang ada bisa dilakukan dari petani ataupun pelaku bisnis dan langsung melalui industri pengolahan kopra yang ada.
2. Untuk Meningkatkan Nilai Tambah dalam proses Niaga kelapa, akan sangat signifikan diperoleh oleh petani apabila pengepul tidak bermain dengan para mafia bisnis kelapa, sehingga harga kelapa tetap stabil dan bisa meningkatkan kesejahteraan petani kelapa.
3. Pemerintah harus berperan aktif untuk bisa mengawasi sekaligus mengontrol harga kelapa maupun kopra dipasaran maupun di pabrik kelapa, ini dilakukan untuk mensejahterahkan para petani yang ada. Dan untuk menekan ataupun mengurangi mafia kelapa/ kopra yang ada dilingkup industri yang berperan sebagai pengendali harga dipasaran.
4. Perlu ada Legislasi dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam hal pengaturan tata niaga kelapa, sehingga ada penekanan kepada pihak perusahaan yang saat ini semena mena dalam menentukan harga kelapa dan kopra yang ada di kabupaten Indragiri hilir.

5. Administrasi ekspor kelapa harus di permudah, sehingga investor akan tertarik untuk menanam infestasi terhadap pengembangan industri hilir kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir yang pada akhirnya akan meningkatkan harga jual kelapa.



DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A. 2011. Supply Chain Management, Product Quality and Business Performance. International Conference on Sociality and Economics Development IPEDR. pp. 98-102.
- Anatan, L dan L. Ellitan. 2008. Supply Chain Management Teori dan Aplikasi. CV. Alfabeta, Bandung.
- Azrin, M. 2004. Dampak Ekonomi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Sektor perdagangan terhadap Perekonomian Kota Bogor. Tesis Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor (IPB), Bogor (Tidak dipublikasikan).

- Bantacut, T. Sutrisno dan D. F .A. Rawi. 2001. Pengembangan Ekonomi Berbasis Usaha Kecil dan Menengah dalam Kemitraan dan Pengembangan Ekonomi Lokal. Yayasan Mitra Pembangunan Desa-Kota Bussiness Inovation Center of Indonesia, Jakarta.
- Boadu, V. A. 2003. A Conversation about Value Added Agriculture. Department of Agriculture Economics, Kansas State University, Kansas.
- Brunton R, and C. Trickett. 2007. Measurement of Agricultural Output in the Australian System of National Accounts: Methods and Issues. Dalam Proceeding of the 4th International Conference; Beijing, 22-24 Oktober 2007. Beijing.
- Cohan L, and R. Costa. 2009. 10 Years of Value Added in The Argentine Wheat Value Chain. Dalam Economic Crisis. Proceeding of the 7th Conference on Food, Fiber, and Bioenergy Chains, Sao Paulo, Brazil, 26-28 November 2009. Brazil.
- Coltrain, D., D. Barton, and M. Boland. 2000. Value Added: Opportunities and Strategies. Arthur Capper Cooperative Center, Department of Agriculture Economics, Cooperative Extension Service, Kansas State University, Kansas.
- Craig, J. C dan R. M. Gran. 1999. The Fast-Track MBA Series Strategic Management (terjemahan). PT Elek Media Komputindo, Jakarta.
- David, F. R. 1997. Strategic Management. Prentice Hall, New York.
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan. 2002. Rencana Induk Pengembangan Industri kecil Menengah 2002-2004. Buku I: Kebijakan dan Strategi Umum Pengembangan Industri Kecil dan Menengah, Jakarta.
- Emhar, A., J. M. M. Aji, T. Agustina. 2014. Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Daging Sapi di Kabupaten Jember. Berkala Ilmiah Pertanian, 1(3): 53-61.
- Hapsari, H., E. Djuwendah, dan T. Karyani. 2008. Peningkatan Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Salak Manonjaya. Jurnal Jurnal Agrikultura 19(3): 208-215
- Hicks, P. A. 2000. Financing Rural-Based Small Scale Industries. Asian Productivity Organization Report, Tokyo.
- Indrajit, R. E dan R. Djokopranoto. 2006. Konsep Manajemen Supply Chain Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang. Grasindo, Jakarta.

- Katwal, M. T. B, P. Dem, B. Ganesh, L. Bockel, and Punjab. 2007. Maize Commodity Chain Analysis. Ministry of Agriculture and Forests, Bhutan.
- Michica, W. 1998. Analisa Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha Kecil Perusahaan Pasangan Usaha PT. Sarana Jabar Ventura Bandung. Skripsi Fakultas Pertanian IPB, Bogor (Tidak dipublikasikan).
- Pearce, J. A dan R. D. Robinson. 1997. Strategic Management Formulating Implementation and Control. The Free Press, New York.
- Polman, W. 2000. Policies and Institutional Infrastructure in the Promotion of Rural-Based Small Scale Industries. Asian Productivity Organization, Tokyo.
- Presutti Jr, W. D. 2003. Supply Management And E-Procurement: Creating Value Added in The Supply Chain. Industrial Marketing Management, 32: 219-226.
- Pujawan, I. N. 2005. Supply Chain Management. Guna Widya, Surabaya
- Rangkuti, F. 2002. Analisis SWOT dalam Membedah Kasus Bisnis. Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta.
- Setyamidjaja, D. 1986, Bertanam Kelapa Hibrida, Penerbit Kanisius, Yogyakarta. Anonymous, 1987, Kelapa, CV. Yasaguna, Jakarta.
- Steiner, G. M. 1997. Management Policy and Strategy. Mc Millan, New York.
- Suhardiono, L. 1993. Tanaman Kelapa. Kanisius, Yogyakarta.
- Timisela, N. R., Masyuri, D. H. Darwanto dan Hartono. 2014. Manajemen Rantai Pasok dan Kinerja Agroindustri Pangan Lokal Sagu di Propinsi Maluku: Suatu Pendekatan Model Persamaan Struktural. AGRITECH, 34(2): 184 - 193
- Warisno. 1998. Budi Daya Kelapa Kopyor. Kanisius, Yogyakarta.
- Wheelen dan Hunger. 1992. Strategic Management and Business Policy. Addison Wesley Publishing, New York.
- Wilujeng, W.W., E. Yurisinthae, dan I. Sasli. 2013. Analisis Nilai dan Efisiensi Usaha Pengolahan Jeruk Siam Pontianak (*citrus nobilis var. Microcarpa*) Gabungan Kelompok Tani Sumber Anugerah Desa Segedong Kecamatan

Tebas Kabupaten Sambas. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 2(1): 67-74.

Wuwung, S. C. 2013. Manajemen Rantai Pasokan Produk Cengkeh Pada Desa Wawona Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA*, 1(3): 230-238.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau