

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Sejalan dengan perubahan dan perkembangan zaman di era globalisasi, tantangan perekonomian yang semakin kompetitif telah dialami oleh setiap orang diberbagai jenis usaha, terutama dilingkungan masyarakat yang berada pada tingkat ekonomi rendah. Untuk itu mencari peluang dan bersaing dalam usaha yang ingin dikembangkan memerlukan solusi yang mampu mengatasi permasalahan tersebut .

Demi mengatasi permasalahan tersebut, maka salah satunya dibentuklah Koperasi. Koperasi adalah kumpulan orang-orang atau badan hukum yang bertujuan untuk perbaikan sosial ekonomi anggotanya melalui memenuhi kebutuhan anggotanya dengan jalan berusaha bersama saling membantu antarsatu dengan yang lainnya dengan cara membatasi keuntungan, usaha tersebut harus didasarkan atas prinsip-prinsip koperasi (Yulia Siska, 2016:93).

Koperasi disebut sebagai gerakan ekonomi rakyat, karena di dalam Koperasi kemakmuran masyarakat bersama yang lebih diutamakan bukan kemakmuran secara individu.

Dengan pernyataan tersebut maka bisa dikatakan dengan adanya Koperasi sangat penting dalam menumbuhkembangkan potensi ekonomi rakyat.

Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 3 dicantumkan bahwa :

**“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian Nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.”**

Pernyataan ini mengandung arti bahwa meningkatkan kesejahteraan anggota adalah menjadi program utama koperasi, terlebih dengan adanya Masyarakat Ekonomi Asean atau yang biasa kita kenal dengan istilah MEA, maka eksistensi koperasi bukan hanya sekedar ada dan hanya bertahan saja, tetapi koperasi harus mampu bersaing dengan para pelaku ekonomi lainnya. Koperasi harus mempunyai keunggulan lebih dibandingkan badan usaha non koperasi, yakni koperasi harus mampu mewujudkan tingkat promosi ekonomi anggotanya melalui kegiatan usaha atau bisnis yang dijalankannya. Mempromosikan ekonomi anggota yang dimaksud adalah meningkatkan atau memperbaiki keadaan ekonomi yang telah dan sedang terjadi. (Ramudi Ariffin, 2013:46)

Kegiatan usaha atau bisnis koperasi merupakan salah satu bagian penting dalam menghadapi persaingan usaha non koperasi, misalnya persaingan dalam penjualan produk maupun jasa yang semakin banyak, sehingga sudah selayaknya koperasi sebagai soko guru perekonomian bangsa tidak bisa tinggal diam dan harus mampu bersaing dengan cara mengembangkan potensi-potensi sumber daya yang ada pada unit usaha atau bisnis koperasinya.

Di Kabupaten Tasikmalaya, terdapat sebuah Koperasi Serba Usaha (KSU) yang bernama Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) Fat-hiyyah.

Kopontren Fat-hiyyah memberikan kontribusi dalam meningkatkan tingkat promosi ekonomi anggota dan tentu sangat besar manfaatnya bagi masyarakat sekitar.

Kopontren Fat-hiyyah memiliki 3 unit usaha inti yang terdiri dari :

1. Unit BMT Al-Idrisiyyah

BMT Kopontren Fat-Hiyyah ini adalah salah satu unit usaha koperasi yang mengelola jasa keuangan dengan memakai prinsip syariah, yang memberikan jasa titipan dan pembiayaan kepada anggota atau calon anggota koperasi.

2. Unit Qini Mart (waserda)

Qini Mart merupakan unit Kopontren Fat-Hiyyah yg bergerak di bidang *retail*. Dimana bentuk usaha perdagangan yang dijalankan dengan menjual secara eceran atau *retailer*

3. Unit UKM Fat-Hiyyah

Berikut ini adalah UKM – UKM yang dimiliki oleh Kopontren Fat-Hiyyah :

a. UKM Qini Vaname

Qini Vaname merupakan unit usaha Kopontren Fat-Hiyyah yg bergerak di bidang sektor *riil*. Unit Usaha Qini Vaname ini adalah unit usaha yang bergerak di bidang budidaya udang vaname. Sampai saat ini Kopontren Fat-Hiyyah sudah memilii dua cabang untuk unit usaha ini. Tambak Udang Qini Vaname yang terletak di kampunh Bubujung, Desa Ciheras, Cipatujah Kabupaten Tasikmalaya

b. UKM Qini Bakery

Unit usaha Qini Bakery adalah salah satu unit usaha dari Kopontren Fat-Hiyyah yang sedang dalam tahap perkembangan. Sejak didirikan pada tahun 2010 lalu, unit Qini Bakery ini merupakan wujud dari salah satu tujuan Kopontren, didirikan dalam menyediakan kebutuhan anggota dibidang konsumsi. Unit Qini Bakery bergerak di bidang pangan atau produksi makan yang disediakan untuk melayani anggota dalam pemenuhan kebutuhan anggota sehari-hari juga kebutuhan dalam yang diperlukan untuk konsumsi ketika pada acara-acara penting sebagai sajian kue dan makanan ringan..

c. UKM Qini Minang

Qini Minang merupakan salah satu unit dari beberapa unit yang dimiliki oleh koperasi yang bergerak dalam bidang rumah makan padang seperti rumah makan padang lainnya. Dikarenakan posisi unit ini yang strategis sehingga dapat menjadi penopang untuk peningkatan pendapatan koperasi.

d. UKM Qini Fresh

Unit Qini Fresh merupakan salah satu unit koperasi yang bergerak dalam pengisian ulang air galon baik untuk anggota ataupun masyarakat sekitar. Dilihat dari posisi tempat yang strategis yaitu terletak di jalan besar sehingga kemudahan konsumen dalam membeli air galon sangat mudah. Karena unit usaha ini selalu memperlihatkan perkembangan, rencana

strategis pengurus kedepannya adalah memproduksi air mineral dengan *brand* yang dimiliki kopontren sendiri

e. UKM Peternakan Sapi

Unit usaha yang berdiri sejak 1990 memulai peternakan tradisional dengan kelolaan sapi pedaging sekitar 10-40 ekor sapi. Di tahun 2016 unit usaha ini mulai dikembangkan menjadi skala yang lebih besar dengan rencana kelolaan sapi minimal 100 ekor per kandang. Dengan penerapan pakan alternatif dan komposisi pakan yang diracik khusus oleh mitra Kopontren, kenaikan bobot sapi bisa menaik signifikan.

f. UKM Qini Fashion

Merupakan unit usaha dalam jual beli produk pakaian milik anggota dan mitra Kopontren Fat-Hiyyah unit usaha ini juga sebagai etalase percontohan fashion yang islami bagi anggota Kopontren Fat-Hiyyah. Saat ini qini fashion masih belum memiliki bangunan tetap. Lokasi qini fashion berada tepat di dalam paling belakang dalam bangunan toko unit usaha qini mart Pagendingan.

g. UKM Depo Qini

Perikanan kolam air deras merupakan unit usaha dalam budidaya ikan air tawar dengan penerapan teknologi intensif atau yang lebih dikenal dengan kolam deras. Unit usaha ini memiliki berbagai jenis ikan seperti ikan nila, mas dan lainnya baik dari hasil budidaya sendiri ataupun hasil pembesaran dari budidaya milik mitra ataupun anggota

h. UKM Tour and Travel

Unit usaha ini merupakan unntit usaha penyedia layanan travel yang khusus pemberangkatan umroh bekerjasama dengan travel mitra Kopontren Fat-Hiyyah lainnya

i. UKM Qini Konveksi

Merupakan unit usaha konveksi dengan beragam produk seperti pembuatan gamis, baju koko, dan pakaian lainnya dalam pemasarannya bekerjasama dengan unit lain seperti qini fashion juga mitra Kopontren Fat-Hiyyah seperti lembaga pendidikan.

j. UKM Qini Bata

Merupakan unit usaha yang memproduksi bata merah dengan menggunakan mesin. Unit usaha ini merupakan respon atas kebutuhan anggota terhadap permintaan bata merah yang berukuran cukup tinggi.

k. UKM Bakso Hayam Jago

Merupakan unit usaha yang memproduksi sendiri olahan baso dan di jual untuk masyarakat umum.

l. UKM lapak Toh-Tohan

Lapak toh-tohan adalah unit usaha yang bergerak dibidang penyedia jual beli barang elektronik. Unit usaha ini menyediakan berbagai macam barang elektronik mulai dari seperti lampu ruangan rumah, lampu pijar, kabel dan lain-lainnya.

m. UKM Saung Panyawah

unit usaha adalah unit usaha yang bergerak dibidang penyedia pangan yang terletak di Limbangan Garut dan Cidahu Tasikmalaya. Unit usaha ini

memiliki lokasi yang cukup strategis yang mudah dikunjungi oleh pengendara yang ingin mengisi perut lapar dan beristirahat. Dalam bahasa sunda panyawah diartikan sebagai buruh yang mengelola persawahan. Panyawah sangat setia kepada juragannya sehingga ketika tidak ada air di tengah malam hari panyawah rela bangun dari tidurnya untuk mencari air. Di saung panyawah semua pengunjung yang makan dilakukan sebagaimana juragan. Saung panyawah memiliki dua keunggulan yang membedakan dari rumah makan sunda lainnya. Pertama, unggul dari makanan segi khas panyawah. Kedua, harga sangat ekonomis terjangkau oleh semua kalangan.

n. UKM Cafe Sufi

Unit usaha ini terletak di dalam kompleks Pesantren Al-Idrisiyyah, bentuk usaha ini seperti kantin yang menyediakan berbagai macam makanan dan minuman yang bervariasi, mulai dari bakso, bakmie, nasi goreng, jus, dan minuman segar lainnya. Bertujuan untuk menyediakan makanan untuk orang-orang di sekitar kompleks pesantren yang membutuhkan makanan untuk mengisi perut lapar atau sekedar mencari minuman segar seperti jus dan soup buah.

o. UKM Perkebunan Kopi

Perkebunan Kopi yang ada di salah satu unit usaha dibawah Direktorat Bisnis & ekonomi Tarekat Idrisiyyah yang berada di daerah Panjalu tepatnya di Dusun Cikareo, Desa Tenggeran, Kecamatan Sukamantri Ini adalah Investasi yang di lakukan oleh Mursyid Idrisiyah dan BMT Idrisiyyah. Pada awal dibelinya kebun kopi di Tahun 2012 seluas 1,5

Ha dari warga setempat dalam kondisi yang tidak produktif dan kurang terawat dikarenakan tidak ada orang yang ahli dalam mengelola kebun kopi tersebut. Setelah di beli oleh Direktorat Bisnis & Ekonomi Tarekat Idrisiyyah dan di kelola oleh jamaah yang ahli di bidang perkebun kopi dan mau berhidmah membagikan ilmunya dalam mengelola kebun kopi yang ada dipanjalu Alhamdulillah dalam jangka setahun yang tadinya tidak produktif, lahan tersebut mampu menghasilkan panen kopi kurang lebih 900 kg. Adapun jenis kopi yang ditanam adalah dari jenis Robusta.

Dari 15 UKM yang telah disebutkan dan dijelaskan secara singkat, peneliti menggali informasi lebih dalam tentang UKM Perkebunan Kopi, unit usaha ini menitikberatkan pada usaha kopi yang dirintis di daerah Kabupaten Ciamis. Kopi yang dikelola adalah robusta, jenis kopi robusta ini dipilih karena kopi yang dihasilkan di perkebunan kopi ini tidak cocok dengan kopi arabika walaupun kopi tersebut memiliki rasa yang khas, gurih, lembut, bulat, tidak membosanan dan harga kopi arabika lebih tinggi dari pada kopi robusta, namun petani lebih senang mengusahakan kopi robusta, sebab kopi jenis ini lebih kuat terhadap hama penyakit, lebih mudah perawatannya dan permintaan terhadap kopi ini juga lebih tinggi dibandingkan dengan kopi arabika. Sampai pada tahun 2004 Indonesia mampu menghasilkan 675 ribu ton kopi yang 61% nya diekspor dan sisanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri baik untuk konsumsi maupun untuk *carry over stocks* oleh pedagang dan eksportir, sebagai cadangan bila terjadi gagal panen (Kustiari, 2007). Untuk tahun 2010, Indonesia menargetkan akan mengekspor kopi sebanyak 662.338 ton setelah dikurangi dengan kebutuhan domestik untuk



memenuhi pasar USA, Jepang, dan Eropa Barat (Dirjen Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2007). Sementara itu, AEKI (2016) melaporkan bahwa volume ekspor kopi Indonesia rata-rata berkisar 350 ribu ton per tahun meliputi kopi robusta (85%) dan arabika (15%) . Di sekitar tempat penelitian juga banyak kedai kopi hal ini bukan tidak mungkin peluang permintaan terhadap kopi robusta akan meningkat.

Unit usaha ini sangat mengoptimalkan sumber daya alam yang ada guna memperoleh hasil yang maksimal, karena usaha kopi di Indonesia memiliki peluang yang dapat dikembangkan dengan baik serta lahan perkebunan yang dimiliki cukup luas. Usaha kopi di Koperasi Pondok Pesantren Fat-hiyyah yang masih berkembang, seperti sebelum adanya koperasi perkebunan kopi ini hanya mampu panen sebanyak satu kali dalam setahun, namun setelah dikembangkan oleh koperasi usaha kopi ini mampu mencapai panen tiga kali dalam setahun.

Unit usaha ini memiliki potensi untuk dikembangkan, hal tersebut didukung oleh perkembangan data produksi dan pemanfaatan lahan perkebunan kopi di Jawa Barat. Berikut disajikan data pengembangan produksi dan pemanfaatan lahan perkebunan kopi di Jawa Barat :

IKOPIN

**Tabel 1. 1 Data Produksi dan Pemanfaatan Lahan Perkebunan Kopi di Jawa Barat**

| Tahun | Jenis Kopi | Produksi/th (ton) | Pemanfaatan Lahan (Ha) |
|-------|------------|-------------------|------------------------|
| 2015  | *Robusta   | 8.066             | 15.750                 |
|       | *Arabica   | 9.395             | 16.808                 |
| 2016  | *Robusta   | 7.068             | 16.027                 |
|       | *Arabica   | 9.480             | 17.081                 |
| 2017  | *Robusta   | 7.170             | 16.440                 |
|       | *Arabica   | 9.475             | 17.415                 |

**Sumber data diolah: Direktorat Jendral Perkebunan**

Berdasarkan dari data Tabel 1.1, apabila dilihat dari sisi produksi kopi ternyata kopi jenis arabika lebih tinggi dibandingkan kopi jenis robusta. Namun tingkat produksi kopi dari masing – masing jenisnya cenderung mengalami peningkatan per tahunnya. Serta pemanfaatan lahan untuk perkebunan kopi tersebut setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan, hal ini tentunya berpotensi untuk pengembangan produksi kopi khususnya kopi jenis Robusta di Kopontren Fathiyah Tasikmalaya.

**Tabel 1. 2 Data Produksi dan Luas Lahan Perkebunan Kopi di Kopontren Fat-hiyah**

| Tahun           | 2014 | 2015 | 2016 | 2107  |
|-----------------|------|------|------|-------|
| Luas Lahan (Ha) | 1.5  | 2    | 2    | 3     |
| Panen (Kg)      | 1500 | 1800 | 1900 | 2,600 |

*Sumber : Kopontren Fathiyah*

Berdasarkan Tabel 1.2 luas lahan dari tahun ke tahun tidak terlalu menunjukkan peningkatan namun hasil yang didapatkan justru meningkat disetiap

tahunnya ini tidak lepas dari hasil pemeliharaan dan perawatan terhadap perkebunan kopi .

Menurut Swasono (2002), sektor pertanian menjadi pilihan penting karena posisinya berdasarkan sumber-sumber sendiri dan bertitik sentral pada rakyat dengan sekaligus mengutamakan kepentingan rakyat.

Oleh karena itu, usaha kopi ini dapat mensejahterakan rakyat sesuai dengan tujuan koperasi, namun jika melihat dari cara pengolahan kopi, koperasi masih menggunakan cara tradisional. Contohnya seperti setelah panen, kopi dikeringkan dengan cara di jemur karena belum mempunyai mesin pengeringan. Setelah itu digiling untuk memisahkan antara kulit dan bijinya dengan cara menyewa mesin penggilingan dengan harga sewa sekitar Rp.500,- / kg serta belum bisa mengemas kopi secara menarik untuk nilai jual yang lebih tinggi. Dibandingkan dengan usaha kopi yang dimiliki pesaing yaitu KOPI KI OYO (Gambar Terlampir). KOPI KI OYO adalah pesaing usaha kopi yang dimiliki Bapak H. OYO di Desa Cileungsir Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis. Dibandingkan dengan pesaing, usaha kopi di Kopontren Fat-Hiyyah dalam berbagai fasilitas belum dimiliki hal ini menjadi kelemahan tersendiri dalam mengolah kopi sehingga sulit bersaing untuk mendapatkan kualitas kopi dan harga jual yang lebih baik

Dilihat dari tersedianya lahan yang cukup luas, sumberdaya manusia sebagai tenaga kerja, terdapatnya pasar lokal, regional dalam provinsi maupun luar provinsi, nasional dan pasar internasional, serta adanya dukungan pemerintah

daerah. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peluang dan tantangan untuk pengembangan usaha kopi

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan menarik sekali untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki unit usaha kopi Kopontren Fat-Hiyyah serta peluang dan ancaman apa saja yang akan dihadapi kemudian menentukan suatu strategi pengembangan yang cocok untuk usaha kopi ini.

## **1.2. Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti melakukan identifikasi masalah yang belum diketahuinya :

1. Faktor-faktor Internal dan Eksternal apa saja dalam usaha kopi di Koperasi Pondok Pesantren Fat-Hiyyah ?
2. Strategi apa yang tepat untuk pengembangan usaha kopi di Koperasi Pondok Pesantren Fat-Hiyyah ?

## **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maksud dan tujuan dari peneliti ini adalah sebagai berikut :

### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan faktor internal dan eksternal yang dihadapi unit usaha kopi di Koperasi Fathiyah dan strategi apa yang harus dilaksanakan untuk mengembangkan usaha perkebunan kopi.

### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dihadapi unit usaha kopi di Koperasi Pondok Pesantren Fat-Hiyyah.
2. Mengambil keputusan strategi yang sebaiknya diterapkan pada unit usaha kopi di Koperasi Pondok Pesantren Fat-Hiyyah.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pemahaman dan pengembangan ilmu pengetahuan mengenai analisis faktor internal dan eksternal dalam menentukan strategi pengembangan usaha kopi.

#### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi pihak Koperasi Pondok Pesantren Fat-hiyyah pada khususnya, serta koperasi lainnya pada umumnya dalam menerapkan dan mengimplementasikan di Koperasi yang bersangkutan

IKOPIN