

Kode>Nama Rumpun Ilmu: 181/ SOSEK PERTANIAN
Bidang Fokus : Ketahanan Pangan

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**ANALISIS KEUNGGULAN KOMPETITIF AGROINDUSTRI KOPI
DI KOTA BUKITTINGGI**

Nama	NIDN/NIDK	Jabatan
Rika Hariance, SP.M.Si	0004058501	Ketua
Afrianingsih Putri, SP.M.Si	8821130016	Anggota
Dr.Ir. Nofialdi, M.Si	0002116806	Pembimbing

Didanai Dengan Dana BOPTN Universitas Andalas

UNIVERSITAS ANDALAS

November, 2017

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DOSEN PEMULA**

1. Judul	: Analisis Keunggulan Kompetitif Agroindustri Kopi di Kota Bukittinggi
2. Kode/Rumpun Ilmu	: 181/ Sosial Ekonomi Pertanian
3. Peneliti	
Nama Lengkap	: Rika Hariance, SP. M.Si
NIDN	: 0004058501
Jabatan fungsional	: Asisten Ahli
Program studi	: Pertanian/ Sosial Ekonomi Pertanian (Agribisnis)
No HP	: 081374124003
Email	: rikahariance@gmail.com
4. Anggota Peneliti	
Nama Lengkap	: Afriansih Putri, SP. M.Si
NIDK	: 8821130016
Program studi	: Pertanian/ Sosial Ekonomi Pertanian (Agribisnis)
5. Pembimbing	
Nama Lengkap	: Dr.Ir. Nofialdi, M.Si
NIP	: 196811021997031001
6. Mahasiswa Yang terlibat	
Nama Lengkap	: Fastabiqul Khairad, SP
No. BP	: 1620261005
Prodi	: Ilmu Ekonomi Pertanian
Nama Lengkap	: Muhammad Hanafi
No. BP	: 1310221063
Prodi	: Agribisnis
7. Biaya Penelitian	: DIPA UNAND = Rp 19.500.000

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Andalas



Dr. Ir. Muzir Busniah, M.Si
NIP. 196406081989031001



Padang, November 2017
Ketua Peneliti



Rika Hariance, SP.M.Si
NIDN. 0004058501

Mengetahui,
Ketua LPPM
Universitas Andalas



Dr. Ing. Lyang Gatot S. Dinata
NIP. 196607091992031001



IDENTITAS DAN URAIAN UMUM PENELITIAN

1. Judul Penelitian : Analisa Keunggulan Kompetitif Agroindustri Kopi di Kota Bukittinggi

2. Tim Peneliti

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu (Jam/Minggu)
1.	Rika Hariance, SP.M.Si	Ketua	Pembangunan Agribisnis	Faperta Universitas Andalas	10 Jam/Minggu
2.	Afrianingsih Putri, SP.M.Si	Anggota	Ilmu Ekonomi Pertanian	Faperta Universitas Andalas	10 Jam/Minggu
3.	Dr.Ir. Nofialdi, M.Si	Pembimbing	Manajemen Agroindustri	Faperta Universitas Andalas	10 Jam/Minggu

3. Objek Penelitian (jenis material yang akan diteliti dan segi penelitian):

Yang menjadi objek Penelitian adalah Agroindustri kopi yang terdapat di wilayah Kota Bukittinggi. Dalam agroindustri kopi tersebut yang akan diwawancarai adalah pengusaha kopi, variabel yang akan diteliti adalah jiwa kewirausahaan yang dimiliki untuk mengetahui kemampuan daya inovasinya terhadap produk sehingga dapat bersaing dalam pasar global.

4. Masa Pelaksanaan

Mulai : bulan : Juni tahun: 2017
Berakhir : bulan : Oktober tahun: 2017

5. Usulan Biaya BOPTN Universitas Andalas

- Tahun ke-1 : Rp 19.500.000,-
- Tahun ke-2 : Rp -
- Tahun ke-3 : Rp -

6. Lokasi Penelitian (lab/studio/lapangan) : Kota Bukittinggi Sumatera Barat.

7. Instansi lain yang terlibat (jika ada, dan uraikan apa kontribusinya)

- a. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat : Data Sekunder
- b. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bukittinggi : Data Sekunder
- c. Dinas Pertanian/Perkebunan Sumatera Barat : Data Sekunder
- d. Dinas Pertanian Kota Bukittinggi : Data Sekunder
- e. Badan Pusat Statistik Sumatera Barat dan Kota Bukittinggi : Data Sekunder

8. Temuan yang ditargetkan (penjelasan gejala atau kaidah, metode, teori, produk, atau rekayasa)

Temuan yang ditarget adalah melihat hubungan antara jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh pengusaha agroindustri kopi dengan inovasi produk dan keunggulan kompetitifnya dalam menghadapi pasar global

9. Kontribusi mendasar pada suatu bidang ilmu (uraikan tidak lebih dari 50 kata, tekankan pada gagasan fundamental dan orisinal yang akan mendukung pengembangan iptek)

Dengan adanya temuan penelitian ini diharapkan diperoleh pengetahuan tentang hubungan jiwa kewirausahaan dengan kemampuan kompetitif pengusaha agroindustri kopi di Kota Bukittinggi dalam menghadapi persaingan global. Selain itu diharapkan juga dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah Kota Bukittinggi dalam mengembangkan agroindustri berbasis kopi di Kota Bukittinggi, serta bagi pengusaha diharapkan dapat meningkatkan kemampuan kewirausahaannya dalam inovasi produknya.

10. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran (tuliskan nama terbitan berkala ilmiah internasional bereputasi, nasional terakreditasi, atau nasional tidak terakreditasi dan tahun rencana publikasi)

Jurnal AGRISEP Edisi Maret Tahun 2018

11. Rencana luaran HKI, buku, purwarupa atau luaran lainnya yang ditargetkan, tahun rencana perolehan atau penyelesaiannya

Untuk saat ini belum ada target luaran HKI, namun rencana pada tahun selanjutnya akan diusulkan pengabdian masyarakat yang targetnya adalah membantu pelaku agroindustri Kopi di Kota Bukittinggi untuk dapat meningkatkan skala usahanya dengan **membantu pelaku usaha untuk membuat kemasan yang lebih baik, membantu mempromosikan produk lewat berbagai media. Serta membantu mengusulkan agroindustri kopi kota bukittinggi dengan nama kopi Rang Bukik Apik untuk terdaftar sebagai Indikasi Geografis Wilayah Sumatera Barat Khususnya Kota Bukittinggi.**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM PENELITIAN	iii
DAFTAR ISI.....	v
ABSTRAK.....	vi
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Luaran dan Manfaat Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Agroindustri Kopi.....	8
B. Jiwa Kewirausahaan	9
C. Teori kompetitif : Model Lima Kekuatan Porter.....	11
III. METODOLOGI PENELITIAN	13
A. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	13
B. Metode Penelitian.....	13
C. Metode Pengambilan Responden	13
D. Metode Pengumpulan Data	14
E. Variabel Yang Diamati.....	14
F. Analisa Data	16
G. Uji Instrumen (validasi dan Reabiliti)	17
H. Analisis Regresi Berganda	18
I. Kriteria Statistik.....	19
IV. HASIL PENELITIAN	21
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	21
B. Identifikasi Jiwa Kewirausahaan Pelaku Usaha Kopi di Kota Bukittinggi	22
C. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap kinerja produk yang dihasilkan.....	24
D. Analisis Daya Saing Agroindustri Kopi Di Kota Bukittinggi	27
DAFTAR PUSTAKA	30

ANALISA KEUNGGULAN KOMPETITIF AGROINDUSTRI KOPI DI KOTA BUKITTINGGI

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Analisa Keunggulan Kompetitif Agroindustri Kopi di Kota Bukittinggi bertujuan untuk mengetahui jiwa kewirausahaan pelaku usaha, menganalisis pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap produk yang dihasilkan dan menganalisis keunggulan kompetitif produk yang dihasilkan pelaku usaha kopi olahan di Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi dipilih karena merupakan daerah tujuan wisata unggulan Sumatera Barat yang memiliki peningkatan jumlah agroindustri mencapai 342,14% dari tahun 2014, salah satu agroindustri yang mengalami peningkatan adalah agroindustri pengolahan kopi. Penelitian ini akan dilaksanakan setelah proposal ini disetujui oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Andalas. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan sampel sebanyak 30 orang pengusaha agroindustri yang akan dipilih secara acak sederhana (*simple random sampling*). Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder yang kemudian dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif menggunakan model regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara bersama-sama variabel bebas yakni orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi dan kemampuan manajemen, strategi bisnis memiliki pengaruh terhadap kinerja produk. Tapi secara parsial menunjukkan bahwa ternyata variabel kemampuan inovasi dan kemampuan manajemen, berpengaruh terhadap kinerja produk, sedangkan variabel orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja produk. Dari 5 kategori yang dianalisis yaitu persaingan antar perusahaan sejenis, ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pembeli, dan kekuatan tawar menawar pemasok, agroindustri kopi di Kota Bukittinggi termasuk kedalam kategori daya saing bernilai sedang. Hal ini menunjukkan bahwa agroindustri ini masih memiliki persoalan pada biaya yang tinggi, terdapat persaingan dengan produk sejenis, pertumbuhan usaha yang lambat, kemungkinan produk yang masih dapat diimitasi dan peluang konsumen beralih ke produk pesaing sesuai dengan selera atau trend yang ada. Namun agroindustri kopi ini termasuk memiliki jalur pemasaran yang efisien karena memiliki pelanggan yang loyal terhadap produk.

Kata Kunci : *Agroindustri Kopi, Daya Saing, Jiwa Kewirausahaan, Michael Porter*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Daya saing merupakan salah satu elemen kunci strategi pembangunan nasional dalam tata perekonomian global. Daya saing suatu bangsa ditentukan oleh kemampuan daya saing dari pelaku pembangunan atau pelaku usaha (produktivitas, profesionalitas, bonafiditas, dan kredibilitas), kemampuan daya saing masyarakatnya (keutuhan kohesi sosial dalam menghadapi krisis, keunggulan sosial dalam pergaulan global), dan kemampuan daya saing negara (good governance, clean government, kematangan politik dan pergaulan antar bangsa) (Apriyantono dalam Daryanto, 2009).

Dalam era globalisasi, bahasa yang dikenal dalam pergaulan antar negara adalah persaingan. Untuk memenangkan persaingan, mau tidak mau harus memiliki daya saing yang unggul. Sektor pertanian sebagai sektor yang memiliki nilai strategis dalam pemenuhan kebutuhan dasar (*basic needs*) bagi masyarakat tidak terkecuali dari harus membangun daya saing yang tangguh untuk bertahan menghadapi tren globalisasi yang semakin dinamis. Pemerintah mendukung penuh para pelaku pembangunan pertanian melalui pembangunan ekonomi yang didasarkan pada potensi yang dimiliki, kondisi kemajuan yang telah dicapai serta tantangan yang dihadapi dan prospek pengembangannya (Daryanto, 2009).

Indonesia memiliki kekayaan sumberdaya alam dan lingkungan serta keberagaman hayati yang begitu besar. Jika potensi yang luar biasa tersebut dapat dikelola dengan baik, maka pembangunan nasional yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur bukanlah suatu kemustahilan. Adapun tantangan yang dihadapi oleh sektor pertanian adalah krisis pangan dan lonjakan harga minyak bumi, ancaman pemanasan global, dan era persaingan global. Salah satu kunci yang harus dilakukan untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut adalah penciptaan nilai tambah terhadap produk, operasional bisnis, dan pelayanan terhadap konsumen (Daryanto, 2009).

Era globalisasi menghadirkan sepasang aturan baru yaitu persaingan atau kompetisi dan kerjasama atau korporasi. Dimasa lalu kita sudah mengenal kompetisi sebagai sebuah bentuk persaingan di antara para pelaku bisnis. Bahkan hari ini dapat dikatakan sebagai era *The Death of Competition* karena kompetisi bukan lagi sebuah bagian dari operasi organisasi, namun menjadi sebuah kewajiban, *built in*. Kecakapan untuk berkompetisi

menjadi kecakapan untuk bernafas. Jika kita tidak memiliki kecakapan itu, otomatis akan mati (Soedjais, 2003).

Kata kunci persaingan menyebabkan setiap korporasi, entah itu badan usaha milik negara maupun milik swasta-ataupun kongsi keduanya-berhadapan dengan satu kewajiban membangun manajemen profesional untuk menciptakan keunggulan inti (*core competence*) dan selanjutnya membangun daya saing. Hanya perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing yang akan mampu bertahan dan berkembang di dalam perkembangan global. Sisanya akan menjadi "pedagang pinggiran" dan menjadi marginal dalam tata perekonomian global. Kemudian, globalisasi juga mendorong korporasi untuk saling bersaing mati-matian, tetapi juga bekerjasama mati-matian, baik untuk mempertahankan hidup, mengembangkan bisnis, maupun untuk mencegah persaingan yang berujung saling membunuh (Soedjais, 2003).

Hasil analisis menunjukkan bahwa daya saing sensitif terhadap perubahan harga output (juga ditentukan oleh mutu produk), produktivitas, harga input dan nilai tukar rupiah. Dengan demikian wilayah yang sebelumnya berdaya saing dapat berubah, satu-satunya variabel penentu yang lebih banyak ada pada kendali pengusaha (atau bersama pemerintah) ialah produktivitas dan mutu produk. Inovasi merupakan instrumen utama untuk meraih dan mempertahankan daya saing (BPS, 2015). Menurut Kahsmir (2010), daya inovasi termasuk dalam salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Seperti yang dituliskannya dalam pengertian kewirausahaan yaitu sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko. Dengan demikian kemampuan kewirausahaan seorang pengusaha dapat menentukan kemampuannya dalam menghadapi persaingan global.

B. Rumusan Masalah

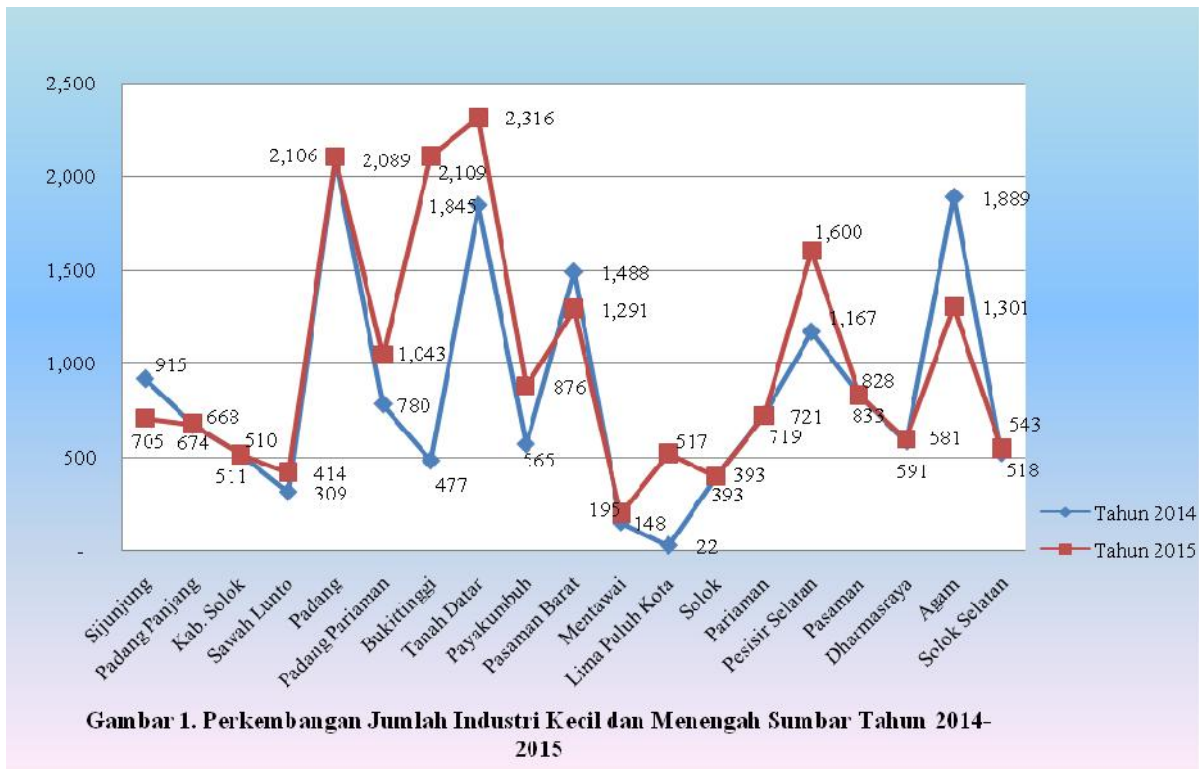
Kelapa sawit, kelapa, teh, kopi, kakao, cengkeh dan karet bukanlah penghasil bahan pangan utama. Namun, ketujuh komoditas perkebunan ini merupakan komoditas penting sebagai sumber pendapatan bagi petani, basis industri, pertumbuhan ekonomi dan sumber devisa untuk stabilitas dan kesehatan ekonomi makro. Dalam konteks penguatan kedaulatan pangan, peran penting ketujuh komoditas ini ialah dalam peningkatan pendapatan dan pengendalian harga pangan, baik langsung maupun melalui dampak pengganda antar sektor atau PDB (BPS, 2015).

Kajian yang dilakukan BPS dan FEM IPB (2015) telah berhasil memetakan wilayah (provinsi) berdasarkan keunggulan daya saing dan kebutuhan peremajaan guna mempertahankan keberlanjutan usaha perkebunan tersebut. Prioritas perluasan adalah sentra produksi yang layak finansial dan berdaya saing (BPS, 2015). Sumatera barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki kelayakan secara finansial dan berdaya saing, sesuai dengan laporan BPS tahun 2015 tentang peningkatan kinerja pertanian Indonesia menuju kedaulatan pangan. Salah satu komoditas yang dapat dikembangkan adalah kopi. Untuk komoditas ini Sumbar merupakan salah satu dari 5 (lima) sentra pengembangan.

Berdasarkan data statistik tahun 2014 luas areal tanaman kopi di Sumatera Barat adalah 42.500 Ha mengalami peningkatan menjadi 42.900 Ha pada tahun 2015. Total produksi kopi Sumatera Barat tahun 2014 adalah 30.900 ton dan mengalami peningkatan menjadi 33.600 ton pada tahun 2015 (BPS 2015 dan 2016).

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia, hingga saat ini komoditas kopi yang di ekspor masih dalam bentuk biji kopi kering. Negara yang menjadi tujuan ekspor kopi Indonesia adalah Jepang, Singapura, Malaysia, India, Mesir, Maroko, Aljazair, Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Itali, Rumania, dan Georgia. Untuk wilayah Sumatera Barat negara yang menjadi tujuan ekspor adalah India, Amerika, Singapura, beberapa negara Eropa dan Tiongkok (BPS Sumbar, 2015). Volume ekspor kopi Sumbar tahun 2014 adalah sebesar 430 ton dengan nilai ekspor sebesar 850,46 ton (BPS Sumbar, 2015). Jumlah ini hanya 1,3% dari total produksi kopi Sumbar ditahun yang sama, sisanya sebanyak 98,7% digunakan sebagai bahan baku agroindustri olahan kopi dalam negeri baik untuk wilayah sumatera barat sendiri maupun wilayah lainnya di Indonesia.

Berdasarkan data potensi komoditi Sumatera Barat tahun 2014 terdapat sebanyak 15.919 unit industri kecil dan menengah yang mengalami peningkatan pada tahun 2015 menjadi 18.731 unit. Kota Bukittinggi merupakan daerah yang mengalami peningkatan jumlah industri kecil dan menengah yang sangat signifikan yaitu dari 477 unit menjadi 2.109 unit. Seperti yang terlihat pada gambar 1 dibawah ini.

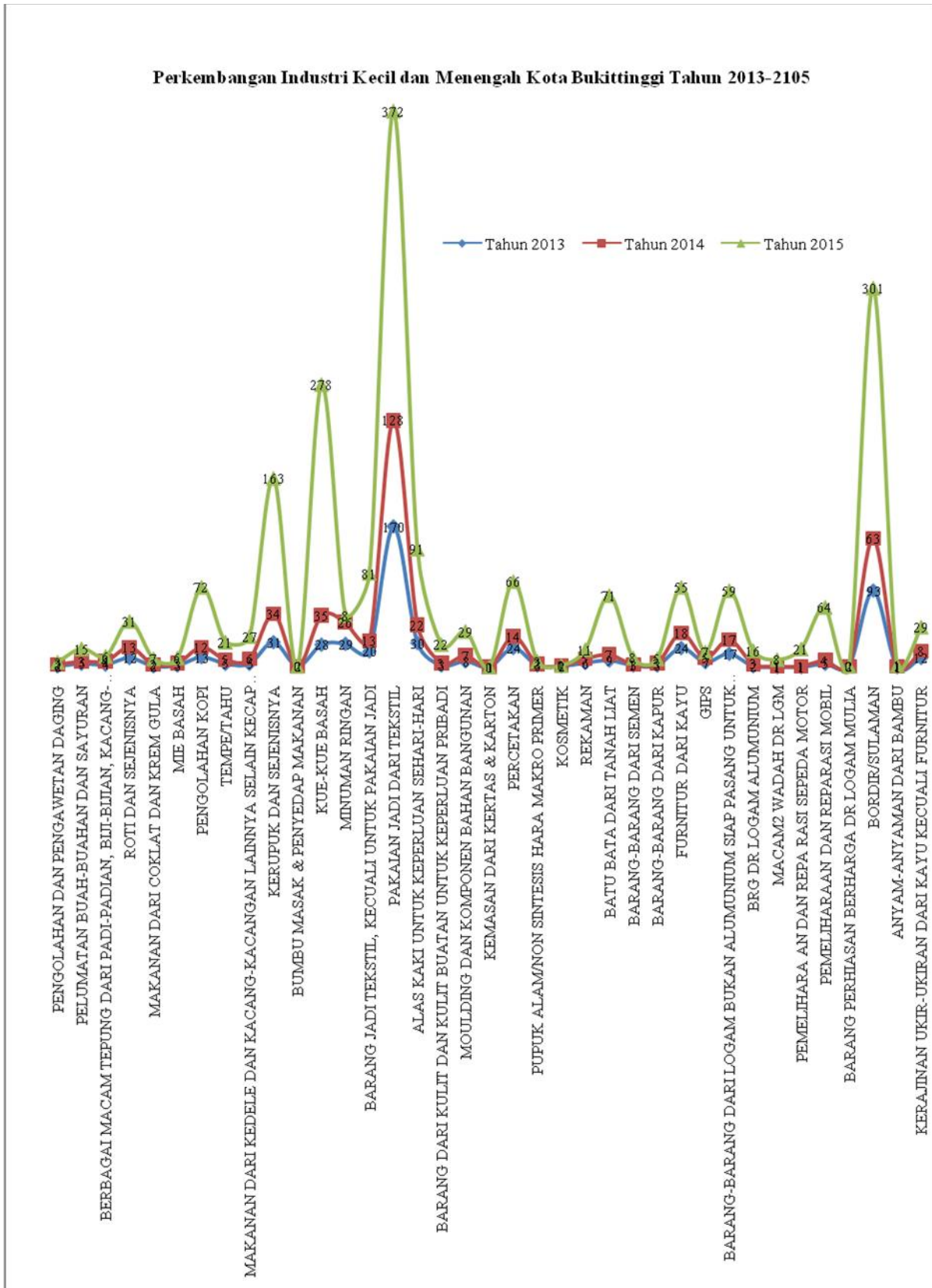


Dari gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa Kabupaten dan Kota yang mengalami peningkatan jumlah industri kecil dan menengah yang cukup banyak adalah Kabupaten Padang Pariaman, Kota Bukittinggi, Kota Payakumbuh, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kabupaten Pasaman, dan Kabupaten Agam. Kota Bukittinggi adalah yang paling besar peningkatan jumlah industri kecil dan menengahnya yang mencapai 342,14%.

Kota Bukittinggi merupakan salah satu daerah tujuan wisata Sumatera Barat yang sangat digemari oleh wisatawan lokal, nasional, maupun internasional. Dengan begitu pembangunan ekonomi wilayah Kota Bukittinggi tumbuh dan berkembang dengan mengikuti kebutuhan akan kota wisata. Bagitu juga dengan perkembangan industri kecil dan menengahnya. Berdasarkan kepada data potensi industri kecil dan menengah Sumatera Barat, pada tahun 2015 Kota Bukittinggi mengalami peningkatan pada semua jenis industri kecil dan menengahnya yang mendukung konsep kota wisata. Seperti yang terlihat pada gambar 2, bahwa industri yang mengalami peningkatan paling besar adalah industri pakaian jadi dan tekstil, kerupuk dan sejenisnya, kue-kue basah, bordir dan sulaman, dan pengolahan kopi.

Industri pengolahan kopi atau dapat kita sebut juga dengan agroindustri karena berbasis pada bahan baku yang berasal dari pertanian (agro) mengalami peningkatan jumlah dari tahun 2014 sebanyak 12 unit menjadi 72 unit.

Perkembangan Industri Kecil dan Menengah Kota Bukittinggi Tahun 2013-2015



Gambar 2. Perkembangan Industri Kecil dan Menengah Kota Bukittinggi Tahun 2013-2015

Kopi merupakan komoditas ekspor unggulan yang memiliki pangsa pasar yang cukup tinggi, karena kebiasaan minum kopi yang dimiliki oleh masyarakat hampir diseluruh dunia dan hampir setiap negara juga mengolah biji kopi untuk dikonsumsi oleh masyarakatnya maupun untuk diekspor. Untuk dapat bersaing dengan produk olahan yang sama, baik yang berasal dari Indonesia maupun yang berasal dari luar negeri, pengusaha agroindustri kopi Kota Bukittinggi mestilah memiliki kemampuan inovasi yang baik melalui jiwa kewirausahaan yang dimilikinya. Agar produk yang dihasilkan dapat memiliki daya saing dan mampu berkompetisi tidak hanya di dalam negeri namun juga di luar negeri. Karena persaingan global menuntut seorang pengusaha dapat menciptakan produk yang bermutu, kuantitas yang cukup dan mampu memasarkannya dengan baik agar tidak hanya menjadi “pedagang pinggiran” dan terkalahkan oleh kompetisi global.

Dengan rumusan masalah tersebut maka muncul pertanyaan penelitian bagaimanakah kemampuan kompetitif pengusaha agroindustri kopi di Kota Bukittinggi?, maka oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisa Keunggulan Kompetitif Agroindustri Kopi di Kota Bukittinggi”**.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui jiwa kewirausahaan pelaku usaha
2. Menganalisis pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap produk yang dihasilkan
3. Menganalisis keunggulan kompetitif produk yang dihasilkan pelaku usaha kopi olahan di Kota Bukittinggi

D. Luaran dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan panduan pelaksanaan penelitian Universitas Andalas tahun 2017 dan panduan penelitian DRPM Kemristekdikti edisi XI tahun 2017 maka luaran dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1. Selain artikel pada jurnal ilmiah nasional dan makalah pada seminar nasional, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan pada Program Studi Agribisnis terutama pada mata kuliah Agribisnis dan Kewirausahaan serta mata kuliah Perdagangan Internasional.

Tabel 1. Target Luaran Penelitian Dosen Pemula

No	Jenis Luaran				Indikator Capaian
	Kategori	Sub Kategori	Wajib	Tambahan	TS 1
1	Artikel Ilmiah dimuat di Jurnal	Internasional Bereputasi	-	-	-
		Nasional Terakreditasi	-	-	-
		Nasional Tidak Terakreditasi	√	-	√
2	Artikel Ilmiah dimuat di Prosiding	Internasional Terindeks	-	-	-
		Nasional	√	-	√
3	Invited Speaker dalam temu ilmiah	Internasional	-	-	-
		Nasional	-	-	-
4	Visitting Lecturer	Internasional	-	-	-
5	Hak Kekayaan Intelektual	Paten	-	-	-
		Paten Sederhana	-	-	-
		Hak Cipta	-	-	-
		Merek Dagang	-	-	-
		Rahasia Dagang	-	-	-
		Desain Produk Industri	-	-	-
		Indikasi Geografis	-	-	-
		Perlindungan Varietas Tanaman	-	-	-
		Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu	-	-	-

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berguna untuk:

1. Bagi masyarakat yaitu sebagai masukan dan informasi tentang agroindustri kopi.
2. Bagi pemerintah sebagai bahan pertimbangan atau acuan dalam mengembangkan agroindustri kopi di Kota Bukittinggi.
3. Bagi pembaca diharapkan dapat menjadi sumber literatur dan perbandingan dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Agroindustri Kopi

Sejak abad ke 20, Indonesia dikenal dengan kopi Arabika yang lebih dikenal dengan nama *Java Coffea*, akhirnya beralih kepada kopi Robusta. Sejak saat itu apabila orang menyebutkan kopi Indonesia maka yang dimaksudkan adalah kopi Robusta. Pada saat ini tanaman kopi Robusta di Indonesia lebih dari 95% dan sisanya adalah kopi Arabika dan jenis lain. Kopi Robusta lebih banyak ditanam dan diusahakan dalam bentuk perkebunan rakyat. Secara ekonomis pertumbuhan dan produksi tanaman kopi sangat bergantung pada keadaan tanah dan iklim. Kebutuhan pokok lainnya yang tidak boleh diabaikan adalah mencari bibit unggul yang produksinya tinggi dan tahan terhadap hama dan penyakit, dan pemeliharaan. Kopi Robusta dapat hidup pada tempat yang berbeda-beda tidak tergantung pada tempat khusus atau dengan kata lain dapat dengan mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan. Jenis ini aslinya dapat tumbuh di hutan belantara dengan keadaan tanaman yang sangat padat dan dapat hidup dipermukaan laut sampai ketinggian 1.500 m dpl (AAK, 1995).

Produksi kopi Indonesia sebagian besar yaitu antara 50%-80% diekspor. Ekspor kopi Indonesia hampir seluruhnya dalam bentuk biji kering dan hanya sebagian kecil (kurang dari 0,5%) dalam bentuk hasil olahan. Tujuan utama ekspor kopi Indonesia adalah Amerika Serikat, Jerman, Jepang, Polandia dan Korea Selatan. Volume ekspor kopi Indonesia berfluktuasi cukup tajam dengan kisaran 226 ribu ton sampai 362 ribu ton selama 8 tahun terakhir (Herman, 2003).

Sejalan dengan peningkatan pendapatan penduduk suatu bangsa, maka kebutuhan produk olahan hasil pertanian akan semakin meningkat. Data menunjukkan bahwa nilai tambah dari pengolahan jauh lebih besar dari hasil produk primer, yang sudah tentu menyerap sejumlah tenaga kerja yang lebih besar juga. Disamping menghasilkan nilai tambah yang jauh lebih besar dari produk primernya, pengolahan hasil yang meningkat akan menyebabkan meningkatnya permintaan terhadap produk on farm (*derived demand*) baik dari sudut jumlah maupun mutu dan nilai, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan disektor hulu yaitu pendapatan petani (Dirjen Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Departemen Pertanian, 2005).

Industrialisasi pedesaan merupakan salah satu pendekatan baru dalam pembangunan pertanian dan pedesaan untuk menjamin peran pertanian sebagai sumber pertumbuhan ekonomi pedesaan yang bisa diandalkan. Maka, upaya revitalisasi pertanian melalui

industrialisasi pedesaan diarahkan pada perubahan struktur ekonomi pedesaan dalam menghadapi berbagai perubahan tantangan strategis yang dihadapi baik dipasar domestik maupun internasional (Dirjen Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Departemen Pertanian, 2005).

B. Jiwa Kewirausahaan

Kewirausahaan menurut Kasmir (2010:18) adalah suatu kemampuan dalam menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan ini dimaksudkan untuk menciptakan adanya kreativitas dan inovasi yang terus-menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada dari sebelumnya. Teori yang sama juga dikemukakan Suryana (2006:2), yang mengatakan kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Secara ringkas kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko.

Kebiasaan berinisiatif akan melahirkan kreativitas (daya cipta) setelah itu melahirkan inovasi. Ada tujuh langkah proses berpikir kreatif dalam kewirausahaan, yaitu: Persiapan (*Preparation*), Penyelidikan (*Investigation*), Transformasi (*Transpormation*), Penetasan (*Incubation*), Penerangan (*Illumination*), Pengujian (*Verification*), Implementasi (*Implementation*). Menjadi wirausaha yang handal tidaklah mudah. Tetapi tidaklah sesulit yang dibayangkan banyak orang, karena setiap orang dalam belajar berwirausaha Sari (2014:53).

Dalam berusaha terdapat norma-norma yang harus ada dalam benak dan jiwa setiap wirausaha, menurut Kasmir (2010:21) norma tersebut:

1. Kejujuran

Seorang wirausaha harus selalu bersikap jujur baik dalam berbicara maupun bertindak. Kejujuran diperlukan agar berbagai pihak percaya terhadap apa yang akan dilakukan. Tanpa kejujuran, usaha tidak akan maju dan tidak akan dipercayai oleh konsumen atau mitra kerjanya.

2. Bertanggung jawab

Wirausaha harus bertanggung jawab terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam bidang usahanya. Kewajiban terhadap berbagai pihak harus segera diselesaikan.

Tanggung jawab tidak hanya terbatas pada kewajiban, tetapi juga kepada seluruh karyawannya, masyarakat dan pemerintah.

3. Menepati janji

Wirausaha dituntut untuk selalu menepati janji, misalnya dalam hal pembayaran, pengiriman barang atau penggantian. Sekali seorang wirausaha ingkar janji, maka hilanglah kepercayaan pihak lain terhadapnya. Wirausaha juga harus konsisten terhadap apa yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya.

4. Disiplin

Wirausaha dituntut untuk selalu disiplin dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan usahanya, misalnya dalam hal waktu pembayaran atau pelaporan kegiatan usahanya.

5. Taat Hukum

Wirausaha harus selalu patuh dan menaati hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan masyarakat ataupun pemerintah. Pelanggaran terhadap hukum dan peraturan yang telah dibuat berkaitan fatal di kemudian hari. Bahkan, hal ini akan menjadi beban moral bagi pengusaha apabila tidak diselesaikan segera.

6. Suka membantu

Wirausaha secara moral harus sanggup membantu berbagai pihak yang memerlukan bantuan. Sikap ringan tangan ini dapat ditunjukkan kepada masyarakat dalam berbagai cara.

7. Komitmen dan menghormati

Wirausaha harus komitmen dengan apa yang mereka jalankan dan menghargai komitmen dengan pihak-pihak lain. Wirausaha yang menjunjung komitmen terhadap apa yang telah diucapkan atau disepakati akan dihargai oleh berbagai pihak.

Ciri-ciri wirausaha yang dikatakan berhasil menurut Kasmir (2010:27) adalah:

1. Memiliki Visi dan tujuan yang jelas

Hal ini berfungsi untuk menebak ke mana langkah dan arah yang dituju, sehingga dapat diketahui apa yang akan dilakukan oleh wirausaha tersebut.

2. Inisiatif dan selalu proaktif

Ini merupakan ciri mendasar di mana wirausaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.

3. Berorientasi pada prestasi

Wirausaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktivitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya.

4. Berani mengambil risiko

Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seseorang wirausaha kapan pun dan dimana pun, baik dalam bentuk uang maupun dalam bentuk waktu.

5. Kerja keras

Jam kerja wirausaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ ia datang, Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.

6. Bertanggung jawab

Wirausaha yang sukses akan selalu bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggung jawab seorang wirausaha tidak hanya pada material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.

7. Komitmen

Wirausaha pada berbagai pihak harus mempunyai komitmen pada berbagai pihak. Karena komitmen merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.

8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak

Hubungan baik yang perlu dijalankan wirausaha antara lain kepada para pelanggan, pemerintah, pemasok serta masyarakat luas.

C. Teori kompetitif : Model Lima Kekuatan Porter

Model lima kekuatan porter (Porter'S Five Forces) tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industry. Intensitas persaingan antar perusahaan sangat beragam dari satu industri ke industri yang lain.

Menurut Porter dalam David (2012:146) ada lima kekuatan dalam persaingan industry :

1. Persaingan antar perusahaan saingan
Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing.
2. Potensi masuknya pesaing baru
Jika perusahaan dapat dengan mudah masuk ke suatu industry tertentu intensitas persaingan antar perusahaan akan meningkat.
3. Potensi pengembangan produk-produk pengganti
Dibanyak industry, perusahaan berkompetisi ketat dengan produsen produk-produk pengganti di industri lain.
4. Daya tawar pemasok
Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industry khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok atau ketika terdapat hanya sedikit bahan mentah pengganti yang bagus atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lainnya tinggi.
5. Daya tawar konsumen
Ketika konsumen berkonsentrasi atau berbelanja atau membeli dalam volume besar, daya tawar mereka dapat mempresentasikan kekuatan besar yang mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industry.



Gambar 3. Model Lima Kekuatan dari kompetisi David (2012:146)

III.METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Bukittinggi Provinsi Sumatera Barat. Kota Bukittinggi dipilih secara sengaja (*purposive*), artinya pemilihan daerah penelitian berdasarkan tujuan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Pemilihan lokasi penelitian di Kota Bukittinggi, karena daerah ini menjadi salah satu daerah kunjungan wisata yang memiliki banyak produk unggulan, salah satunya adalah produk olahan kopi. Penelitian akan dilaksanakan selama 6 bulan setelah proposal penelitian ini disetujui untuk didanai dengan dana BOPTN Universitas Andalas oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Andalas.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. Metode survei adalah metode untuk membedah dan menguliti serta mengenal masalah-masalah serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktik-praktik yang sedang berlangsung (Nazir 2009:54-56).

Metode survei ini yang merupakan salah satu jenis metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta antar fenomenal yang diselidiki. Maka dari itu, peneliti memilih metode survei untuk menganalisis daya saing produk olahan kopi di Kota Bukittinggi

C. Metode Pengambilan Responden

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang mengolah kopi di Kota Bukittinggi. Sampel yang diambil adalah sampel yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh peneliti sehingga dapat mengurangi bias penelitian. Pengambilan sampel dilakukan secara *simple random sampling* (acak sederhana)

terhadap 30 pelaku usaha dari total 72 pelaku usaha pengolahan kopi yang ada di Kota Bukittinggi. Menurut Sugiyono (2011:74) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

D. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder yang berkaitan dengan penelitian. Data primer diperoleh dari pelaku usaha pengolahan kopi di Kota Bukittinggi dengan cara pengamatan dan wawancara. Wawancara dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan membuat pertanyaan tertutup, semi tertutup dan terbuka. Khusus untuk mencapai tujuan kedua penelitian, kuisisioner dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu. Hal ini dilakukan agar kuisisioner yang digunakan memang akurat dan layak untuk digunakan. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara penanya atau pewawancara dengan penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara) (Nazir 2009:193). Sebelum menyebarkan kuisisioner, peneliti terlebih dahulu menanyakan kesediaan dari pelaku usaha olahan kopi untuk mengisi kuisisioner.

Data sekunder diperoleh diperoleh dari instansi - instansi pemerintah maupun pihak-pihak terkait seperti Dinas koperasi dan perdagangan Provinsi Sumatera Barat dan Kota Bukittinggi dan berbagai literature untuk mendukung serta memenuhi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian yang diperoleh dari buku, tulisan ilmiah, media massa baik cetak maupun elektronik, internet, dan sumber lainnya yang dapat dipercaya.

E. Variabel Yang Diamati

Variabel yang diamati dalam penelitian berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai yakni mengetahui jiwa kewirausahaan pelaku usaha, menganalisis pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap produk yang dihasilkan dan menganalisis daya saing produk yang dihasilkan pelaku usaha kopi olahan di Kota Bukittinggi. Adapun aspek yang diamati dalam penelitian :

1. Untuk mencapai tujuan pertama mengetahui jiwa kewirausahaan pelaku usaha kopi olahan di Bukittinggi atribut yang diamati :
 - a. Visi dan tujuan yang dimiliki pelaku usaha
 - b. Inisiatif dan proaktif pelaku usaha

- c. Orientasi prestasi yang dilakukan pelaku usaha
- d. Keberanian mengambil risiko pelaku usaha
- e. Kerja keras pelaku usaha
- f. Komitmen pelaku usaha
- g. Tanggungjawab pelaku usaha
- h. Inovasi pelaku usaha
- i. Ulet
- j. Logis
- k. Percaya diri
- l. Wawasan luas
- m. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak

Pemilihan atribut tersebut diatas sesuai dengan teori yang dikemukakan Kasmir (2014:30), tentang ciri-ciri wirausaha. Menurut Kasmir (2010:19) secara sederhana arti wirausaha (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti

2. Untuk mencapai tujuan kedua mengetahui orientasi kewirausahaan terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha digunakan dua variabel (variabel bebas dan variabel tidak bebas)

a. Variabel bebas (*independent*)

Variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau berubah/mempengaruhi variabel terikat. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi atribut-atribut dari aspek (Ryadi dan Ni Nyoman, 2016:1915-1941):

1. Orientasi kewirausahaan (X_1)

- a. Memperkenalkan produk baru dengan cepat.
- b. Meminimalkan biaya.
- c. Menciptakan produk dengan nilai tambah.
- d. Menciptakan nilai melalui usaha nonproduk.
- e. Berusaha mencari cara untuk menghindari kegagalan.
- f. Berani menerima tingkat risiko.
- g. Berani menerima risiko kegagalan.
- h. Berani kehilangan peluang

2. Kemampuan inovasi (X_2)
 - a. Packaging desain produk.
 - b. Penambahan varian produk.
 - c. Penambahan fitur varian produk.
 - d. Kontrol kualitas.
 - e. Standar kualitas.
 - f. Pengembangan kualitas

b. Variabel terikat (tidak bebas)

Variabel terikat adalah variabel yang nilainya dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas) (Siregar, 2012: 19). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja produk (Y) (Novandari *et al.*, 2010):

- a. Kualitas bahan baku.
- b. Profitabilitas.
- c. Keunikan desain.
- d. Kualitas produk.
- e. Keberagaman produk

Untuk mencapai tujuan ketiga menganalisis daya saing produk olahan kopi digunakan konsep keunggulan kompetitif “*The Five Forces Model of Industry Competition* dari Michael Porter :

- a. Ancaman dari pendatang baru (*threat of new entrants*)
- b. Ancaman dari produk pengganti (*threat of substitute products*)
- c. Kekuatan tawar-menawar dari pemasok (*bargaining power of suppliers*)
- d. Kekuatan tawar-menawar dari pembeli (*bargaining power of buyers*)
- e. Persaingan kompetitif di antara anggota industri (*rivalry among competitive firms*)

F. Analisa Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif dilakukan untuk mencapai tujuan pertama dan ketiga penelitian yakni mengidentifikasi jiwa kewirausahaan pelaku usaha dan menganalisis persaingan dari produk yang dihasilkan.

Pengukuran data menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang menggunakan ukuran ordinal dan dapat membuat ranking yaitu Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Ragu-Ragu, Setuju dan Sangat Setuju (Nazir, 2011:338). Skala ini digunakan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosia Sugiyono (2015:168)

Untuk pengisian kuesioner telah tersedia alternatif jawaban dari setiap item sehingga responden dapat memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapat dan keadaannya sendiri. Pengukuran yang digunakan untuk setiap item pertanyaan terdapat lima alternatif. Lima alternatif jawaban yang akan digunakan diberi skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Adapun untuk perhitungannya adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju : skor 5
- b. Setuju : skor 4
- c. Ragu-ragu : skor 3
- d. Tidak Setuju : skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju : skor 1

Untuk membuat kriteria pengukuran variabel digunakan rumus (Riduwan,2007:15)

$$Interval (I) = \frac{Skor\ Tertinggi - Skor\ Terendah}{Banyak\ Kelas}$$

Sedangkan untuk mencapai tujuan kedua mengetahui pengaruh jiwa kewirausahaan pelaku usaha terhadap produk yang dihasilkan digunakan analisis ekonometrika dengan menggunakan regresi berganda.

G. Uji Instrumen (validasi dan Reabiliti)

Menurut Siregar (2011) uji instrumen (uji kuesioner) harus dilakukan agar alat pengukur yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian mempunyai validitas dan reliabilitas yang tinggi. Menurut Sugiyono (2015:203) valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti

Dikatakan valid bila skor variabel tersebut berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya. Teknik korelasi yang digunakan korelasi Pearson Product Moment. Keputusan ujiannya adalah sebagai berikut:

Bila r hitung $>$ dari r tabel H_0 ditolak, artinya variabel Valid

Bila r hitung $<$ dari r tabel H_0 gagal ditolak, artinya variabel tidak valid

Reliabilitas adalah derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono) (2015:4). Jadi reliabilitas dapat diartikan sebagai karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran. Pengukuran *reliabilitas* dapat dilakukan dengan dua cara;

- a. *Repeated Measure* atau ukur ulang
- b. *One shot* atau diukur sekali saja.

Pada uji kuesioner yang dilakukan, hanya akan dilakukan pengukuran sekali saja (*one shot*). Pengujian reliabilitas dimulai dengan uji *validitas* terlebih dahulu. Jika pertanyaan tidak *valid*, maka pertanyaan tersebut dibuang. Pertanyaan-pertanyaan yang sudah *valid* kemudian baru secara bersama-sama diukur reliabilitasnya. Untuk mengetahui reliabilitas dilakukan dengan cara melakukan uji *Cronbach Alpha*; keputusan uji :

- a. Bila *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$ artinya variabel *reliable*
- b. Bila *Cronbach Alpha* $< 0,6$, artinya variabel tidak *reliable*

Uji kuesioner rencana akan dilakukan kepada 10 pelaku sampel. Untuk mengetahui validitas suatu instrumen/kuesioner dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor masing-masing variabel (pertanyaan).

H. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda berguna dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas, untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat (Santoso, 2000: 369). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistik *SPSS 20.0 for windows* untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Untuk melihat pengaruh

jiwa kewirausahaan terhadap produk yang dihasilkan digunakan model regresi berganda. Model regresi berganda menurut Gujarati (2003) adalah sebagai berikut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Kinerja Produk

X₁ = Orientasi kewirausahaan

X₂ = Kemampuan Inovasi

β₀, β₁ = pendugaan konstanta

e = Error

I. Kriteria Statistik

Untuk dapat memperoleh hasil regresi yang terbaik maka harus memenuhi kriteria statistik sebagai berikut:

a. Koefisien Determinasi (R²)

Nilai R² ini mempunyai *range* antara 0 sampai 1 atau (0 ≤ R² ≤ 1). Semakin besar R² (mendekati 1) semakin baik hasil regresi tersebut, dan semakin mendekati 0 maka variabel independen secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel depende

b. Uji F

Uji F hitung dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

1. Hipotesis:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_i = 0,$$

Artinya variabel independen (jiwa kewirausahaan : visi dan tujuan, inisiatif dan proaktif, orientasi prestasi, keberanian mengambil risiko, kerja keras, komitmen, tanggungjawab, inovasi) secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (produk yang dihasilkan).

$$H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq \beta_i \neq 0,$$

Artinya variabel independen (jiwa kewirausahaan : visi dan tujuan, inisiatif dan proaktif, orientasi prestasi, keberanian mengambil risiko, kerja keras, komitmen, tanggungjawab, inovasi) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (produk yang dihasilkan)

2. Pengambilan keputusan berdasar F hitung dan F tabel

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. $F_{tabel}: F_{\alpha (k-1; n-k)}$ pada Level of Significance $(\alpha) = 0,05$

c. Uji t

Uji t dilaksanakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan.

1. Hipotesis

$H_0: b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$,

artinya variabel independen (jiwa kewirausahaan : visi dan tujuan, inisiatif dan proaktif, orientasi prestasi, keberanian mengambil risiko, kerja keras, komitmen, tanggungjawab, inovasi) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (produk yang dihasilkan)

$H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$,

artinya variabel independen (jiwa kewirausahaan : visi dan tujuan, inisiatif dan proaktif, orientasi prestasi, keberanian mengambil risiko, kerja keras, komitmen, tanggungjawab, inovasi) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (produk yang dihasilkan)

2. Pengambilan Keputusan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak berarti variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Level of Significance $(\alpha) = 0,05$ $t_{tabel}: t_{\alpha / 2 (n-k)}$.

IV. HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Daerah Penelitian

Secara geografis Kota Bukittinggi membentang antara 100°20' - 100°25' Bujur Timur dan antara 00°16' - 00° 20' Lintang Selatan. Posisi ini menjadikan iklim di Bukittinggi masuk kedalam iklim tropis. Letak Bukittinggi pada ketinggian antara 780 - 950 meter diatas permukaan laut, menyebabkan udara di Bukittinggi relatif sejuk dan cocok untuk tempat peristirahatan dan tujuan wisata. Letak geografis ini cukup strategis, terutama bila dikaitkan dengan posisi sentral Bukittinggi terhadap lintasan regional antar ibukota provinsi, seperti lintasan dari Padang ke Medan, dan lintasan dari Padang ke Pekanbaru.

Luas Kota Bukittinggi $\pm 25,239 \text{ Km}^2$ (2.523,90 ha) atau sekitar 0,06 % dari luas Propinsi Sumatera Barat. Pada saat ini luas kota tersebut menampung seluruh kegiatan yang berlangsung di Kota Bukittinggi, selaras dengan fungsi kota Bukittinggi sebagai kota perdagangan, jasa, dan pariwisata yang melayani tidak hanya terbatas pada pelayanan tingkat kota Bukittinggi, tetapi juga sampai lingkup yang lebih luas, maka kegiatan pada siang hari menjadi jauh lebih besar daripada malam hari.

Secara administrasi Kota Bukittinggi berbatasan dengan beberapa wilayah administrasi pemerintahan Kabupaten Agam, yaitu :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Nagari Gadut dan Kapau; Kecamatan Tilatang Kamang; Kabupaten Agam.
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Nagari Banuhampu; Kecamatan Banuhampu Sungai Puar; Kabupaten Agam.
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Nagari Sianok, Guguk, dan Koto V Gadang; Kecamatan IV Koto; Kabupaten Agam.
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Nagari Tanjung Alam, Ampang Gadang; Kecamatan IV Angkat Candung Kabupaten Agam.

Kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Bukittinggi adalah :

1. **Kecamatan Guguk Panjang** dengan luas areal 6,831 km² (683,10 ha) atau 27,06 % dari total luas Kota Bukittinggi yang meliputi 7 kelurahan.

2. **Kecamatan Mandiangin Koto Selayan** dengan luas areal 12,156 km² (1.215,60 ha) atau 48 % dari total luas Kota Bukittinggi yang meliputi 9 kelurahan.
3. **Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh** dengan luas areal 6,252 km² (625,20 ha) atau 24,77% dari total luas Kota Bukittinggi yang meliputi 8 kelurahan.

Tabel 4. Luas Daerah Kota Bukittinggi

No	Uraian	Jumlah / Kegiatan
1	Luas Daerah	6,831Km ²
2	Jumlah Kelurahan	7 Kelurahan
3	Jarak dari Ibu Kota Provinsi	90 km
4	Ketinggian dari permukaan laut	700 meter
5	Suhu Udara rata-rata	19 - 27 ⁰ C

Kegiatan pertanian mencakup kegiatan pengusahaan tanaman pangan (padi dan palawija), hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan. Pada tahun 2014, tercatat total lahan di kecamatan Guguk Panjang sebesar 683,10 Ha yang terdiri dari 12,73 Ha lahan sawah dan 670,37 Ha lahan kering. Adapun dalam penggunaannya, tercatat a pada lahan kering penggunaan lahan terbesar d pat pada usaha ladang/huma/tegal/kebun.

Industri di Kecamatan Guguk Panjang di dominasi oleh segmen industri perdagangan besar dan eceran yaitu sebanyak 104 a. Kemudian usaha akomodasi, makanan dan minuman s yak 1331 usaha,jasa kemasyarakatan sosbud hiburan sebanyak 822 usaha, industri pengolahan sebanyak 737 usaha, real estate usa rsewaan sebanyak 628 usaha dan transportasi pergudangan munikasi sebanyak 486 usaha.

B. Identifikasi Jiwa Kewirausahaan Pelaku Usaha Kopi di Kota Bukittinggi

Jiwa kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (create new and different) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko. Kebiasaan berinisiatif akan melahirkan kreativitas (daya cipta) setelah itu melahirkan inovasi.

Berani mengambil resiko merupakan salah satu jiwa yang dimiliki oleh seorang wirausaha. Berdasarkan hasil penelitian usaha kopi di Kota Bukittinggi, sebesar 97% atau

sebanyak 29 pelaku usaha agroindustri kopi di Kota Bukittinggi menempuh segala resiko untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Hal ini dapat dikatakan sebagian besar pelaku usaha kopi di kota Bukittinggi memiliki salah satu jiwa kewirausahaan. Dalam melakukan sesuatu, semua pelaku usaha kopi yaitu sebanyak 30 orang selalu memikirkan tujuan dari perbuatan tersebut. Hal ini dikarenakan bahwa tujuan adalah hal penting dalam melakukan sesuatu.

Semua pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi ini senang mengerjakan sesuatu yang memang cocok untuk dirinya. Namun tidak semua pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi yang menyukai tantangan, hanya sebanyak 80% dari semua pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi. Kewenangan penuh atas diri sendiri merupakan salah satu jiwa kewirausahaan yang dikemukakan oleh Joseph Schmidt. Berdasarkan hasil penelitian di Kota Bukittinggi, jiwa kewirausahaan mengenai kewenangan penuh atas diri sendiri ini dimiliki sebanyak 83 % dari total pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi. Sebanyak 90% pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi ini juga termasuk orang yang optimis dalam melakukan sesuatu.

Suka membenamkan diri sepenuhnya terhadap pekerjaan merupakan salah satu jiwa kewirausahaan yang penting di miliki oleh seorang wirausaha. Sebanyak 83,3 % pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi senang membenamkan diri sepenuhnya terhadap pekerjaan. Sebanyak 87% atau sebanyak 26 orang pelaku usaha kopi selalu puas atas apa yang telah dilakukan dan dihasilkan selama ini.

Standar yang tinggi dan kualitas yang baik penting dalam menghasilkan suatu produk, hal ini dikarenakan kualitas dapat mempertinggi harga jual dari suatu produk. Pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi sangat mementingkan kualitas kopi yang mereka hasilkan, hal ini tergambar dari sebagian besar pelaku usaha kopi atau sebanyak 90% mementingkan kualitas produk kopi yang mereka hasilkan.

Untuk menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi dari suatu produk pentingnya melakukan eksperimen dan gagasan baru untuk menciptakan suatu produk bernilai tambah tersebut. Namun, jiwa kewirausahaan ini hanya sebagian atau sebanyak 50% saja yang dimiliki oleh pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi. Sebanyak 80% pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi menganggap perkembangan diri dan profesi lebih penting daripada rasa tenang, uang dan gengsi.

Bekerja keras dalam mencapai sasaran yang diinginkan merupakan salah satu jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh seorang wirausaha. Sebagian besar atau sebanyak 97% pelaku usaha di Kota Bukittinggi memiliki jiwa kewirausahaan dalam hal bekerja keras untuk mencapai sasaran yang diinginkan. Namun hanya sebesar 73% pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi yang biasa menggabungkan daya nalar dan intuisi sekaligus dalam setiap pengambilan keputusan.

Kreativitas merupakan salah satu jiwa kewirausahaan yang semestinya dimiliki oleh seorang wirausaha. Berdasarkan hasil penelitian, hanya sebesar 60% pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi yang memiliki kreativitas dalam menghasilkan produk kopi. Hal ini juga tergambarkan dengan hanya sebanyak 63% pelaku usaha kopi di Bukittinggi yang menganggap diri sendiri adalah orang yang paling tepat untuk mengambil keputusan untuk diri sendiri dan tidak peduli jika keputusan itu menentang arus.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya mengenai masing-masing indikator yang mengukur jiwa kewirausahaan pelaku usaha kopi di kota Bukittinggi didapatkan bahwa sebagian besar pelaku usaha memiliki jiwa kewirausahaan. Hal ini dilihat dari penjumlahan untuk masing-masing indikator jiwa kewirausahaan yang didapatkan nilai sebesar 73% atau sebanyak 22 orang pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi memiliki point yang tinggi dalam menggambarkan jiwa kewirausahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian kecil saja pelaku usaha kopi yang tidak memiliki jiwa kewirausahaan yaitu sebesar 27%. Jika setiap pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi yang memiliki jiwa kewirausahaan terus dikembangkan, tentunya akan meningkatkan jiwa kewirausahaan yang nantinya akan berdampak pada pengembangan usaha kopi di Kota Bukittinggi dan meningkatkan penciptaan nilai tambah serta pendapatan yang lebih tinggi bagi masing-masing pelaku usaha kopi di Kota Bukittinggi.

C. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap kinerja produk yang dihasilkan

a. Penilaian pelaku usaha terhadap kinerja produk dan orientasi kewirausahaan

Penilaian kinerja produk dilakukan terhadap bahan baku, produk yang dihasilkan dan keuntungan yang ingin diperoleh. Penilaian pelaku usaha terhadap bahan baku meliputi penilaian terhadap kualitas, harga dan kemudahan memperoleh bahan baku. Sebanyak 66,7% pelaku usaha menyatakan pentingnya kualitas bahan baku yang digunakan, 63,3% pelaku usaha juga beranggapan bahwa harga bahan sangat menentukan produk

yang dihasilkan dan hanya 33,3% pelaku usaha yang menyatakan bahwa kemudahan mendapatkan bahan baku mempengaruhi produk produk. Untuk penilaian produk, hanya 10% pelaku usaha yang menganggap keunikan produk untuk menjadi daya tarik konsumen sangat penting, namun 53,3% responden menyatakan kualitas produk sangat mempengaruhi daya tarik konsumen. Untuk penilaian terhadap keuntungan yang sebanyak 56,7% responden menyatakan keuntungan yang diinginkan mempengaruhi produksi yang dihasilkan.

Penilaian terhadap orientasi kewirausahaan dimulai pada penilaian visi, misi serta tujuan usaha yang ingin dicapai. Sebanyak 43,3% pelaku usaha menganggap bahwa pentingnya memiliki visi, misi dan tujuan usaha yang jelas yang ingin dicapai dimasa depan. Selanjutnya, penilaian terhadap pengenalan produk, hanya 13,3% pelaku usaha menilai pentingnya memperkenalkan produk baru dengan cepat dan hanya 30% pelaku usaha yang selalu menciptakan produk dengan nilai tambah. Sebanyak 76,7 persen pelaku usaha setuju untuk meminimalkan biaya produksi dan biaya lainnya dalam kegiatan usaha dan 43,3% pelaku usaha menilai pentingnya mencari cara untuk menghindari kegagalan dan hanya 30% pelaku usaha sangat berani menerima berbagai risiko. Penilaian ini seiring dengan kesiapan pelaku usaha dalam menerima risiko kegagalan, dimana sebanyak 26,7% pelaku usaha berani menerima risiko kegagalan dan 36,7% pelaku usaha berani kehilangan peluang.

b. Pengaruh Orietansi Kewirausahaan terhadap Kinerja Produk

Melihat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja produk agroindustri kopi di Kota Bukittinggi digunakan beberapa variabel bebas yang lain selain orientasi kewirausahaan (X_1) yakni kemampuan inovasi (X_2), kemampuan manajemen (X_3), dan strategi bisnis (X_4). Hasil analisis regresi faktor yang mempengaruhi kinerja produk (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Produk

Variabel	Koefisien	t_{hit}	Signifikan
Konstanta	11,563	7,522	0,000
Orientasi kewirausahaan (X_1)	0,048	-0,312	0,758
Kemampuan inovasi (X_2)	0,226	2,057	0,051
Kemampuan manajemen (X_3)	0,235	2,146	0,042
Strategi bisnis (X_4)	-0,002	0,027	0,978

$$\begin{aligned} F_{hitung} &= 7,136 \\ R_{square} &= 0,533 \end{aligned}$$

Analisis regresi diperoleh persamaan yakni $Y = 11,563 - 0.048 X_1 + 0.226X_2 + 0.235X_3 - 0.002X_4 + e$. Dari persamaan diketahui bahwa variabel orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis memiliki hubungan negatif terhadap kinerja produk. Ini menunjukkan bahwa peningkatan orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis, tidak meningkatkan kinerja dari produk tersebut. Sedangkan kemampuan inovasi dan kemampuan manajemen memiliki hubungan positif terhadap kinerja produk, artinya peningkatan inovasi yang dilakukan pelaku dan kemampuan manajemen dalam mengelola usaha akan meningkatkan kinerja produk yang dihasilkan.

Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,53. Nilai ini menunjukkan variabel orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, kemampuan manajemen dan strategi bisnis menjelaskan kinerja produk sebesar 53%., sedangkan sisanya 47% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini. Pengujian secara serempak (bersama-sama) nilai $F_{hitung} = 7,136$ lebih besar dari $F_{tabel} = 4,18$, ini menunjukkan secara keseluruhan variabel orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, kemampuan manajemen dan strategi bisnis mempengaruhi kinerja produk. Untuk pengujian parsial (uji t) t_{hitung} lebih kecil t_{tabel} 2,055, ini menunjukkan variabel orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis yang tidak berpengaruh terhadap kinerja produk, sedangkan variabel kemampuan inovasi dan kemampuan manajemen memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja produk karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .

Kinerja produk pada agroindustri kopi dari hasil penilaian pelaku usaha relatif mempertimbangkan kualitas bahan baku. Bahan baku menjadi bagian penting dalam proses produksi suatu usaha. Bahan baku yang umumnya digunakan pada agroindustri kopi di Kota Bukittinggi adalah biji kopi jenis robusta. Bahan baku yang digunakan berasal dari daerah Baso, Panta, Batusangkar serta Palupuh. Dalam pengadaan bahan baku dan harga kopi, umumnya pelaku usaha tidak mengalami kendala, karena sudah adanya hubungan kerjasama yang sudah berlangsung lama dengan pemasok biji kopi.

Hasil analisis data regresi menunjukkan orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja produk. Berdasarkan pengamatan dan mengkaji hasil analisis data ditemukan bahwa pelaku usaha pengolahan kopi di Kota Bukittinggi tidak berupaya untuk proaktif mengembangkan produk yang dihasilkan. Salah satu faktornya, karena tuntutan konsumen di daerah Kota Bukittinggi sendiri tidak terlalu memperhatikan pengembangan

yang diciptakan oleh pelaku usaha. Konsumen seperti individu ataupun warung warung kopi, tidak memperlmasalahkan tampilan luar dari produk (misalnya, kemasan). Konsumen merasa sudah mengenal baik produsen pengolah kopinya, sehingga tidak menggunakan merekpun (plastik putih), mereka akan tetap membeli. Bahkan mereka cenderung lebih suka yang tidak menggunakan merek, karena mengingat *packaging* (plastik yang bermerek) akan menambah biaya produksi dari produsen dan menambah tinggi harga jual kopi kepada konsumen. Namun begitu, konsumen yang berada di luar Kota Bukittinggi, justru menginginkan adanya tampilan yang menarik dari kopi yang dibeli. Kondisi ini harusnya menuntut pelaku usaha berupaya melakukan inovasi-inovasi terhadap produk usaha.

Hasil berbeda diperoleh dari penelitian Ryadi dan Nyi Yoman (2016) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja produk Industri Menengah Kecil (IKM) sektor industri makanan di Kota Denpasar. Hal ini menunjukkan semakin tinggi orientasi kewirausahaan para wirausahawan IMK sektor industri makanan, maka akan semakin tinggi pula kinerja produk yang dihasilkan oleh para wirausahawan IMK sektor industri makanan.

Lebih lanjut hasil penelitian Suci (2009), juga menegaskan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada industri kecil menengah bordir di Jawa Timur. Hal ini menunjukkan keberhasilan usaha sangat bergantung dari tingkat motivasi pengusahanya. Dengan kata lain orientasi wirausaha menentukan kinerja usaha. *Entrepreneur* berkaitan dengan kemampuan mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang lebih baik yang dapat diukur dengan keberhasilan diri, toleransi akan risiko, dan kebebasan dalam bekerja. Kinerja UKM merupakan prestasi yang dicapai dalam satu periode tertentu yang diukur dengan peningkatan penghasilan, peningkatan penjualan, dan peningkatan keuntungan (Sari,2014)

D. Analisis Daya Saing Agroindustri Kopi Di Kota Bukittinggi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 5 kategori daya saing menurut porter yang dianalisis yaitu persaingan antar perusahaan sejenis, ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pembeli, dan kekuatan tawar menawar pemasok, agroindustri kopi di Kota Bukittinggi termasuk kedalam kategori daya saing bernilai sedang. Seperti terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6. Hasil penilaian terhadap daya saing agroindustri kopi di Kota Bukittinggi

Indikator	Pernyataan	Nilai Rata2 Responden	Kategori *
Persaingan Antar Perusahaan Sejenis	1	3.67	Sedang
	2	3.83	Tinggi
	3	3.60	Sedang
	4	3.13	Sedang
	5	3.97	Tinggi
	6	3.87	Tinggi
	7	3.73	Sedang
Ancaman Pendetang Baru	8	3.40	Sedang
	9	3.80	Tinggi
	10	3.47	Sedang
	11	3.77	Tinggi
Ancaman Produk Pengganti	12	3.17	Sedang
	13	2.33	Rendah
	14	2.27	Rendah
	15	2.93	Sedang
Tawar Menawar Pembeli	16	3.50	Sedang
	17	2.90	Sedang
	18	3.27	Sedang
Tawar Menawar Pemasok	19	3.33	Sedang
	20	4.33	Tinggi
	21	2.93	Sedang
	22	3.93	Tinggi

***Kategori**

Rendah = 1 Sampai 2.33

Sedang = 2.43 Sampai 3.73

Tinggi = 3.8 Sampai 5.1

Hal ini menunjukkan bahwa agroindustri kopi di Kota Bukittinggi masih memiliki persoalan pada biaya yang tinggi, terdapat persaingan dengan produk sejenis, pertumbuhan usaha yang lamban, kemungkinan produk yang masih dapat diimitasi dan peluang konsumen

beralih ke produk pesaing sesuai dengan selera atau trend yang ada. Namun agroindustri kopi ini termasuk memiliki jalur pemasaran yang efisien karena memiliki pelanggan yang loyal terhadap produk.

DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 1995. *Budidaya Tanaman Kopi*. Jakarta : Kanisus BPS. 2015. Peningkatan Kinerja Pertanian Menuju Kedaulatan Pangan. Jakarta
- BPS. 2015. Peningkatan Kinerja Pertanian Menuju Kedaulatan Pangan. Jakarta
- BPS. 2015. Sumatera Barat Dalam Angka 2014. Padang
- BPS. 2016. Sumatera Barat Dalam Angka 2015. Padang
- Daryanto, Arief. 2009. *Dinamika Daya Saing Industri Peternakan*. IPB Press. Bogor
- David, Fred R. 2012. *Manajemen Strategis*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Dirjen Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2005. *Revitalisasi Pertanian Melalui Agroindustri Pedesaan*. Jakarta : Departemen Pertanian.
- Gurajati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar. Penerjemah Soemarno Zain*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Herman. 2003. *Membangkitkan kembali Peran Komoditas Kopi Bagi Perekonomian Indonesia*. Program S3 IPB Bogor.
- Kasmir. 2010. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Nazir, M. 2009. *Metode Penelitian*. Cet ke-5. Jakarta. Ghalia Indonesia
- Novandari, Weni, Setyawati, Sri M., dan Wulandari, Siti Z. 2011. Analisis Kinerja Produk UKM Batik Banyumas dengan Menggunakan *Metode Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Potential Gain of Costumer Value (PGCV) Index*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, (18)2: h: 104-113.
- Porter, Michael.E. 1993. *Keunggulan Bersaing*. Alih Bahasa Agus Dharma, Agus Maulana. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Riduwan. 2007. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Ryadi N Al Khowarizmi dan Ni Nyoman Kerti Yasa. 2016. Kemampuan Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Produk Imk Sektor Industri Makanan Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 3, 2016: 1915 – 1941
- Sari, Maya. 2014. *Enterpreneur Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Medan*. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Volume 14 Nomor 1*

- Siregar, Chairil Nur. Antropologi Kebudayaan Minangkabau. Bandung: Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung.
- Siregar, Syofian. 2014. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif.. Cetakan Kedua. Jakarta. Penerbit Bumi Aksara
- Soedjais, zainal. 2003. Good Governance, Daya Saing dan Investasi Global. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Vol.6 No. 3 Maret 2003
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Pertama. Penerbit CV. Alpha Beta. Bandung.
- Suryana. 2006. Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.