

**ANALISIS PROSPEKTIF AGROINDUSTRI KOPI
DI KABUPATEN KERINCI****PROSPECTIVE ANALYSIS AGRO-INDUSTRY COFFEE
IN KERINCI DISTRICT****¹Mardianis, ²M. Rialdi Syaputra.***^{1,2}Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Jambi.**Jl. R.M. Nur Atmadibrata No. 1 A Telanaipura Jambi**email : ¹ mardiburhan@gmail.com***ABSTRACT**

Kerinci Regency has great potential for the development of agro-industrial coffee in addition to its land area and high productivity as well as having coffee shops scattered in various places. This research aims to determine the types of coffee products that are prospective to be marketed and to see the technical and financial feasibility of developing the coffee agro-industry in Kerinci Regency. This research uses a descriptive method. Based on the analysis, it is known that the prospective coffee product in Kerinci Regency is green bean, where the most influencing factor in determining this product is the type of raw material. Green bean processing is carried out using the full wash technique to produce green beans with good uniformity. This green bean management business unit is located on Jalan Raya Batang Sangir, Kayu Aro District, Kerinci Regency. Based on the results of the calculation of the financial feasibility analysis, the NPV results were IDR 263,987,014, an IRR of 14.7%, and Net B / C of 1.54. From these results it can be seen that the management of green beans in Kerinci Regency is feasible. Based on the results of PP calculations, it can be seen that green bean management will recover investment funds that have been issued within 4 years, 6 years.

Keywords : *Green Bean, Prospective, Agroindustry*

ABSTRAK

Kabupaten Kerinci memiliki potensi yang besar untuk pengembangan agroindustri kopi selain luasan lahan dan produktifitasnya yang tinggi juga memiliki coffee shop yang tersebar diberbagai tempat. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan jenis produk kopi apa yang prospektif, pemasaran produk kopi yang prospektif dan melihat kelayakan teknis dan finansial untuk pengembangan agroindustri kopi di Kabupaten Kerinci. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Berdasarkan analisis diketahui bahwa produk kopi yang prospektif di Kabupaten Kerinci adalah green bean, dimana faktor yang paling mempengaruhi dalam penentuan produk ini adalah jenis bahan baku. Pengolahan green bean dilakukan dengan teknik full wash agar menghasilkan green bean dengan keseragaman yang baik. Unit Usaha pengelolaan green bean ini berada di Jalan Raya Batang Sangir, Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci. Berdasarkan hasil perhitungan analisis kelayakan finansial diperoleh hasil NPV sebesar Rp 263.987.014, IRR sebesar 14,7%, dan Net B/C sebesar 1,54.. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengelolaan green bean di Kabupaten Kerinci layak untuk dijalankan, Berdasarkan hasil perhitungan PP, dapat diketahui bahwa pengelolaan green bean akan memperoleh kembali dana investasi yang telah dikeluarkan dalam kurun waktu 4,6 tahun.

Kata Kunci : *Green Bean, Prospektif, Agroindustri*

PENDAHULUAN

Provinsi Jambi merupakan salah satu daerah penghasil kopi di Indonesia. Total luas areal kebun Kopi di Provinsi Jambi menurut (BPS Provinsi Jambi, 2020) pada tahun 2018 adalah 27.274 Ha sedangkan pada tahun 2019 bertambah menjadi 28.096 Ha, dengan jumlah produksi 16.588 Ton. Menurut (Dinas Perkebunan Provinsi Jambi, 2019) Produktivitas dalam menghasilkan Kopi/Ha Provinsi Jambi mencapai 997 Kg/Ha

termasuk tertinggi ke 4 (empat) di Indonesia dengan produksi kopi yang selalu stabil dari tahun ke tahun.

Kopi Arabika dan Kopi Robusta yang berasal dari Kabupaten Kerinci, dalam beberapa kegiatan lomba baik ditingkat Nasional maupun internasional, sebagaimana penghargaan yang diperolehnya diantaranya adalah:

1. Pada Tahun 2017, Peringkat Pertama pada Kontes Kopi Spesialti Indonesia ke 9 yang diselenggarakan oleh Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) yakni Kopi Arabika Kerinci yang dikirimkan oleh Koperasi Koerintji Barokah Jernih Jaya
2. Pada tahun 2018, Kopi Arabika Sumatera Koerintji juga meraih penghargaan *Silver Medal* pada ajang *Australian International Coffee Award* pada kategori *Pour Over Single Origin*. (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2018)

Kabupaten Kerinci merupakan salah satu produsen kopi di Indonesia. Kabupaten Kerinci terletak di Provinsi Jambi dengan ketinggian 500-1.500 mdpl dan luas wilayah mencapai 4200 km serta memiliki topografi berbukit dan bergelombang. Produksi kopi rakyat di Kabupaten ini mampu mencapai 203 kg/ha, hasil ini memang tergolong rendah bila dibanding produksi yang dicapai daerah penghasil kopi lainnya yang mampu mencapai lebih dari 500 kg/ha. (Dinas Perkebunan Provinsi Jambi, 2019).

Dengan topografi dataran tinggi salah satu perbedaan jenis kopi yang dihasilkan di Kabupaten Kerinci adalah jenis arabika yang tumbuh didataran tinggi >1.000 mDPL. Perkebunan rakyat jenis kopi Arabika terdapat di kecamatan Kayu Aro, kecamatan Gunung Tujuh, Desa Batu Hampar (kecamatan Kayu Aro Barat), kecamatan Gunung Raya, kecamatan Batang Merangin serta Sungai Penuh. Wilayah paling subur ada di kecamatan Kayu Aro yang berada di kaki Gunung Kerinci yang memiliki kandungan tanah vulkanis dengan curah hujan yang tinggi. Di Kecamatan Kayu Aro para petani memanfaatkan tanah yang subur sebagai areal perkebunan kopi dengan luas kebun ± 400 Ha yang berada pada ketinggian 1200 mdpl sampai dengan 1600 mdpl. Perkebunan kopi ini dikelola petani yang berasal dari wilayah sekitar hutan Taman Nasional Kerinci Seblat (TNKS). Sebagian tanaman kopi di Kerinci juga mulai akan diusahakan oleh Perusahaan Negara BUMN PTPN VI, dan pada tahun 2019 telah memproduksi 88.954Kg kopi basah (PT. Perkebunan Nusantara VI, 2019).

Peneliti sampai dengan saat ini masih belum menemukan, penelitian mengenai pengembangan agroindustri kopi di Kabupaten Kerinci, yang terkait tentang cara

menentukan produk kopi yang prospektif untuk dikembangkan di Kabupaten Kerinci dan dilakukan pengkajian berdasarkan berbagai aspek, yaitu aspek pemasaran, aspek teknis, dan aspek finansial. Hal ini menurut peneliti sangatlah penting, berdasarkan uraian dan beberapa penjelasan diatas guna mengetahui jenis produk kopi apa yang prospektif untuk pengembangan agroindustri kopi di Kabupaten Kerinci dan bagaimana pemasaran produk kopi yang prospektif serta kelayakan teknis dan finansial untuk pengembangan agroindustri kopi di Kabupaten Kerinci.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pengolahan data kuantitatif pada penelitian ini, yaitu dengan Metode Analys Hirarcy Proses (AHP) sebagaimana digunakan oleh (Saaty, 2008; Wardhono et al., 2012), analisis pemasaran dan kelayakan teknis (Widjaya, 2008) serta analisis kelayakan finansial dengan menggunakan kriteria-kriteria investasi seperti *Net Present Value* (NPV), *Net Benefit Cost Ratio* (*Net B/C*), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period* (PP). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan analisis kualitatif, yaitu analisis aspek pemasaran. Pelaksanaan penelitian dilakukan di Kabupaten Kerinci. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dihasilkan dari wawancara dan pengisian kuesioner oleh para pakar. Kemudian data sekunder yang dibutuhkan berupa data produksi kopi dan data perkebunan kopi. Instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu, Dinas Perkebunan, Badan Penanaman Modal Daerah, Dinas Koperas, Perindag dan UMKM serta instansi terkait lainnya di Kabupaten Kerinci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Prospektif Pengembangan Agroindustri Kopi di Kabupaten Kerinci

Dalam menentukan produk agroindustri kopi ini menggunakan metode AHP yang terdiri atas tiga level, yaitu *goal*, faktor, dan alternatif. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan produk kopi yang prospektif yang telah diidentifikasi, yaitu jenis bahan baku, kualitas bahan baku, harga bahan baku, kemudahan proses pengolahan, dan pemasaran produk. Melalui identifikasi juga diperoleh beberapa alternatif produk kopi, yaitu *green bean*, kopi sangrai, dan kopi bubuk.

Berdasarkan hasil analisis perbandingan pasangan dengan pendekatan AHP diperoleh data-data sebagai berikut:

Tabel 1. Bobot Prioritas Faktor Berdasarkan Tujuan

No	Faktor	Bobot AHP	Consistency_Ratio
1	Jenis Bahan Baku	0,314	0,005
2	Kualitas Bahan Baku	0,235	
3	Harga Bahan Baku	0,135	
4	Kemudahan Proses Pengolahan	0,120	
5	Pemasaran Produk	0,226	

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 2. Bobot Prioritas Alternatif Produk Bahan Baku Berdasarkan

No	Alternatif	Jenis		Kualitas		Harga		Kemudahan		Pemasaran Produk	
		AHP	C_R	AHP	C_R	AHP	C_R	AHP	C_R	AHP	C_R
1	Green Bean	0,284		0,328		0,304		0,326		0,165	
2	Kopi Sangrai	0,261	0,001	0,178	0,006	0,237	0,012	0,230	0,011	0,135	0,002
3	Kopi Bubuk	0,114		0,172		0,162		0,157		0,228	

Sumber: Data Olahan, 2019

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa faktor yang paling mempengaruhi penentuan produk kopi yang prospektif adalah jenis bahan baku dengan bobot AHP sebesar 0,314. Jenis bahan baku akan mempengaruhi cita rasa dari produk yang dihasilkan. Cita rasa tersebut dipengaruhi oleh kandungan kafein dan asam organik yang terdapat pada kopi (Ana Farida, Evi Ristanti, 2013). Pada Tabel 2 diketahui bahwa produk kopi prospektif yang terpilih adalah *green bean*. *Green bean* merupakan produk yang dihasilkan dari pengolahan *cherry bean*. Sedangkan alternatif produk kedua yang terpilih setelah *green bean* adalah kopi sangrai. Proses penyangraian merupakan proses pasca panen guna pembentukan dari cita rasa biji kopi (Karyadi et al., 2009). Pada proses ini diperlukan keterampilan dan pengalaman untuk menghasilkan kopi sangrai yang sesuai permintaan konsumen.

B. Pemasaran Produk Kopi yang Prospektif untuk Pengembangan Agroindustri Kopi di Kabupaten Kerinci

Adapun jumlah luas lahan per Kecamatan pada tahun 2017 dan Tahun 2018, berdasarkan (BPS Kerinci, 2018) sebaran areal tanaman Kopi terdapat di semua Kecamatan dalam Kabupaten Kerinci. Secara keseluruhan penambahan jumlah areal paling dominan adalah untuk jenis tanaman Kopi Arabika yaitu dari 809 Ha pada tahun 2017, bertambah seluas 288 Ha menjadi 1.097 Ha pada tahun 2018. Peningkatan jumlah

areal tanam kopi dari tahun 2017 ke tahun 2018, menjadi potensi berkembangnya agroindustri khususnya pemasaran produk komoditi Kopi Kerinci.

Terdapat beberapa usaha pengolahan kopi di Kabupaten Kerinci, yaitu Pabrik Kopi Pandawa Kincai, Kopi Kerinci Depati, ALKO Kopi Alam Korintji, UPH Kopi Arabika Koerintji BAROKAH, AMKO Kopi (Arabika Montana Korintji) dan Koperasi Koerintji Barokah Bersama (KKBB). Selain itu, di Kerinci juga terdapat 18 *coffee shop* dan telah mendapat binaan dari Dinas Koperindag Kab.Kerinci dan Dinas UMKM Kota Sungai Penuh. Kondisi di atas dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan produktivitas dan nilai tambah kopi Kerinci dengan memproduksi *green bean*. Dari wawancara dengan pelaku usaha diketahui bahwa bahan baku yang digunakan dalam produksi *green bean* adalah *cherry bean* jenis Robusta atau Arabica yang harga pada tingkat petaninya sebesar Rp 8.500,00/kg. *Cherry bean* tersebut akan diolah menjadi *green bean* yang memiliki harga jual Rp 105.000,00/kg. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengolahan *cherry bean* menjadi *green bean* memiliki nilai tambah yang sangat tinggi.

a) **Strategi Pemasaran**, perumusan strategi pemasaran dilakukan dengan analisis *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP):

- **Segmenting**

Segmentasi adalah pengelompokan pasar yang luas menjadi segmen yang lebih kecil sehingga dapat lebih efisien dan efektif serta sesuai dengan kebutuhan. Dari pengumpulan data dan wawancara dengan para pemangku kepentingan, diketahui bahwa segmentasi pelanggan yang dilakukan oleh pelaku agroindustri kopi dikelompokkan dalam 2 (dua) tipe segmen besar yaitu:

1.) **Kebutuhan Konsumen Kopi Biji (*Green Bean*)**

Kopi untuk kebutuhan ekspor adalah kopi yang masih dalam bentuk biji atau *green bean*, kebutuhan jenis kopi ekspor ini akan disesuaikan dengan permintaan eksportir nya. Biasanya pelaku agroindustri akan melakukan beberapa perlakuan pada saat pasca panen sampai dengan biji kopi siap untuk di ekspor.

Terdapat berbagai segmen produk biji kopi dilihat dari cara atau proses pengolahannya, seperti *Green Bean Semi Wash, Green Bean Full Wash, Green Bean Natural, Green Bean Honey* dan *Blue Koerintji*. Selain juga kebutuhan *Green Bean* untuk ekspor juga terdapat kebutuhan *Green Bean* bagi pelaku usaha *Coffee Shop* yang secara khusus dipesan oleh Konsumen, seperti disampaikan oleh Bapak Suryono:

“...pesanan khusus juga ada seperti untuk konsumen retail kopi “Starbuck” yang meminta perlakuan secara khusus sesuai dengan standar yang telah mereka tentukan, sehingga kopi kerinci sekarang dapat juga ditemukan di coffee shop starbuck dengan merk kopi kerinci....”

Dari wawancara yang dilakukan juga diketahui bahwa sebagian besar dari produksi kopi kerinci dikirim untuk memenuhi kebutuhan ekspor baik melalui pelabuhan di wilayah Padang, Medan dan Jakarta diperkirakan rata-rata mencapai 80% dari total produksi yang dihasilkan. Sedangkan sisanya adalah untuk diolah menjadi kopi bubuk dan konsumsi sendiri. Besarnya jumlah yang diekspor karena harga yang masih cukup menjanjikan dibanding di jual untuk konsumsi lokal. Harga untuk 1 Kg kopi yang berkualitas ekspor bisa mencapai Rp.80.000,-/Kg.

2.) Kebutuhan Konsumen Kopi Bubuk dan Lain-lainnya

Selanjutnya segmen kebutuhan pelanggan selain kopi biji terdapat segmen kebutuhan konsumen akan kopi bubuk. Konsumen yang membutuhkan kopi bubuk ini adalah untuk yang konsumsi langsung bagi penikmat kopi maupun bagi pelanggan *coffee shop* yang sudah banyak terdapat di Kabupaten Kerinci, Kota Sungai Penuh dan daerah lain. Selain itu juga terdapat paket kopi yang untuk dijadikan oleh-oleh bagi pengunjung dari luar Kerinci. Beberapa pelaku usaha di Kabupaten Kerinci juga telah mengembangkan sebagian produk olahan Kopi Kerinci menjadi parfum mobil dengan berbagai merk dengan bahan baku dari Kopi Kerinci.

- **Targeting**

Melalui segmen pasar tersebut dapat ditentukan target dalam pemasaran *green bean*. Penentuan target pasar ini juga mempertimbangkan perubahan perilaku yang terjadi pada konsumen kopi saat ini seiring dengan perkembangan zaman. Target pemasaran *green bean* adalah pabrik pengolahan kopi, *coffee shop*, dan konsumen kopi yang beberapa diantaranya memiliki serta melakukan pengolahan kopi sendiri.

Targeting merupakan proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran. Terdapat dua hal yang dipakai sebagai pertimbangan dalam menentukan *targeting* sesuai dengan hasil wawancara di lapangan, yaitu:

1.) Potensi Pasar Penjualan Kopi Kerinci

Pasar yang menjadi target atau sasaran dari Kopi Kerinci harus responsif terhadap produk yang di kembangkan. Langkah ini dimulai dengan studi segmentasi yang

jelas karena tanpa pasar sasaran yang jelas produsen menanggung resiko yang terlalu besar. Semakin besar pasar yang menjadi sasaran maka, semakin besar nilai yang akan didapat. Besarnya bukan hanya ditentukan oleh jumlah produksi tapi juga daya beli dan keinginan pasar untuk memiliki produk Kopi Kerinci.

2.) Potensi Luas Areal dan Produksi yang Meningkatkan

Dalam memenuhi kebutuhan pasar ekspor yang terus meningkat maka, selain dari kuantitas yang cukup tersedia, kualitas dari produk yang dihasilkan juga harus tetap terjaga sesuai standar yang ditentukan oleh pasar/konsumen. Beberapa dukungan dari Pemerintah Daerah terkait perluasan areal telah dilakukan, berdasarkan wawancara dengan pejabat terkait pada Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Kerinci, bahwa setiap tahunnya Dinas Perkebunan Provinsi Jambi selalu memberikan bantuan bibit dan alat untuk perluasan areal tanaman. Hal ini juga didukung dengan data statistik yang ada bahwa jumlah areal pada tahun 2018 dan 2019 bertambah dibanding sebelumnya.

- *Positioning*

Positioning adalah penempatan produk dengan ciri khas yang dimiliki produk itu sendiri sehingga mampu untuk bersaing dengan produk yang lain dengan ke khasannya. *Positioning* dari *green bean* ini adalah mengutamakan kualitas dari *green bean* yang dihasilkan. *Green bean* yang dipasarkan merupakan *green bean* kualitas *speciality*. Konsumen yang membeli dan mengonsumsi kopi yang dihasilkan sehingga kualitas dari pengolahan *green bean* akan merasakan cita rasa kopi terbaik.

Positioning Kopi Speciality Kerinci pada dasarnya telah mendapatkan posisi yang cukup baik, yang dibuktikan dengan beberapa juara kontes yang diikuti dan menempatkan Kopi Kerinci sebagai Kopi *speciality* terbaik ditingkat nasional dan international. Peminat Kopi Kerinci juga semakin meningkat. Hal ini didukung oleh pernyataan Ketua Asosiasi Petani dan Pedagang Kopi Kerinci, bapak Rusdi Farizal;

“...Saat ini jumlah peminat Kopi Kerinci makin meningkat, terutama Kopi Kerinci Jenis Kopi Arabica yang sudah pernah memenangkan kontes sebagai kopi *speciality* ditingkat nasional dan Internasional...”

b) Bauran Pemasaran, Bauran pemasaran *green bean* dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel (4P), yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Keunggulan produk *green bean* ini adalah dihasilkan dari *cherry bean superior* sehingga kualitas *specialty*. Selain itu, harga dari *green bean* ini juga tergolong murah,

yaitu dibawah harga normal biasanya, yaitu Rp 95.000,00 hingga Rp105.000,00. Tempat pendistribusian dari pemasaran *green bean* ini adalah seluruh Indonesia dan ekspor ke beberapa negara seperti Jerman, Amerika Serikat dan Tiongkok dengan rata-rata perbulan bisa mencapai 30 Ton yang diekspor dalam bentuk *green bean* (Biji kering). Distribusi *green bean* ini melibatkan media *online*, distributor, agen, grosir kopi, dan konsumen. Promosi *green bean* dilakukan dengan pemasangan iklan di media *online* dan *word of mouth* yang saat ini lebih efektif serta lebih dipercaya oleh calon konsumen untuk membeli produk..

C. Kelayakan Teknis dan Finansial Pengembangan Agroindustri Kopi di Kabupaten Kerinci

a) Lokasi Usaha

Unit usaha produksi *green bean* Kopi Kerinci saat ini terdapat di beberapa lokasi, seperti: Jalan Raya Batang Sangir, Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci. Dimana unit usaha ini memiliki beberapa anggota yang terdiri dari Kopi JJ (Jernih Jaya), Jaya Lestari Makmur (Jernih Jaya), Arta Sumber Rezeki, Cipta Karya Tani (Sungai Sikai), Persada (Sangir), Bangsa (Batang Sangir), Rahma Putri (Kersik Tuo), Pelangi (Giri Mulyo), Khasta (Sungai Tanduk), Bunga Arabika (Sungai Tanduk), Sari Arabika (Mekar Sari), Sari Makmur Jaya (Bedeng Baru), ASA (Sungai Asam) dan Batu Hampar Kopi (Batu Hampar). Pemilihan lokasi ini harus mempertimbangkan: Ketersediaan bahan baku; Pangsa Pasar yang dituju; Sumber daya listrik dan air; dan *Supply* Tenaga Kerja.

b) Proses Produksi

Green bean dihasilkan melalui berbagai proses pengolahan. Salah satunya dengan pengolahan secara basah (*full wash*). Metode *full wash* ini digunakan untuk menghasilkan *green bean* yang lebih seragam. Proses produksi *green bean* dengan teknik *full wash* memerlukan beberapa alat/ mesin seperti pulper, washer, box dyer, huller, mesin sortasi, alat packing dan lain-lainnya.

c) Analisis Kelayakan Finansial

Analisis kelayakan finansial pada usaha pengolahan kopi di Kabupaten Kerinci dilakukan setelah dilakukan perhitungan terhadap beberapa hal berikut, yaitu :

- Modal investasi, diperlukan untuk produksi *green bean* adalah sebesar Rp 229.700.000. Modal investasi ini diperoleh melalui modal sendiri dan bantuan dari NGO dan Pemerintah.

- Modal kerja, digunakan per bulan untuk produksi *green bean* adalah sebesar Rp.129.090.000,- Modal kerja ini diperoleh melalui modal sendiri dan bantuan dari NGO.
- Harga pokok dan harga jual, Penentuan harga pokok dan harga jual diperlukan perhitungan biaya tetap, biaya tidak tetap, biaya total, dan biaya operasional. Berdasarkan hasil wawancara dan perhitungan, diperoleh harga pokok *green bean* adalah Rp 15,850,86/Kg atau 792.543/Karung, sedangkan harga jual minimalnya adalah Rp 34.871,89/Kg atau Rp 1.743.594,5/karung.

d) Analisis Net Present Value (NPV)

NPV adalah selisih antara *total present value* manfaat dengan *total present value* biaya atau *total present value* dari manfaat bersih tambahan selama umur usaha. Berdasarkan hasil perhitungan, keuntungan bersih hingga akhir usaha sebesar Rp.501.321.319,- dengan NPV sebesar Rp.263.987.014,- Dari data tersebut dapat diketahui melalui perhitungan NPV usaha berupa pengolahan *green bean* ini dikatakan layak karena NPV yang dihasilkan lebih besar dari 0.

e) Analisis Internal Rate of Return (IRR)

IRR adalah tingkat *discount rate* (DR) yang menghasilkan NPV sama dengan 0. Besaran satuan yang digunakan dalam perhitungan IRR adalah persen (%). Berdasarkan hasil perhitungan, IRR dari pengolahan *green bean* adalah 14,7%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa usaha pengolahan *green bean* ini dikatakan layak karena IRRnya lebih besar dari DR yang digunakan, yaitu 10%.

f) Analisis Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)

Net B/C adalah rasio antara manfaat bersih yang bernilai positif dengan manfaat bersih yang bernilai negatif. Berdasarkan hasil perhitungan, pengolahan *green bean* memiliki nilai *Net B/C* sebesar 1,54. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa pengolahan *green bean* ini layak karena nilai *Net B/C* yang diperoleh lebih besar dari 1.

g) Analisis Payback Period (PP)

Payback period adalah suatu metode yang digunakan untuk memperhitungkan seberapa cepat dana yang dikeluarkan dalam investasi bisa kembali. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai PP pengolahan *green bean* adalah 4,6 tahun yang berarti dana investasi yang telah dikeluarkan akan kembali dalam jangka waktu tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis AHP diketahui bahwa produk kopi yang prospektif di Kabupaten Kerinci adalah *green bean*, dimana faktor yang paling mempengaruhi dalam penentuan produk ini adalah jenis bahan baku. Pengolahan *green bean* dilakukan dengan teknik *full wash* agar menghasilkan *green bean* dengan kualitas yang terbaik. Dari analisis kelayakan finansial diperoleh NPV, IRR, *Net B/C*, bahwa pengelolaan *green bean* di Kabupaten Kerinci layak untuk dijalankan. Sedangkan hasil perhitungan PP dana investasi yang telah dikeluarkan dapat kembali dalam kurun waktu 4,6 (empat koma enam) tahun. Saran yang dapat diberikan 1.) Perlunya dukungan dari Dinas Perkebunan Provinsi Jambi / Kabupaten, untuk terus melakukan enstensifikasi dengan program mengembangkan luas areal tanaman dan meningkatkan produktivitas kopi kerinci 2.) Dinas Perindag dan UMKM perlu mendorong untuk dilakukan program pembinaan dan pelatihan terhadap pelaku usaha kopi, sehingga produknya dapat bersaing di pasaran international.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana Farida, Evi Ristanti, A. C. K. (2013). Penurunan Kadar Kafein dan Asam Total pada biji Kopi Robusta Menggunakan Teknologi Permentasi Anaerob Fakultatif dengan Mikroba Nopkor MZ-15. *Jurnal Teknologi Kimia Dan Industri*, 2(3), 70–75.
- BPS Kerinci. (2018). *Kabupaten Kerinci Dalam Angka 2018*.
- BPS Provinsi Jambi. (2020). *Provinsi Jambi Dalam Angka Tahun 2020*.
- Dinas Perkebunan Provinsi Jambi. (2019). *Pembangunan Perkebunan Provinsi Jambi Tahun 2019*.
- Karyadi, J. N. W., Lumbanbatu, J., & Sri, R. (2009). Pengaruh Suhu dan Lama Penyangraian Terhadap Sifat Fisik-Mekanis Biji Kopi Robusta. *Seminar Nasional Dan Gelar Teknologi PERTETA*, 6, 217–225.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2018). *Kementan Dukung Kabupeten Kerinci Jadi Kopi Andalan Berbasis Agrowisata*. www.pertanian.co.id. <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=3529>
- PT. Perkebunan Nusantara VI. (2019). *Bisnis Kami - Kopi*. BUMN-PTPN6. <http://www.ptpn6.com>
- Saaty, T. L. (2008). Decision Making With The Analytic Hierarchy Process. *International Journal of Services Sciences*, 1(1), 83–98. <https://doi.org/10.1504/IJSSci.2008.01759>
- Wardhono, A., Indrawati, Y., & Gema, C. (2012). *Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Di Kabupaten Jember*. VII(2), 69–76.
- Widjaya, P. G. (2008). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning Dan Marketing Mix Pada PT. Murni Jaya. *Agora*, 5(1), 12. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5307/4889>