

BENTUK STRATEGI BISNIS USAHA KOPRA PUTIH DI KATUMBANGAN LEMO

Atirah^{1*}, Nur Astaman Putra ², Nengsi Warna Sari³

¹Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam, Prodi Hukum Ekonomi Syariah, STAIN Majene

*E-mail: atib@stainmajene.ac.id

ABSTRAK

Manajemen strategi bisnis menjadi sangat penting bagi para pebisnis. Hal tersebut untuk meningkatkan keuntungan usaha dan perkembangan bisnis yang akan datang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk strategi bisnis yang diterapkan dalam usaha kopra putih di Katumbangan Lemo Kabupaten Polewali Mandar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yakni sebuah penelitian lapangan (*field research*) kemudian hasilnya dianalisis secara deskripsi dan disusun secara sistematis. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bentuk strategi bisnis yang dilakukan oleh pengusaha kopra putih di Katumbangan Lemo yakni menggunakan sistem panjar, memberikan piutang, menawarkan kepada pihak pemilik modal untuk berinvestasi, meningkatkan kualitas produksi kopra putih, mengirim produksi kopra putih langsung ke perusahaan, mengoptimalkan pengambilan bahan baku langsung kepada petani, dan memperbanyak produksi kopra putih.

Kata kunci: Strategi bisnis, Katumbang Lemo, kopra putih,

ABSTRACT

Business strategy management is very important for business people. This is to increase business profits and future business development. This study aims to determine the form of business strategy that is applied in the white copra business in Katumbangan Lemo, Polewali Mandar Regency. The method used in this study is a qualitative method, namely a field research, then the results are analyzed descriptively and arranged systematically. The results of the study show that the form of business strategy carried out by white copra entrepreneurs in Katumbangan Lemo is using a down payment system, bringing in receivables, offering capital owners to invest, increasing the quality of white copra production, sending white copra production directly to companies, optimizing material collection raw materials directly to farmers, and increase the production of white copra

Key Word : Business strategy, Katumbang Lemo, white copra

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan kekayaan Sumber Daya Alam (SDA) yang melimpah. Salah satunya adalah kelapa yang dikenal dengan istilah "*The Tree of Life*", artinya pohon kehidupan. Berdasarkan hal tersebut, kelapa mempunyai fungsi yang beragam dimana seluruh bagian dari tanaman ini dapat dimanfaatkan dalam kehidupan. Salah satu bagian tersebut yang dapat dijadikan peluang bisnis yaitu buahnya. Buah kelapa dapat dijual sebagai kelapa muda, kelapa tua, atau dalam bentuk kopra.

Produksi kelapa di terbesar di Indonesia pada tahun 2021 berada di Provinsi Riau sebesar 381.922 ton (Direktorat Jendral Perkebunan, 2019). Meskipun Sulawesi Barat hanya memproduksi 36.551 ton, tetapi jika dimanfaatkan secara maksimal akan memberikan dengan memaksimalkan strategi bisnis tidak menutup kemungkinan akan menghasilkan produktivitas keuntungan maksimal. Jika dilakukan perbandingan harga kopra Ekspor Indonesia dengan Philipina dan India, harga kopra Indonesia masih lebih rendah (Mutajib & Burhan, 2020). Turukay (2011), dalam penelitiannya mengutip pendapat dari Tambunan (2004) tentang penyebab dari rendahnya harga komoditi Kopra asal Indonesia adalah faktor keunggulan komparatif dimana diartikan sebagai murahnya upah buruh dan sumber daya alam (Kopra) yang melimpah. Dalam pengelolaan usaha petani kelapa belum banyak berubah sehingga komoditas kelapa yang memiliki manfaat ganda cenderung tidak memiliki nilai tambah (Iswarini *et al.*, 2022). Padahal pasar ekspor sangat memiliki peluang terbuka untuk semua produk kelapa, terkhusus produk ikutan layaknya kopra kelapa putih (Wahyuni, 2021). Munculnya manajemen strategik sebagai bentuk dari reaksi terhadap perubahan lingkungan yang semakin berkembang dan memaksa pemilik usaha kopra putih untuk terus mengamati dan mengevaluasi lingkungan internal dan eksternal (Rahayuningsih, 2013).

Tumbuh dan berkembangnya sebuah usaha atau organisasi bisnis apabila dalam menjalankan operasional usahanya mengacu pada konsep efektivitas dan produktivitas. Keuntungan dicapai secara optimal tidak dapat dipungkiri menjadi acuan dalam berdirinya sebuah usaha atau bisnis. Melalui langkah strategi pemasaran yang tepat sasaran dengan kualitas, harga maupun daya saing produk dapat memenangkan persaingan pasar (Rosmadi, 2021). Salah satu bentuk strategi bisnis yang menjadi fanatik pada masa pandemic *Covid-19* adalah menggunakan media elektronik untuk melakukan pemasaran. Menggunakan media elektronik juga dapat memperluas jaringan pemasaran sehingga lebih banyak informasi yang bisa dijadikan jaringan untuk referensi usaha kopra putih.

Strategi yang tepat diperlukan dalam usaha pengolahan kopra putih sehingga meningkatkan keuntungan dan digunakan untuk mengembangkan usaha kopra putih dimasa yang akan datang, selama ini usaha pengolahan kopra putih belum menggunakan strategi khusus dalam pemasarannya sehingga perlu lebih banyak kajian dalam mengetahui strategi yang bisa dikembangkan usaha kopra putih (Kurniawan *et al.*, 2021)

MEODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode dengan pendekatan yang bersifat kualitatif yakni sebuah penelitian lapangan (*field research*). Dimana peneliti akan terjun langsung kelapangan yang berada pada lokasi katumbangan lemo untuk memperoleh informasi yang valid terkait dengan strategi bisnis yang diterapkan dalam usaha kopra putih. Kemudian data disusun secara sistematis dan dianalisis dengan metode analisis deskriptif yaitu dengan cara menganalisis dan mengidentifikasi data yang telah ada untuk memberikan gambaran secara jelas tentang strategi bisnis yang diterapkan oleh para pebisnis kopra putih dikatumbangan lemo untuk meningkatkan keuntungannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi bisnis (usaha) merupakan tindakan atau langkah yang diambil oleh pengusaha untuk mencapai target atau tujuan dari bisnisnya. Strategi bisnis yang maju dan berkembang selalu memperhatikan adanya komponen-komponen dari strategi tersebut. Dimana komponen-komponen itu ialah visi dan tujuan bisnis, *core value* dari bisnis, analisis SWOT, taktik, rencana alokasi sumber daya, dan pengukuran.

1. Visi dan tujuan bisnis

Visi bisnis adalah refleksi dari cita-cita bisnis dimasa yang akan datang atau pandangan serta tujuan yang ingin dicapai dalam sebuah bisnis. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pada umumnya yang menjadi visi dari pengusaha kopra putih di Katumbangan Lemo ialah mampu menjaga kelangsungan bisnisnya dalam jangka panjang ditengah banyaknya para pesaing usaha yang lain dan mampu mengambil profit atau keuntungan dari bisnis ini dalam kuantitas yang banyak.

2. Core value

Core value adalah nilai inti dari jalannya sebuah bisnis yang erat kaitannya dengan perilaku serta karakter di lingkungan bisnis guna mendukung strategi bisnis untuk mencapai sebuah tujuannya. *Core value* ini berorientasi pada karakter yang seharusnya dan tidak seharusnya dilakukan dalam menjalankan bisnis. Konsep ini sangat dibutuhkan untuk tetap menjaga kelangsungan dari sebuah bisnis. Hal ini selaras dengan pernyataan dari informan yang bernama Hj. Sapppe sebagai pengusaha kopra putih. *Core value* yang selalu dipertahankan dalam bisnisnya ialah sikap kejujuran dan peramah

kepada pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis ini seperti kepada para pengelola kopra putih, para buruh, supir dan terutama kepada para petani kelapa.

3. Analisis SWOT

Menggunakan analisis SWOT untuk memberikan gambaran yang lebih jelas bagaimana factor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan serta factor eksternal meliputi peluang dan ancaman (Rangkuti, 2009) Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara dengan informan yang bernama Hj. Sappe seorang pengusaha kopra putih ia menjelaskan bahwa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari bisnis ini adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan dari bisnis ini ialah bahan baku mudah didapat dikarenakan dikelilingi oleh para petani kelapa, mudah dalam mencari tenaga kerja disebabkan penduduk katumbangan lemo masih banyak yang pengangguran, proses produksi atau pengerjaannya yang mudah, lokasi nya yang mudah dijangkau serta memiliki modal usaha yang sudah mumpuni.

b. Kelemahan (*Weaknes*)

Belum mempunyai tekhnologi yang mampu dengan mudah menyelesaikan proses produksi dari kopra putih ini, ketergantungannya terhadap sinar matahari sedangkan cuaca sendiri tak mudah ditebak.

c. Peluang (*Oportunity*)

Harga dari kopra putih ini perkilonya tergolong mahal, pemasaran dari kopra putih ini juga mudah, cukup mengirimnya ke perusahaan yang mengelola lebih lanjut kopra ini, lahan yang cukup luas untuk proses pengeringan kopra ini, dan permintaan yang tinggi dari kopra putih.

d. Ancaman (*Threat*)

Ancaman dari bisnis ini yakni sudah banyaknya pengusaha yang berkecimpung pada bisnis ini bahkan pengusaha itu berasal dari luar katumbangan lemo seperti pengusaha yang berasal dari makassar dan sebagainya sehingga dapat meningkatkan persaingan usaha dan mampu mengancam keberlangsungan dari bisnis ini, selain itu, ancamannya ialah tidak adanya bahan substitusi dari bahan baku pembuatan kopra putih ini sehingga ketika jumlah kelapa dipetani sudah mulai menurun maka keberlangsungan dari bisnis ini tentu akan terancam

4. Taktik

Taktik merupakan langkah untuk memaksimalkan efisiensi yang dapat ditempuh dengan proses menghemat waktu dan tenaga dalam pengerjaan guna untuk mencapai visi dari sebuah bisnis. Dalam

hal taktik ini dari informan Hj Sappe menjelaskan bahwa untuk mengefisiensi waktu dan tenaga terkadang ia mencari pengusaha kecil-kecil yang juga mengelola kopra putih untuk diajak kerja sama atau dari kalangan petani kelapa yang juga berniat untuk mengelola kelapanya sendiri menjadi kopra putih.

5. Rencana alokasi sumber daya

Dalam rencana mengalokasikan sumber daya yang menjadi pertanyaan yang mendasar ialah apa yang akan dihasilkan?, bagaimana ia akan diproduksi? dan siapa yang akan memproduksi?. Dalam hal ini, informan selaku pengusaha kopra putih menjelaskan bahwa kopra putih akan dihasilkan oleh para tenaga kerja yang dipekerjakan khusus untuk mengelola kelapa tersebut menjadi kopra putih melalui beberapa tahapan seperti melepas kelapa dari sabuknya, kemudian membelah kelapa, setelah itu kelapa akan dikeringkan sekitar 2-3 hari, kemudian daging kelapa akan dipisahkan dari batoknya kemudian akan diberikan belerang dan yang terakhir daging kelapa tersebut akan dikeringkan kembali melalui proses pengeringan dibawah terik matahari sampai mencapai kadar 0,5%.

6. Pengukuran

Pengukuran dalam hal ini maksudnya ialah proses melacak output bisnis, mengevaluasi kinerjanya dalam kaitannya dengan target yang ditetapkan sebelum meluncurkan strategi bisnis. Dalam hal ini, informan juga menjelaskan bahwa ketika mengevaluasi kinerja dari karyawannya, ia dapat menyimpulkan bahwa kinerjanya sudah baik hal tersebut dibuktikan dengan hasil produksinya yang mencapai dan hal tersebut ketika dikirim perusahaan yang mengelola kopra putih lebih lanjut maka penolakannya terhadap hasil produksi hanya kisaran 10 persen saja.

Berdasarkan beberapa pertimbangan dari komponen diatas, maka adapun bentuk strategi bisnis yang diterapkan oleh pengusaha kopra putih dikatumbangan lemo berdasarkan penjelasan dari informan yang merupakan pengusaha kopra putih di Katumbangan Lemo ialah sebagai berikut:

1. Memberlakukan sistem panjar

Strategi yang diterapkan oleh pengusaha kopra putih dikatumbangan lemo berdasarkan penjelasan dari informan dalam penelitian ini mengatakan bahwa sistem panjar ini adalah pemberian uang muka kepada petani pada saat kelapa sementara atau dalam proses dipanen. Hal ini guna untuk menambah langganan untuk mendapatkan bahan baku dari produksi kopra putih ditengah banyaknya pesaing usaha.

2. Menerapkan sistem pemberian piutang

Pengusaha kopra putih dalam strategi ini akan memberikan piutang kepada petani kelapa dengan memberikan persyaratan bahwa setiap kali memanen kelapa maka hasilnya akan dijual kepadanya namun dengan harga yang lebih rendah dibanding harga yang pada umumnya tergantung dari jumlah uang yang dipinjam. Misalnya petani A melakukan pinjaman uang kepada pengusaha kopra putih maka petani A dituntut untuk menjual hasil panennya kepada pengusaha kopra putih tersebut namun jika harga kelapa pada umumnya seharga Rp 2000 per biji maka harga kelapa untuk petani A akan dibeli dengan harga Rp 1.800. Strategi ini adalah strategi yang sangat efektif untuk meningkatkan keuntungan karena harga bahan baku akan menjadi rendah sehingga hasil produksi tidak akan memakan biaya yang banyak.

3. Menawarkan kepada pihak pemilik modal untuk berinvestasi.

Pengusaha kopra putih dalam strategi ini akan menawarkan kepada pihak-pihak yang lain untuk menanamkan modal untuk menjalankan usahanya guna untuk menambah modal dalam bisnis ini, karena semakin banyak modal yang disiapkan maka semakin besar pula hasil produksi dan semakin besar pula potensi untuk mendapat keuntungan usaha.

Namun sistem investasi yang diterapkan dalam bisnis ini berbeda dari sistem investasi pada umumnya dikarenakan pembagian keuntungannya tergantung pada banyaknya modal yang ditanamkan dan pembagian keuntungannya telah dipatenkan. Misalnya pemilik modal A menanamkan modalnya sebanyak Rp 100.000.000 maka pengusaha kopra putih ini akan memberikan keuntungan yang telah dipatenkan sebanyak Rp 3.000.000/ Bulan.

4. Meningkatkan kualitas produksi kopra putih

Strategi ini dilakukan dengan cara memastikan kopra putih bebas dari jamur, tetap putih bersih dan tentunya dengan tingkat kekeringan yang maksimal, karena jika produksi kopra putih tidak berkualitas maka pada saat kopra tersebut di kirim keperusahaan yang mengelola lebih lanjut kopra tersebut maka akan banyak potongan yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Sehingga berpotensi pada kerugian namun jika kopra putih tersebut berkualitas yakni dengan tingkat kekeringan tidak diatas dari 5,5% maka tentunya akan dipatok dengan harga yang baik pula sehingga hal tersebut bisa memberikan keuntungan yang lebih.

5. Mengirim produksi kopra putih langsung ke perusahaan

Strategi ini guna untuk mendapat harga langsung dari perusahaan karena ketika hasil produksi melalui pihak perantara maka keuntungan usaha tentu akan menurun dikarenakan pihak perantara tentunya akan mengambil keuntungan dari kopra tersebut. Terkadang produksi kopra putih ini dikirim ke Makassar atau ke Surabaya.

6. Mengoptimalkan mengambil bahan baku langsung kepada petani

Strategi ini juga merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan keuntungan usaha, karena ketika bahan baku langsung kepada petani maka harga yang diberikan tentu harga yang lebih murah dibanding mengambil bahan baku dari pihak perantara. Namun, hal ini tidak pula menutup kemungkinan pengusaha juga mengambil dari pihak perantara. Adanya perbedaan tingkat harga yang diterima oleh setiap petani akan menciptakan margin pemasaran (Nanda & Lukman, 2020)

7. Memperbanyak produksi kopra putih

Strategi ini dilakukan sebagai upaya peningkatan keuntungan usaha, juga dipengaruhi oleh kuantitas produksi, semakin banyak kopra putih yang dikirim ke perusahaan maka semakin besar pula keuntungan yang diperoleh. Dan informan juga menjelaskan bahwa dalam penerapan strategi ini, pengusaha kopra putih terkadang mengirim ke perusahaan mencapai 9-10 ton setiap kali mengirim. Petani yang berusaha memasarkan produknya dengan sistem pemasaran yang efisien agar komoditi atau produknya dapat seger sampai kepada konsumen dalam keadaan yang baik merupakan upaya memenuhi permintaan konsumen (Rosiana *et al.*, 2017)

KESIMPULAN

Strategi bisnis merupakan tindakan atau langkah yang diambil oleh pengusaha untuk mencapai target atau tujuan dari bisnisnya. Adapun bentuk strategi bisnis yang dilakukan oleh pengusaha kopra putih di Katumbangan Lemo yakni menggunakan sistem panjar, memberikan piutang, menawarkan kepada pihak pemilik modal untuk berinvestasi, meningkatkan kualitas produksi kopra putih, mengirim produksi kopra putih langsung ke perusahaan, mengoptimalkan mengambil bahan baku langsung kepada petani, memperbanyak produksi kopra putih.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada informan yang telah memberikan waktu, kesempatan dan informasi terkait dengan judul penelitian ini, kepada tim peneliti atas kerja sama mulai dari pengumpulan data hingga penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiza, Y., & Sawitri, N. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kopra Putih di Kecamatan Tembilahan Hulu Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Agribisnis*, 10(1), 41-52.
- Firmanda, N., Baga, L. M., & Purwono, J. (2022). Analisis Pemasaran Pinang di Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 10(1), 126-141.
- Iswarini, H., Ningrum, P. P. A., & Setiawati, E. (2022). Strategi Pemasaran Usaha Kopra Putih di Desa Manggar Raya Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan. *J-PEN Borneo: Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(2).
- Mustajib, M. I., & Burhan, B. (2014). Peningkatan Added Value Kopra Putih Dengan Metoda Indirect Drying. *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 8(1), 1-7.
- Rahayuningsih, K. R., Susrus, I. K. B., & Djelantik, A. W. S. (2013). Strategi Pemasaran Buah di UD. Wika Mitra Desa Kerobokan Kecamatan Kuta Utara. *Journal of Agribusiness and Agritourism*, 44950.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosiana, N. (2020). Dinamika pola pemasaran kopi pada wilayah sentra produksi utama di Indonesia. *Jurnal Agrosains Dan Teknologi*, 5(1), 1-10.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 4(1), 122-127.
- Turukay, M. (2010). Analisis Daya Saing Ekspor Kopra Indonesia di Pasar Dunia. *Jurnal Budidaya Pertanian*, 6(2), 72-77.
- Wahyuni, P. (2021). Strategi pemasaran kelapa gongseng (u neulheu) di Gampong Cot Pu'uk Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen. *Jurnal Sains Pertanian*, 5(1), 28-33.