

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN KOPI DALAM
PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH
PEMERINTAH KABUPATEN MAMASA**



UNIVERSITAS TERBUKA

**TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Magister Ilmu Administrasi Bidang Minat
Administrasi Publik**

Disusun Oleh :

URBANUS KARAENG

NIM. 500973414

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS TERBUKA

JAKARTA

2018

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul “Strategi Promosi Pengembangan Kopi dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kabupaten Mamasa” adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Mamasa, 23 Maret 2018

Yang Menyatakan

METERAI
TEMPEL

F4702AFF064634519

6000
ENAM RIBURUPIAH

(Urbanus Karaeng)

NIM. 500973414

**COOPERATIVE DEVELOPMENT PROMOTION STRATEGY
IN IMPROVING REAL EARNING INCOME
THE GOVERNMENT OF MAMASA DISTRICT**

Urbanus Karaeng
Postgraduate Program of Open University of Indonesia

ABSTRACT

Urbanus Karaeng, Coffee Promotion Promotion Strategy in Increasing Original Regional Income of Mamasa Regency Government. This study aims to find out the form of coffee promotion strategy in Mamasa Regency, and contribution of coffee commodity fee retribution to Mamasa Regency Original Income.

The research is descriptive qualitative. Starting from the determination of the phenomenon being studied. The following is to determine the research topic. Then the selection of a conceptual framework. The most recent stage is to process and interpret data. The informants in this study consisted of Bappeda and R & D, Agriculture and Plantation Office, Industry and Trade Office, Capital Investment Service and One Stop Service, Revenue Section of Finance and Asset Management Board of Mamasa Regency and other coffee development stakeholders. Then the data is processed by way of data reduction, data presentation and conclusion.

This research reveals that the strategy of promotion of coffee commodity development of Mamasa Regency is formulated by One Stop Investment and One Stop Service through data collection, data analysis and promotion strategy formulation, multi stakeholder partners developing Mamasa coffee, and reaching wider market with typical Mamasa coffee taste.

Mamasa Regency District revenue from the levy of agricultural produce base from coffee commodity shows a nominal increase every year. However, there is a decrease in the proportion of Mamasa Regency Local Revenue (PAD) every year. This is due to the large increase in the Local Revenue (PAD) cumulatively every year, and the small increase in revenue from the regional levy of the agricultural produce base of coffee compared to the percentage increase in the original regional income (PAD).

Keywords: Strategy, Promotion, Development, Coffee, Revenue, Original and Regional.

STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN KOPI DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH PEMERINTAH KABUPATEN MAMASA

Urbanus Karaeng
Program Pascasarjana Universitas Terbuka Indonesia

ABSTRAK

Urbanus Karaeng, Strategi Promosi Pengembangan Kopi dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kabupaten Mamasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bentuk strategi promosi pengembangan kopi di Kabupaten Mamasa dan kontribusi penerimaan retribusi komoditi kopi terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mamasa.

Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Di mulai dari penentuan fenomena yang dikaji. Berikut adalah menentukan topik penelitian. Kemudian dilakukan pemilihan kerangka konseptual. Tahap yang paling terakhir adalah mengolah dan menginterpretasi data. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pihak Bappeda dan Litbang, Dinas Pertanian dan Perkebunan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Bagian Pendapatan Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Mamasa serta pemangku pengembangan kopi lainnya. Kemudian data diolah dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi promosi pengembangan komoditi kopi Kabupaten Mamasa perumusannya dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dengan melalui tahapan pengumpulan data, analisis data dan perumusan strategi promosi, yakni kemitraan multi pihak mengembangkan kopi Mamasa, serta mengjangkau pasar yang lebih luas dengan cita rasa kopi Mamasa yang khas.

Penerimaan Daerah Kabupaten Mamasa dari retribusi pangkalan hasil bumi dari komoditi kopi menunjukkan adanya peningkatan secara nominal setiap tahunnya. Namun mengalami penurunan proporsi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamasa setiap tahunnya. Ini disebabkan oleh besarnya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara kumulatif setiap tahunnya, dan kecilnya peningkatan penerimaan dari retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi dibanding prosentase peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) tersebut.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Pengembangan, Kopi , Pendapatan, Asli dan Daerah.

PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : Strategi Promosi Pengembangan Kopi dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kabupaten Mamasa

Penyusun TAPM : Urbanus Karaeng

NIM : 500973414

Program Studi : Magister Administrasi Publik

Hari/Tanggal : Minggu / 20 Mei 2018

Menyetujui :

Pembimbing II,

Ir. Ida Zubaidah, MA., Ed. D
NIP.19620803 198903 2 002

Pembimbing I,

Dr. H. Hamka Hakim, M. Si

Penguji Ahli,

Dr. Muh. Kadarisman, M.Si
NIDN. 0325015902

Mengetahui,

Ketua Pasca Sarjana
Hukum, Sosial dan Politik

Dr. Darmanto, M.Ed.
NIP.19591027 198603 1 003



**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK**

PENGESAHAN

Nama : Urbanus Karaeng
 NIM : 500973414
 Program Studi : Magister Administrasi Publik
 Judul TAPM : Strategi Promosi Pengembangan Kopi dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kabupaten Mamasa

TAPM telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program Magister (TAPM) Ilmu Administrasi Bidang Minat Administrasi Publik Program Pascasarjana Universitas Terbuka pada :

Hari/Tanggal : Minggu / 20 Mei 2018
 Waktu : Pukul 18.00 – 19.00 WITA

dan telah dinyatakan **LULUS**

PANITIA PENGUJI TAPM

Tanda tangan

Ketua Komisi Penguji
 Nama : Drs. Arifin T, S.Pd., M.Pd

Penguji Ahli
 Nama : Dr. Muh. Kadarisman, M.Si

Pembimbing I
 Nama : Dr. H. Hamka Hakim., M.Si

Pembimbing II
 Nama : Ir. Ida Zubaidah., MA.,Ed.D

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Maha Bijak, karena berkat rahmat dan kekuatan yang dianugerahkan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Program Magister (TAPM), Program Pasca Sarjana Universitas Terbuka dengan judul “Strategi Promosi Pengembangan Kopi dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kabupaten Mamasa”.

Hadirnya Tugas Akhir Program Magister (TAPM) ini, berkat bantuan dari semua pihak. Olehnya itu, melalui kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan atas bantuan, partisipasi, baik dalam bentuk dorongan moril maupun materil. Peneliti dengan rendah hati menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

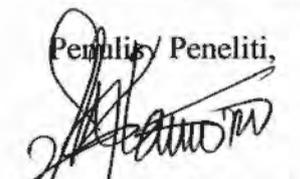
1. Kepala Bappeda dan Litbang Kabupaten Mamasa, Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Mamasa, Kepala Bidang Pendapatan BPKAD Kabupaten Mamasa, yang telah memberikan masukan bagi peneliti.
2. Rektor Universitas Terbuka atas kesempatan yang diberikan kepada peneliti mengikuti perkuliahan dan menyusun penelitian ini.
3. Direktur Program Universitas Terbuka yang telah memberikan kesempatan bagi penulis menempuh perkuliahan sampai pada penyusunan TAPM ini.
4. Bapak Dr. Hamka Hakim, M.Si dan Ibu Ir. Zubaidah, M.A., Ed.D selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan

- tenaganya dalam membimbing dan mengarahkan peneliti sehingga penyusunan TAPM ini boleh terselesaikan dengan baik.
5. Pengelola dan semua Tutor tatap muka dan online yang telah mengajar, membimbing peneliti selama menempuh perkuliahan di Universitas terbuka.
 6. Rekan-rekan Mahasiswa Program Magister Administrasi Publik Universitas Terbuka Pokja Majene yang telah bekerja sama, membantu peneliti selama menempuh perkuliahan.
 7. Teristimewa untuk istri tercinta (Jenerida Panna, S.IP) dan kedua putraku (Geraldo Aprilio dan Marchelo Dwi Putra) yang selalu memberikan dukungan, doa, dan bantuan baik secara moril maupun materi sehingga TAPM dapat diselesaikan.
 8. Kedua orang tua yang telah memberikan doa, dukungan dan bantuan serta semua pihak yang tak sempat saya sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Pengasih, senantiasa melimpahkan rahmat dan anugrah-Nya kepada semua pihak, atas segala bantuan dan dukungannya. Akhir kata, bahwa di dunia ini tak ada yang sempurna, kecuali sang pemilik kesempurnaan itu sendiri, sehingga penulis sangat mengharapkan adanya saran, masukan dan kritik untuk perbaikan selanjutnya. Semoga TAPM ini dapat memberi manfaat kepada Pemerintah Kabupaten Mamasa, pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Mamasa, Mei 2018

Penulis/ Peneliti,



Urbanus Karaeng
NIM. 500973414

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA**

Riwayat Hidup :

Nama : Urbanus Kareng
 NIM : 500973414
 Program Studi : Magister Administrasi Publik
 Tempat/Tanggal Lahir : Tatale, 24 April 1978
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Alamat Rumah : Jl. Pendidikan Kelurahan Mamasa
 Telpn (HP) : 085255265010
 Alamat Email : urbanuskaraeng@gmail.com
 Nama Istri : Jenerida, S.IP
 Nama Anak : 1. Geraldo Aprilio
 2. Marchelo Dwi Putra

Riwayat Pendidikan :

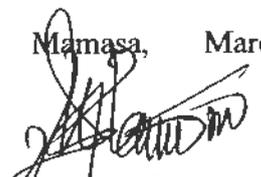
Tamat SD Tahun 1990 : di SDN 010 Tatale
 Tamat SMP Tahun 1993 : di SMP Swasta Salumadalle'
 Tamat SLTA Tahun 1996 : di SMA Negeri I Mamasa
 Sarjana (S1) Tahun 2012 : di UNASMAN Polewali

Riwayat Pekerjaan :

Pekerjaan : PNS sejak 2005 s/d sekarang
 NIP. : 19780424 200502 1 006
 Pangkat : Penata Muda TK. 1/III.b

Demikian Riwayat Hidup ini dibuat dengan sebenarnya.

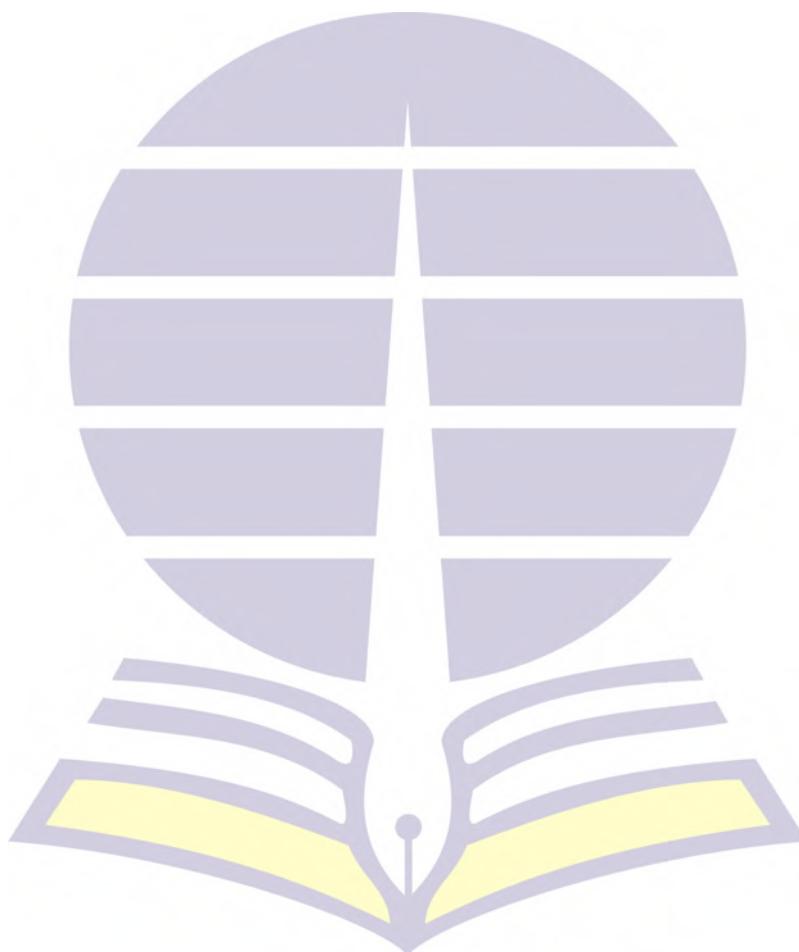
Mamasa, Maret 2018


Urbanus Karaeng
 NIM. 500973414

DAFTAR ISI

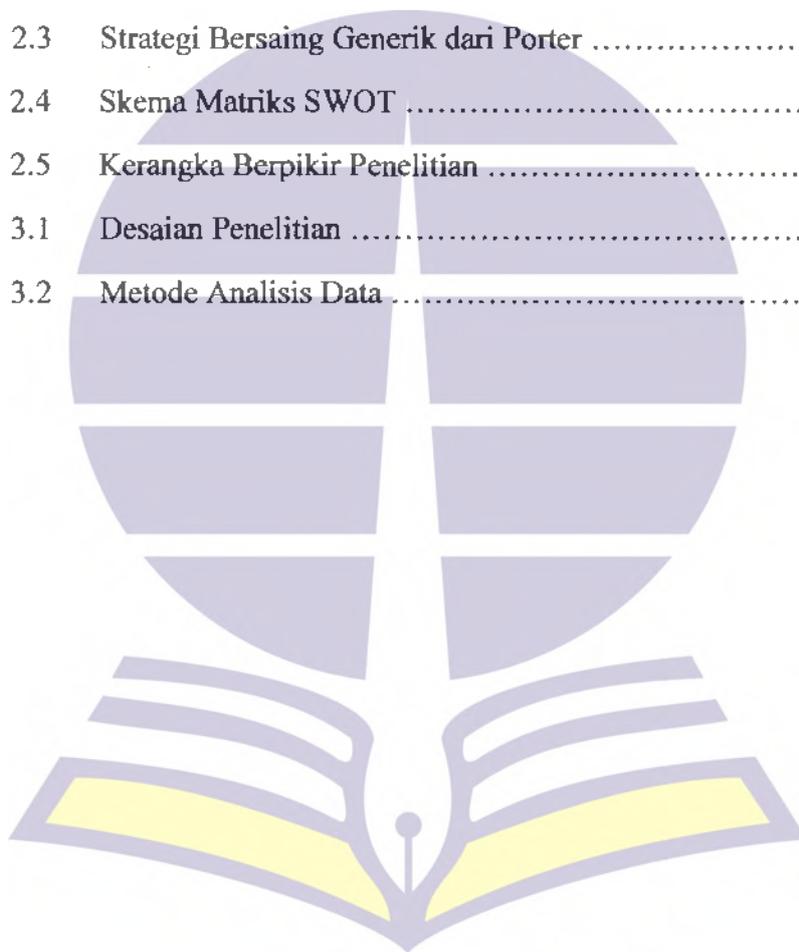
	Halaman
Pernyataan Bebas Plagiasi	i
Abstrak	ii
Lembar Pengesahan TAPM	iv
Lembar Persetujuan TAPM Pasca Ujian Sidang	v
Kata Pengantar	vi
Riwayat Hidup	ix
Daftar Isi	x
Daftar Bagan	xi
Daftar Tabel	xii
BAB I Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II Tinjauan Pustaka	
A. Kajian Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir	35
D. Operasionalisasi Konsep	37
BAB III Metode Penelitian	
A. Desain Penelitian	40
B. Sumber Informasi dan Pemilihan Informan	42
C. Instrumen Penelitian	43
D. Prosedur Pengumpulan Data	43
E. Metode Analisis Data	44
BAB IV Hasil dan Pembahasan	
A. Deskripsi Obyek Penelitian	47
B. Hasil Penelitian	50

C. Pembahasan	84
BAB V Kesimpulan dan Saran	
A. Kesimpulan	105
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	107
DAFTAR LAMPIRAN	111



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Pendekatan Berbasis Sumber Daya Terhadap Analisis Strategi	17
Bagan 2.2 Model Strategi Perusahaan	19
Bagan 2.3 Strategi Bersaing Generik dari Porter	21
Bagan 2.4 Skema Matriks SWOT	23
Bagan 2.5 Kerangka Berpikir Penelitian	36
Bagan 3.1 Desain Penelitian	41
Bagan 3.2 Metode Analisis Data	46



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Perkembangan Luas Lahan, Produksi dan Petani Kopi di Kabupaten Mamasa 2014 – 2016	56
Tabel 4.2 Perkembangan Volume Kopi Olahan dan Kopi Gelondongan di Kabupaten Mamasa, 2014 – 2016	58
Tabel 4.3 Analisis SWOT Atas Komoditi Kopi Kabupaten Mamasa oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa	69
Tabel 4.4 Strategi Pengembangan Kopi Mamasa Berdasar SWOT Analisis	71
Tabel 4.5 Rumusan Strategi Promosi Kopi Mamasa oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa	72
Tabel 4.6 Perkembangan Penerimaan Daerah Kabupaten Mamasa, 2013 – 2016	80
Tabel 4.7 Perbandingan Penerimaan Komoditi Kopi Pada Pangkalan Hasil Bumi Terhadap Hasil Penerimaan Retribusi Daerah dan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mamasa, 2013 – 2016	82
Tabel 4.8 Kontribusi Penerimaan Retribusi Pangkalan Hasil Bumi Dari Kopi Terhadap PAD dan Terhadap Retribusi Daerah, 2013 – 2016	83



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, mengamanatkan bahwa Pemerintahan Daerah dilaksanakan oleh eksekutif (Pemerintah Daerah) dan legislatif (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah), yang masing-masing mempunyai tugas dan wewenang, dalam rangka mewujudkan pelayanan yang baik kepada masyarakat.

Dalam penyelenggaraan Pemerintahan Daerah, terdapat banyak aspek yang harus menjadi perhatian Pemerintah Daerah. Salah satu di antara aspek tersebut, adalah bagaimana mengembangkan potensi yang dimiliki oleh daerah, sehingga memberi manfaat atau berdampak positif bagi masyarakat dan bagi penyelenggaraan Pemerintahan Daerah. Untuk mengembangkan potensi daerah, diantaranya telah diatur melalui Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014, tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah. Pengembangan produk unggulan daerah disesuaikan dengan kondisi dan kekhasan daerah.

Tekanan kebijakan tersebut di atas, setidaknya menasar pada 3 (tiga) hal penting, yang pertama, adalah soal pentingnya pengembangan potensi ekonomi daerah. Disadari, bahwa daerah-daerah di Indonesia memiliki potensi yang sedemikian banyak dan potensi ekonomi tersebut, relatif beragam dan berbeda antara satu daerah dengan daerah lainnya. Yang kedua, yakni bagaimana produk unggulan daerah tersebut dikelola, agar memiliki

keunggulan dan daya saing, dimana aspek ini memiliki kaitan erat dengan penelitian yang dilakukan. Karena untuk mengembangkan strategi promosi terhadap produk-produk yang menjadi unggulan daerah, tentunya harus pula berbasis pada keunggulan dan daya saing dari produk tersebut. Kemudian yang ketiga, yakni dampak dari pengembangan produk unggulan daerah tersebut. Hal yang terakhir ini, juga terkait dengan penelitian yang dilakukan, terutama pada pengaruh dari pengembangan produk unggulan daerah terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Ketiga alur berpikir tersebut di atas, dapat dikatakan sebagai sebuah perkembangan dari upaya meletakkan pengelolaan Pemerintahan Daerah dalam konteks ekonomi. Alur berpikir yang demikian, menjadi salah satu tekanan pada gagasan yang dikemukakan oleh Osborne dan Gaebler (1992), ketika mengedepankan pemikiran Mewirusahaakan Birokrasi atau *Reinventing Government*, dimana diantaranya memandang penting perlunya transformasi semangat wirausaha ke dalam sektor publik.

Salah satu problema yang dihadapi oleh sebahagian daerah Kabupaten/Kota di Indonesia dewasa ini, adalah berkisar pada upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Problema ini muncul karena adanya kecenderungan berpikir dari sebagian kalangan birokrat di daerah, yang menganggap bahwa parameter utama yang menentukan kemandirian suatu daerah di era otonomi, adalah terletak pada besarnya Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Realitas mengenai rendahnya Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Mamasa, akhirnya mengkondisikan daerah ini berada dalam posisi

yang tidak berdaya, terbatas dan selalu bergantung pada bantuan pembiayaan atau subsidi dana dari pemerintah induk/pusat, sebagai akibat dari rendahnya kontribusi Pendapatan Asli Daerah terhadap pembiayaan daerah. Sehingga untuk membiayai kebutuhan rutin dan pembangunan, sebagian besar bersumber dari pemerintah pusat. Sehubungan dengan hal ini, Pemerintah Daerah harus mampu berkreasi dan berinovasi dalam mengelola dan memanfaatkan potensi sumber daya yang ada, sebagai sumber pendapatan bagi daerah dan pendanaan pembangunan.

Komoditi kopi di Kabupaten Mamasa, merupakan salah satu produk yang membutuhkan penanganan secara intensif. Penanganan yang intensif tersebut, membutuhkan keseriusan dan sangat diharapkan memposisikan Pemerintah Daerah sebagai lokomotif penggerakannya. Hal tersebut, didasarkan pada pertimbangan, bahwa komoditi kopi telah menjadi salah satu ikon dan produk daerah, yang dikembangkan secara masif oleh para petani dalam waktu yang cukup panjang. Dapat dikatakan, bahwa pada seluruh wilayah Kecamatan di Kabupaten Mamasa memiliki perkebunan dan menghasilkan komoditi kopi tersebut. Pertimbangan lainnya, bahwa komoditi kopi memiliki nilai ekonomis dalam 2 (dua) sudut kepentingan. Bagi masyarakat Kabupaten Mamasa, jika harga jual kopi membaik, maka akan mempengaruhi tingkat pendapatan petani kopi, demikian pula sebaliknya. Sedang bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, dengan meningkatnya nilai jual komoditi kopi, maka berpotensi pula dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Upaya-upaya yang sistematis dan terorganisir, dipandang penting dilakukan dalam penanganan komoditi kopi. Bagi Pemerintah Kabupaten Mamasa, upaya tersebut sebaiknya dapat terlihat pada strategi promosi kopi, sehingga produk tersebut memiliki jaringan dan jangkauan informasi yang luas. Karena kondisi yang demikian itu, menjadi prasyarat bagi meningkatnya penjualan kopi yang dihasilkan oleh masyarakat Kabupaten Mamasa.

Strategi promosi yang dimaksudkan di atas, semakin dirasakan urgensinya, jika komoditi kopi dianalisis dalam konteks pemasaran yang lebih luas. Rasionalisasi strategi promosi dapat dilihat dalam berbagai sudut pandang. Diantaranya, bahwa komoditi kopi tidak hanya dihasilkan oleh Kabupaten Mamasa, namun juga dihasilkan oleh banyak daerah, seperti Kabupaten Enrekang, Tanah Toraja, Toraja Utara, Luwu, Luwu Utara dan Sinjai di Sulawesi Selatan, belum lagi daerah-daerah lainnya di Indonesia dan komoditi kopi dunia, seperti di Negara Brasil, Kolombia dan Vietnam, sehingga tingkat persaingan antar daerah dan antar negara produsen cukup kompetitif.

Pertimbangan lainnya, terletak pada pasar komoditi kopi itu sendiri. Hal ini, menyoar pada konsumen pengguna/penikmat kopi yang hampir ada di berbagai tempat. Pasar komoditi kopi dapat dimulai dari Kabupaten Mamasa sendiri, kemudian di lingkup daerah-daerah di Sulawesi Barat, lingkup regional Sulawesi, pasar nasional bahkan pasar dunia. Sehingga tidak berlebihan, bila disebut bahwa prospek komoditi kopi Mamasa sangat menjanjikan. Luasnya pasar komoditi kopi, memiliki 2 (dua) sisi yang tentu oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa perlu disikapi, agar produk kopi

Kabupaten Mamasa bisa menjangkau pasar tersebut. Sisi pertama, adalah potensi yang ada pada keluasan pasar tersebut, jika hal ini bisa dimanfaatkan, maka akan memberi manfaat langsung bagi komoditi kopi Kabupaten Mamasa. Sisi kedua, yakni tantangan yang terdapat pada keluasan pasar itu sendiri, karena untuk dapat memanfaatkan keluasan pasar, tentu membutuhkan upaya-upaya yang terukur, cermat, terorganisir dan dikelola dengan baik.

Upaya yang harus dilakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, dalam mempromosikan kopi, juga sejalan dengan harapan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Karena pada struktur Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mamasa, menunjukkan bahwa Pendapatan Asli Daerah ini, terdiri atas 4 (empat) komponen, yakni hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sah. Dari keempat komponen tersebut, penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) yang terkait dengan komoditi kopi, dimungkinkan atau berpotensi pada penerimaan hasil retribusi daerah.

Memaksimalkan kontribusi komoditi kopi, terhadap perekonomian masyarakat Kabupaten Mamasa di satu sisi, serta mendorong peningkatan penerimaan Pendapatan Asli Daerah pada sisi yang lain, maka keberadaan komoditi kopi, sebaiknya mendapat perhatian dalam 3 (tiga) aspek penting. Yang pertama, yakni pada sisi produksi. Sejalan dengan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Mamasa, maka produksi kopi perlu lebih ditingkatkan dalam volume dan kualitasnya, sehingga dapat menjangkau pasar yang luas dan

memiliki daya saing terhadap komoditi kopi dari daerah lain. Yang kedua, yakni pada sisi penanganan kopi pasca produksi, meliputi pengolahan kopi bubuk, pengepakan dan pengemasan kopi bubuk yang berkualitas dan mempunyai daya tarik bagi konsumen. Yang ketiga, yakni pada aspek promosi dari kopi, yang dihasilkan oleh masyarakat Kabupaten Mamasa. Karena dengan volume yang besar, pengepakan yang menarik dan kualitas kopi yang baik, tidak memberi jaminan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, jika tidak didukung dengan penanganan promosi yang intens dan memadai.

Kewenangan Pemerintah Daerah untuk mengatasi hal tersebut diatas, seharusnya mendorong terbentuknya Peraturan Daerah (Perda), disertai pula dengan pemberian kekuasaan yang lebih besar dalam pengelolaan Pendapatan Asli Daerah. Karena diharapkan dengan “Otonomi Daerah”, maka kewenangan daerah untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, melalui pembentukan Badan Usaha Milik Daerah dan Perusda sehingga mampu meningkatkan peran pembuatan Peraturan Daerah yang sesuai dengan kebutuhan di Kabupaten Mamasa. Untuk peningkatan PAD, banyak hal sumber daya alam yang dapat dikelola dengan baik di daerah ini, salah satunya adalah kopi. Kopi Mamasa menjadi salah satu ikon dan daya tarik tersendiri bagi masyarakat luar dalam menikmati hasil sumber daya alam yang dimiliki oleh Kabupaten Mamasa. Olehnya itu, diharapkan Pemerintah Daerah bergiat dan intens untuk mempromosikan bagaimana meningkatkan penjualan kopi lokal asli Mamasa, sehingga dapat diterima oleh pasar dan konsumen terutama bagi masyarakat penikmat kopi, bukan hanya di tingkat

regional atau nasional saja, tetapi peluang penjualan kopi diharapkan dapat menjangkau pasar internasional.

Sejalan dengan pertimbangan-pertimbangan yang dikemukakan di atas, maka penulis/peneliti termotivasi dan tergerak untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Promosi Pengembangan Kopi dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kabupaten Mamasa".

B. Perumusan Masalah

Proses promosi pengembangan komoditi kopi sebagai suatu potensi daerah yang khas, merupakan suatu kegiatan yang sangat penting, terutama bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, karena dapat mendorong aktivitas masyarakat dalam memproduksi kopi di satu sisi, kemudian pada sisi yang lain dapat berdampak pada peningkatan penerimaan PAD, selain itu dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Upaya untuk menganalisa lebih jauh dalam proses penelitian, memerlukan suatu perumusan masalah yang jelas, melalui identifikasi secara cermat dan teliti. Sehingga berdasarkan latar belakang dan pemaparan di atas, maka permasalahan yang teridentifikasi dalam penelitian ini, dirumuskan sebagai berikut :

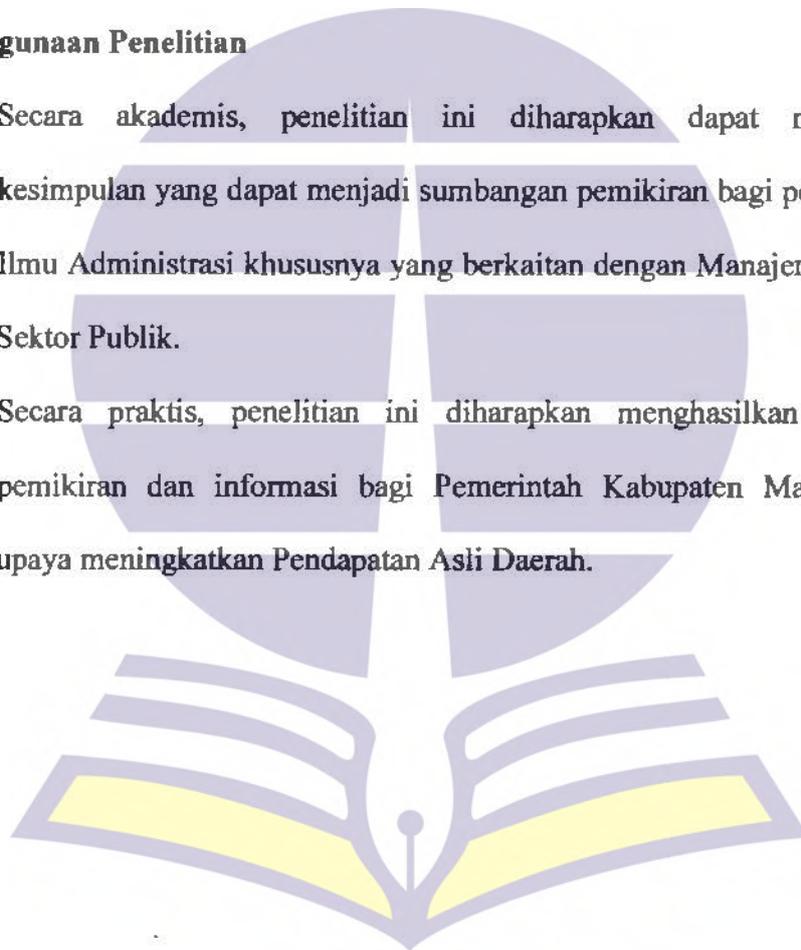
1. Bagaimana strategi promosi pengembangan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa?
2. Seperti apa kontribusi penerimaan retribusi komoditi kopi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Mamasa?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi promosi pengembangan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kontribusi penerimaan retribusi komoditi kopi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Mamasa.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan kesimpulan yang dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi perkembangan Ilmu Administrasi khususnya yang berkaitan dengan Manajemen Strategis Sektor Publik.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menghasilkan sumbangan pemikiran dan informasi bagi Pemerintah Kabupaten Mamasa dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Konsep strategi

Konsep strategi, sesungguhnya sudah di kenal pada zaman Yunani kuno. Pada mulanya, konsep strategi marak digunakan pada kegiatan kemiliteran, terutama pada perang dunia kedua, oleh tentara Amerika, konsep ini, digunakan untuk menghentikan invasi Jerman di Eropa dan Jepang di Asia. Dalam perkembangannya kemudian, konsep tersebut merambah ke Ilmu Ekonomi dan Bisnis dan ke dalam Ilmu Politik khususnya pada Ilmu Administrasi yang menjadi cikal bakal dikembangkannya Manajemen Strategis Sektor Bisnis dan Manajemen Strategis Sektor Publik.

Terdapat banyak pandangan para ahli mengenai konsep strategi. Mathloff (1967), sebagaimana dikutip oleh Salussu (1996 : 85), yang mengartikan strategi dengan *the art of the general* (seni jenderal). Karena di zaman Yunani kuno, jenderal dianggap bertanggung jawab dalam suatu peperangan, kalah atau menang.

Perkembangannya kemudian, istilah strategi banyak merambah pada perilaku persaingan ekonomi. Dikemukakan lebih lanjut oleh Salussu (1996 : 87), bahwa sesungguhnya di tahun 1921 melalui Emile Borel, telah mulai membahas teori *games*, yang kemudian dikembangkan oleh Neumann bekerjasama dengan Oskar Mogerstern pada 1928. Dalam

tahun-tahun berikutnya, istilah *games* mulai memperoleh makna baru, yakni bertalian dengan perilaku ekonomi yang kompetitif.

Menurut Neumann dan Oskar Mogerstern, sebagaimana dikemukakan oleh Salussu (1996 : 87), menyimpulkan adanya kehadiran beberapa faktor yang sama dengan *games* yang sesungguhnya dalam situasi ekonomi, seperti pertentangan kepentingan, tidak lengkapnya informasi, timbulnya keputusan-keputusan rasional yang saling bersaing serta tampilnya peluang.

Pada akhirnya, kedua ahli tersebut mengakui bahwa teori *games* sesungguhnya adalah teori strategi. Dari sinilah pintu masuk konsep strategi ke Ilmu Ekonomi, khususnya ke dalam Ilmu Manajemen.

Perkembangannya kemudian, sebagaimana yang dikemukakan oleh Mc Donald (1949), yang dikutip oleh Salussu (1996 : 88), bahwa dalam masa transisi militer ke organisasi, strategi dipandang sebagai seni situasional, yaitu suatu keterampilan bagaimana seorang pejabat eksekutif, mendesain keputusan yang didasarkan pada sumber daya organisasi, nilai-nilai manajerial dan kemungkinan adanya peluang, tetapi juga tantangan dari lingkungan. Oleh karena itu, pembahasan pada pertengahan abad ke - 20 (dua puluh), tentang istilah strategi mulai memperoleh perhatian dari berbagai penulis dan peneliti. Dari sini, pengertian strategi mulai menyentuh aspek yang penting organisasi, yaitu tujuan (*goals*). Dalam perkembangannya kemudian, konsep strategi ini memperoleh pembatasan yang beraneka ragam dari para ahli, disebabkan oleh kontekstualisasi konsep strategi tersebut dengan ilmu-ilmu lain yang terkait.

Rangkuti (2001:13), mengemukakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi, dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Pandangan tersebut, tekanannya pada strategi sebagai alat untuk mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang.

Pandangan lainnya, dikemukakan oleh Kotler (2000:91), bahwa strategi adalah suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis. Pandangan tersebut, melihat strategi sebagai sebuah *games*, dimana biasanya di sana ada persaingan, ada peluang dan ada ancaman yang harus dipertimbangkan dalam bertindak.

Sedarmayanti (2014 : 2), membedakan konsep strategi dalam 2 (dua) sudut pandang. Yang pertama, adalah strategi dalam pengertian umum, hal ini merupakan proses penentuan rencana pimpinan puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara/upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai. Yang kedua, yaitu pandangan terhadap strategi dalam pengertian khusus, yakni tindakan yang bersifat terus menerus mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai sudut pandang tentang apa yang diinginkan serta diharapkan oleh konsumen atau publik di masa depan.

Konsep strategi, juga dapat dilihat dalam konteks tingkatan penggunaannya, karena itu pengertiannya juga dapat berbeda pada masing-masing tingkatan. Hal ini ditemukan dalam penjelasan oleh Muhammad (2013 : 11 – 13), ketika menggambarkan bentuk-bentuk strategi dalam suatu perusahaan atau organisasi yang tumbuh dan berkembang, sehingga

konsep strategi dilihat secara berjenjang. Yang pertama, yakni strategi pada tingkatan bisnis, strategi umumnya bersifat abstrak hanya diperuntukkan bagi manajemen atau pimpinan puncak organisasi. Pada kegiatan usaha, strategi umumnya dikenal pada usaha-usaha yang mulai berjalan dan dioperasionalkan. Yang kedua, yakni strategi fungsional, hal ini seringkali digunakan oleh manajer atau pejabat level menengah di dalam organisasi. Jenis strategi tersebut lebih konkrit dan biasa diikuti dengan ukuran keberhasilan dan kegagalan. Yang ketiga, yakni strategi korporasi (*corporate*), biasanya dikembangkan pada perusahaan atau organisasi publik yang telah memiliki jaringan yang lebih luas, seperti kantor cabang/perwakilan dan sejenisnya.

Berdasarkan berbagai pandangan ahli yang dikemukakan di atas, maka konsep strategi, pada dasarnya mengandung setidaknya 3 (tiga) hal pokok. Pertama, yakni adanya sesuatu atau tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi (*private* atau publik). Kedua, adanya cara atau metode untuk mencapai tujuan tersebut. Ketiga, bahwa istilah strategi selalu berhubungan dengan pengambilan keputusan sebagai pilihan atas situasi dan kondisi internal serta kondisi eksternal organisasi.

2. Konsep promosi

Demikian halnya dengan konsep promosi, terdapat berbagai pandangan ahli. Diantaranya menurut Swastha dan Irawan (2008: 349), bahwa promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah, yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Pandangan lainnya dikemukakan oleh Sigit (2007: 101), bahwa promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberi informasi, membujuk atau mengingatkan pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan, dengan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan olehnya.

Kedua pandangan ahli di atas, mengesankan bahwa konsep promosi pada dasarnya lebih banyak digunakan pada organisasi privat. Padahal dalam perkembangannya saat ini, istilah tersebut juga sudah sering digunakan di organisasi publik. Diantara ahli Ilmu Administrasi yang banyak menghubungkan istilah atau konsep-konsep bisnis dengan *public organization*, adalah Philip Kotler dan Nancy Lee. Misalnya melalui buku yang ditulis secara bersama oleh keduanya (2007), yakni Pemasaran di Sektor Publik : “Panduan Praktis Untuk Meningkatkan Kinerja Pemerintah”.

Pada Bagian II buku tersebut, oleh Kotler dan Lee (2007 : 50 – 51), mengedepankan cara menerapkan alat pemasaran di sektor publik. Diantaranya dapat disimpulkan, bahwa pada organisasi publik sekali pun, tidak dapat diabaikan bagaimana agar produk barang dan jasa yang dihasilkan dapat diminati oleh masyarakat. Hal semacam ini, sering sekali ditemui pada organisasi pemerintah, ketika calon pemimpin di level pusat atau daerah mengkampanyekan janji-janji layanan mereka ketika terpilih pada kontesasi Pemilihan Umum (Pemilu) atau Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsep promosi pada intinya merupakan kegiatan untuk

meyakinkan konsumen atau masyarakat umum, agar tertarik menggunakan produk berupa barang atau jasa produsen tertentu.

3. Strategi promosi

Menurut pandangan Moekijat (2000 : 443), strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong meningkatnya penjualan dengan mengarahkan komunikasi - komunikasi yang meyakinkan kepada para konsumen/pembeli.

Pandangan lainnya, dikemukakan oleh Lamb, Hair, Mc Daniel (2001 : 146), yang mengemukakan bahwa "Strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi : periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan". Berdasarkan defenisi diatas, dapat dilihat bahwa strategi promosi, merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen atau publik agar tertarik dan mau membeli produk perusahaan, sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.

Keberhasilan kegiatan organisasi secara efektif, banyak ditentukan oleh penentuan strategi. Di lain pihak, jika tidak ada strategi promosi yang baik, efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi, dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya, maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut, terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model

komunikasi. Menurut Onong Uchjana Effendi (2005:23), menyatakan bahwa : Strategi adalah metode atau cara yang memadukan komunikasi dengan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan.

Sebagai bagian dari upaya untuk mencapai suatu tujuan, maka strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda teori dalam strategi komunikasi. Dalam hal strategi di bidang apa pun, tentu harus didukung dengan teori. Begitu juga pada strategi komunikasi harus didukung dengan teori, dengan teori merupakan pengetahuan mendasar pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Karena teori merupakan suatu *statement* (pernyataan) atau suatu konklusi dari beberapa *statement* yang menghubungkan dan mengkorelasikan suatu *statement* yang satu dengan *statement* lainnya.

4. Cara memutuskan strategi promosi

Perspektif Ilmu Administrasi khususnya kajian organisasi, menetapkan strategi sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. Karena itu, pembahasan mengenai desain strategi promosi, dapat dikatakan sebagai produk dari pengambilan keputusan untuk sebuah strategi promosi.

Salah satu pandangan yang relevan terhadap hal tersebut, dikemukakan oleh Salusu (1996 : 58), bahwa untuk pengambilan suatu keputusan, harus bisa dibedakan mengenai jenis keputusan yang akan ditetapkan. Karena dalam suatu organisasi, biasanya terdapat 3 (tiga) jenis

keputusan. Pada manajemen tingkat atas atau tingkat pertama, keputusan yang dihasilkan adalah keputusan stratejik. Pada tingkatan kedua, manajemen tingkat menengah, lahir keputusan berupa perencanaan jangka menengah yaitu untuk lima tahun atau kurang. Keputusan tingkat ketiga, adalah keputusan operasional yang berjangka waktu menit, hari, jam, hari dan seterusnya.

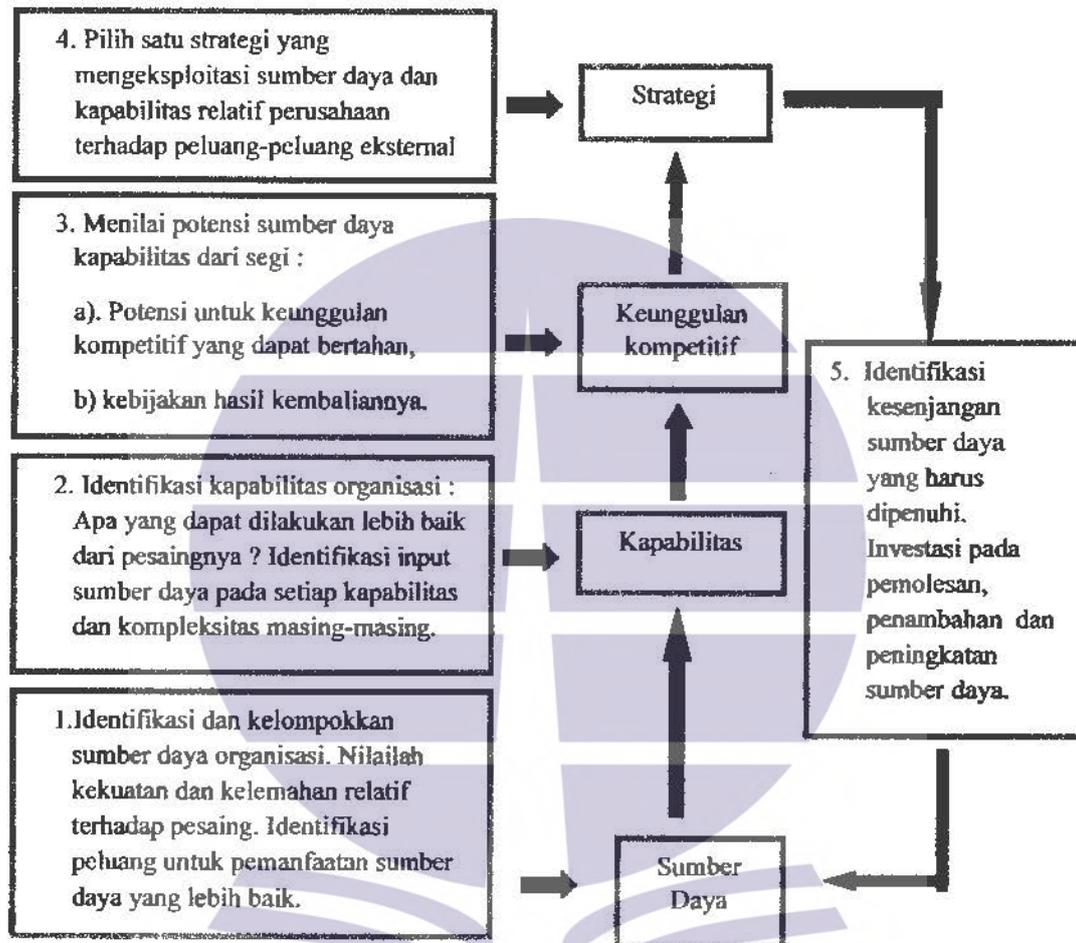
Ditinjau dari sudut pandang perencanaan, lebih lanjut oleh Salussu (1996 : 60), mengemukakan bahwa terdapat 2 (dua) jenis keputusan. Yang pertama, adalah keputusan terprogram, dibuat sebagai respon terhadap masalah-masalah organisasi yang *repetitive* atau sering berulang. Keputusan tersebut biasanya dikenal dengan keputusan stratejik.

Penjelasan yang dikemukakan di atas, menggambarkan bahwa keputusan stratejik merupakan hal yang biasa dihasilkan di dalam suatu organisasi. Keputusan stratejik, bisa dikelompokkan dalam 2 (dua) sudut pandang. Sudut pandang yang pertama, yakni berupa tingkatan dari keputusan tersebut, dimana keputusan stratejik menjadi ranah para top manajemen atau pimpinan puncak organisasi. Sedang dari sudut pandang perencanaan, keputusan stratejik biasanya dilakukan terhadap hal-hal non rutin, merespon hal yang bersifat khusus dan sejenisnya.

5. Instrumen Menetapkan Strategi Promosi

Merumusan strategi promosi atau strategi lainnya, memerlukan suatu langkah yang disebut dengan analisis strategi. Ada berbagai pendekatan yang sering digunakan di dalam analisis strategi, diantaranya adalah pendekatan berbasis sumber daya, sebagaimana dikemukakan dan

digagas oleh RM. Grant (Sedarmayanti, 2014 :82). Pendekatan berbasis sumber daya tersebut, secara skematik dapat dilihat pada bagan 2.1 berikut ini :



Bagan 2.1
Pendekatan Berbasis Sumber Daya Terhadap Analisis Strategi

Berdasarkan bagan 2.1 di atas, dapat dilihat bahwa sebelum sampai pada perumusan strategi, terlebih dahulu dilakukan beberapa tahapan langkah yang mendukung. Langkah pertama, yakni mengidentifikasi dan mengelompokkan sumber daya organisasi. Kemudian kelompok-kelompok sumber daya tersebut, dapat dinilai kekuatan dan kelemahannya. Sumber daya tersebut, dapat berupa sumber daya manusia, sarana dan prasarana, teknologi dan keahlian yang dimiliki dan sumber daya ekonomi.

Langkah kedua, adalah identifikasi kapabilitas organisasi. Pertanyaan yang sebaiknya direspon, agar lebih mudah mengidentifikasi kapabilitas organisasi, yakni apa yang dilakukan lebih baik dari pesaingnya. Cara lain yang juga biasa digunakan, adalah mengidentifikasi faktor input terhadap masing-masing sumber daya organisasi, yang dapat melahirkan apa yang menjadi kapabilitas dan kompleksitas organisasi.

Langkah ketiga, adalah menilai potensi sumber daya, kapabilitas dari segi potensi, untuk keunggulan kompetitif yang dapat bertahan serta kebijakan hasil kembaliannya. Pada tahap ini, diupayakan dapat menemukan keunggulan kompetitif yang dimiliki, karena hal tersebut, akan menjadi pertimbangan untuk diperkuat dalam perumusan strategi.

Langkah keempat, adalah memilih satu strategi yang mengeksploitasi sumber daya dan kapabilitas relatif perusahaan atau organisasi terhadap peluang-peluang eksternal. Artinya, bahwa berpotensi di dalam analisis yang dilakukan, perumusan terhadap berbagai peluang organisasi sesuai dengan masing-masing sumber daya yang dimiliki. Aspek peluang, kemudian dapat menjadi pokok pertimbangan dalam menetapkan strategi organisasi. Sampai pada tahap ini, bukan berarti proses identifikasi telah selesai, karena masih dipandang perlu melakukan langkah kelima, yaitu mengidentifikasi kesenjangan antara apa yang dimiliki dengan strategi yang telah dirumuskan. Hal ini, dimaksudkan agar strategi tersebut, secara faktual dapat dijabarkan pada tingkat operasional.

Model yang juga biasa digunakan dalam merumuskan strategi, disebut dengan strategi perusahaan atau strategi organisasi. Model

tersebut, digagas secara bersama oleh *Hunger, Flynn dan Wheelen* (Sedarmayanti, 2014 : 84). Model tersebut, banyak digunakan pada perusahaan industri. Secara skematik, model strategi perusahaan tersebut dapat dilihat pada bagan 2.2 berikut ini :

	Kuat	Rata-rata	Lemah
Tinggi	1.Pertumbuhan konsentrasi via integrasi vertikal	2.Pertumbuhan konsentrasi via integrasi horizontal	3.Pertumbuhan berputar
Sedang	4.Stabilitas berhenti sejenak atau berlanjut dengan vertikal	5.Pertumbuhan konsentrasi via integrasi horizontal	6.Pengurangan Perusahaan terikat atau jual habis
		Stabilitas strategi tidak berubah atau strategi laba	
Kuat	7.Pertumbuhan diversifikasi konsentris	8.Pertumbuhan diversifikasi konglomerat	9.Pengurangan kebangkrutan atau likuidasi

Bagan 2.2
Model Strategi Perusahaan

Pada bagan 2.2 di atas, dapat dilihat bahwa pada model strategi perusahaan, penekanannya pada beberapa strategi alternatif dengan menggabungkan antara daya tarik industri atau wilayah operasi organisasi dan posisi daya saing perusahaan atau organisasi, ke dalam 9 (sembilan) sel. Matriks yang dihasilkan, dapat dipakai sebagai model untuk menempatkan beberapa strategi alternatif perusahaan atau organisasi yang cocok dengan situasinya. Model tersebut di atas, menunjukkan strategi

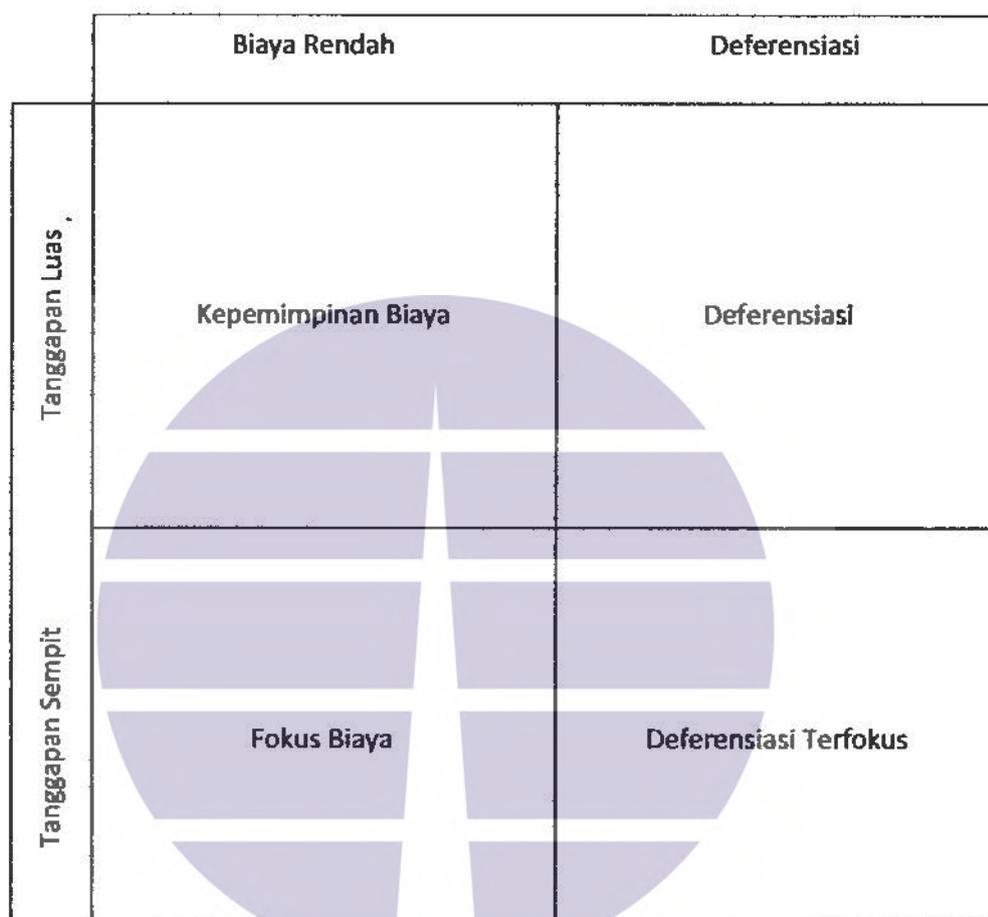
perusahaan atau organisasi, yang mana dari 12 (dua belas) strategi yang ada, yang mungkin tepat. Penempatan strategi tersebut dalam matriks, umumnya sejalan dengan penelitian strategi yang ada. Hal ini, bukan saja strategi yang dapat dipakai, tetapi juga strategi yang juga tampak beralasan untuk dipertimbangkan.

Strategi pertumbuhan meliputi konsentrasi, yaitu ekspansi dalam industri atau wilayah kerja organisasi yang sekarang (sel 1, 2, dan 5), atau diversifikasi yaitu pertumbuhan yang diperoleh dari luar industri, atau wilayah kerja organisasi yang sekarang (sel 7 dan 8). Kemudian strategi stabilitas (sel 4 dan 5), menunjukkan pilihan perusahaan atau organisasi mempertahankan misi dan tujuan yang sekarang, tanpa perubahan yang signifikan dalam arah strategi pengurangan (sel 3, 6, dan 9), mensyaratkan adanya pengurangan dalam lingkup dan ukuran upaya perusahaan atau organisasi.

Model lain, yang juga sering digunakan dalam perumusan strategi, adalah strategi bersaing generik dari Porter. Sebagaimana dikemukakan oleh Sedarmayanti (2014 : 85), bahwa pada model perumusan strategi generik, penekanannya pada 2 (dua) aspek penting, yakni biaya rendah dan diferensiasi.

Biaya rendah dimaksudkan, adalah kemampuan organisasi atau sebuah unit bisnis untuk merancang, membuat dan memasarkan sebuah produk sebanding dengan cara yang lebih efisien dari pada pesaingnya.

Untuk jelasnya, model ini dapat dilihat penyederhanaannya dalam bentuk visualisasi pada bagan 2.3 berikut ini :



Bagan 2.3
Strategi Bersaing Generik dari Porter

Selanjutnya, pada strategi model ini, meletakkan deferensiasi di lain pihak adalah kemampuan menyediakan nilai unik dan superior kepada konsumen atau pemanfaat segi kualitas. Keistimewaan, ciri khusus atau layanan purna jual. Strategi model ini, disebut generik menurut Sedarmayanti (2014 : 85), karena organisasi dengan jenis ukuran apapun, termasuk organisasi non profit dapat menggunakannya. Pada strategi model ini, keunggulan kompetitif organisasi ditentukan oleh jangkauan bersainginya. Yaitu keluasan pasar atau jangkauan layanan organisasi.

Pada model strategi ini, kepemimpinan biaya merupakan strategi bersaing biaya rendah yang ditujukan untuk pasar yang luas. Strategi model ini, mengharuskan cara membangun secara agresif fasilitas skala efisien, pengurangan harga gencar, pengendalian biaya dan ongkos yang ketat, menghindari pelanggan marginal dan minimalisasi biaya seperti riset dan pengembangan. Pemimpin biaya mampu memberikan harga lebih rendah dari produknya dibanding pesaingnya, sambil mendapatkan laba atau manfaat yang cukup.

Cara lain yang banyak digunakan dalam menyusun strategi organisasi, yakni pemanfaatan *Strengths, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats* (SWOT) analisis. Dijelaskan oleh Muhammad (2013 : 173), bahwa lahirnya SWOT atau juga biasa disebut TOWS bersamaan dengan lahirnya Manajemen Strategis, secara formal pada awal dasawarsa 1960-an, tepatnya pada 1963, ketika *McKinsey Foundation for Management Research*, menyelenggarakan simposium tentang *Business Policy* di Harvard Business School. Bahkan ada yang berpandangan, bahwa jika disederhanakan, maka Manajemen Strategis sesungguhnya adalah SWOT/TOWS analisis.

Ketika untuk pertama kalinya Weihrich memperkenalkan, matrik SWOT diletakkan sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan proses perumusan strategi (Muhammad, 2013 : 174). Matriks tersebut, dilihat sebagai alat bantu yang menghubungkan berbagai variabel kritikal penentu keberhasilan perusahaan, yakni kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Jika yang dibutuhkan hanya yang berkaitan dengan penyusunan matriks SWOT, termasuk implikasi strategis yang dihasilkan, maka langkah yang diperlukan lebih sederhana. Intinya menurut Muhammad (2013 : 174), analisis SWOT adalah proses melakukan penilaian terhadap organisasi dan lingkungannya yang dilakukan oleh manajemen sendiri. Hasilnya, adalah inventori kritis dan selektif terhadap empat variabel tersebut dan pilihan strategi yang hendak ditetapkan oleh manajemen. Secara skematis, matriks *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dapat dilihat visualisasinya pada bagan 2.4 berikut ini:

Peluang	Strategi S – O	Strategi W – O
Ancaman	Strategi S – T	Strategi W – T

Bagan 2.4
Skema Matriks SWOT

Upaya untuk mewujudkan matriks seperti bagan 2.4 di atas, menurut Muhammad (2013 : 175 – 176), diperlukan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Manajemen atau tenaga ahli melakukan identifikasi dan inventori terhadap kekuatan dan kelemahan yang sekarang dimiliki organisasi (unit usaha atau layanan strategis), dengan menggunakan salah satu pendekatan yang lazim digunakan dalam manajemen strategis. Selain

itu, manajemen juga perlu melakukan perbandingan dengan keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing. Diusahakan hendaknya hanya berisi daftar yang cukup ringkas antara 3 (tiga) hingga 10 (sepuluh) indikator.

- b. Manajemen mendeteksi lingkungan makro dan mikro organisasi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi, kini dan masa yang akan datang. Manajemen dapat menggunakan bantuan yang biasa digunakan dalam manajemen strategis. Diharapkan manajemen mampu menghasilkan rumusan peluang yang tersedia dan ancaman yang dihadapi.
- c. Manajemen mencoba merumuskan pilihan strategi yang mungkin dapat diimplementasikan, dengan cara melakukan refleksi atas berbagai kemungkinan kombinasi dari indikator kekuatan / *strength* (S), kelemahan / *weaknesses* (W), peluang / *opportunities* (O) dan ancaman / *threats* (T), yang telah ditemukan pada dua langkah sebelumnya. Tersedia empat macam strategi, yakni SO (*strengths – opportunities*) / (maksimal - maksimal), WO (*weaknesses – opportunities*) / (minimal – maksimal), ST (*strengths – threats*) / (maksimal – minimal) serta WT (*weaknesses – threats*) / (minimal – minimal). Pada tahap ini, sangat ditekankan agar rumusan strategi yang dihasilkan benar-benar yang realistis, sehingga dapat dilaksanakan.

Berdasarkan tiga langkah tersebut di atas, maka manajemen berkemungkinan menghasilkan variasi rumusan strategi yang diperlukan. Dapat berbentuk strategis *strengths – opportunities* (SO), dengan

pertimbangan manajemen hendak memanfaatkan kekuatan organisasi dan keunggulan bersaing yang dimiliki untuk mengeksploitasi peluang yang tersedia. Strategi jenis ini terbilang agresif, sehingga pada perusahaan akan memacu pertumbuhan dan pada organisasi publik akan memperluas jangkauan layanan.

Selanjutnya, adalah strategi *weaknesses – opportunities* (WO), ketika manajemen mencoba memanfaatkan peluang yang tersedia untuk mengurangi bahkan mengeliminasi kelemahan organisasi yang ada. Strategi ini, menurut Muhammad (2013 : 176), disebut minimal – maksimal, karena yang maksimal hanya satu variabel, yakni peluang, sedang satu variabel lainnya dinilai sebagai sesuatu yang minimal, karena hanya berupa kelemahan. Strategi ini, tidak seagresif yang disebutkan pertama, karena manajemen tidak sepenuhnya dapat memanfaatkan peluang organisasi yang tersedia.

Berikutnya adalah strategi *strengths – threats* (ST), hal ini serupa dengan strategi *weaknesses – opportunities* (WO), karena kedua variabel yang ada tidak maksimal. Strategi ST lahir dari analisis manajemen yang hendak menggunakan kekuatan dan keunggulan yang dimiliki untuk menghindari efek negatif dari ancaman yang dibadapi organisasi. Strategi ini menurut Muhammad (2013 : 177), disebut maksimal – minimal karena hanya memiliki satu variabel maksimal, yakni kekuatan. Variabel yang lain bersifat minimal yakni ancaman organisasi.

Selanjutnya, adalah strategi *weaknesses – threats* (WT), pada dasarnya hanya merupakan strategi bertahan, yaitu strategi organisasi yang

mungkin ditemukan dan dipilih dengan minimalisasi kelemahan dan menghindari ancaman organisasi. Karena sifatnya yang pasif dan tidak agresif, kedua variabel yang ada bersifat minimal, maka strategi *weaknesses – threats* (WT), juga disebut strategi minimal – minimal. Manajemen tentu saja tidak hendak meletakkan strategi ini pada pilihan pertama. Strategi ini hanya amat sedikit memberikan ruang gerak bagi manajemen.

6. Kebijakan Pengembangan Kopi Nasional

Kebijakan pengembangan kopi nasional dilatar belakangi bahwa perkebunan kopi didominasi oleh perkebunan rakyat dan merupakan salah satu komoditas penting Indonesia yang memiliki peranan penting antara lain sebagai penghasil devisa negara sehingga komoditas ini perlu dikembangkan lebih lanjut untuk meningkatkan produksi dan mutu kopi. Saat ini Indonesia menjadi produsen utama kopi keempat setelah Brasil, Kolombia dan Vietnam.

Luas tanaman kopi di Indonesia 1.230.001 ha (tahun 2015) dengan produksi 639.412 ton dan sekitar 96% diusahakan oleh rakyat. Kopi Indonesia tergolong dalam dua jenis kopi yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Keunggulan kopi arabika adalah kopi ini mempunyai cita rasa yang bersifat khas sehingga pasarnya pun khusus, sedangkan kopi robusta merupakan salah satu komoditas yang memiliki nilai strategis dalam rangka pemberdayaan ekonomi rakyat. Prospek komoditi kopi Indonesia sangat menjanjikan.

Tanaman kopi besar karena didukung adanya ketersediaan lahan pengembangan kopi serta Indonesia memiliki keunggulan geografis dan iklim yang menghasilkan kopi yang mempunyai cita rasa dan aroma yang digemari masyarakat dunia.

Permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan kopi antara lain adalah karena tanaman ini 96% diusahakan oleh rakyat maka teknik budidayanya belum sesuai dengan anjuran *good agriculture practise* (GAP); produktivitas tanaman rendah karena menggunakan bibit asalan; lemahnya kelembagaan petani; *value added* yang diterima petani rendah karena sebagian yang diekspor dalam bentuk biji kopi, serta terbatasnya modal. Meskipun demikian harapan pengembangan komoditas ini cukup besar karena sistem budidaya kopi akan disesuaikan dengan *good agriculture practise* (GAP), upaya meningkatkan bargaining position kopi Indonesia di pasar internasional, peningkatan daya saing kopi Indonesia melalui upaya sertifikasi kebun kopi berkelanjutan.

Terkait dengan hal tersebut di atas, yang didukung adanya trend peningkatan konsumsi kopi dunia sedangkan di sisi lain Indonesia mempunyai keunggulan terhadap beberapa aspek tersebut di atas maka disusunlah kebijakan umum pengembangan kopi. Kebijakan umum tersebut adalah mensinergikan seluruh potensi sumber daya tanaman kopi dalam rangka peningkatan daya saing usaha, nilai tambah, produktivitas dan mutu produk, melalui partisipasi aktif para pemangku kepentingan dan penerapan struktur organisasi yang sesuai dengan kebutuhan

berlandaskan pada ilmu pengetahuan dan teknologi serta didukung tata kelola pemerintahan yang baik.

Kebijakan umum ini didukung dengan kebijakan teknis yaitu pengembangan kopi, peningkatan sumber daya manusia (SDM), pengembangan kemitraan dan kelembagaan, peningkatan investasi usaha serta pengembangan sistem informasi manajemen. Kebijakan tersebut diatas dijabarkan dalam program dan strategi pengembangan kopi. Programnya adalah peningkatan produksi, produktivitas dan mutu tanaman kopi berkelanjutan. Strategi pengembangan kopi melalui revitalisasi lahan, perbenihan, infrastruktur dan sarana, sumber daya manusia (SDM), pembiayaan petani, kelembagaan petani dan teknologi industri hilir.

Implementasi program dan strategi tersebut adalah untuk kopi robusta adalah perbaikan produktivitas tanaman melalui kegiatan intensifikasi sedangkan untuk arabika dilakukan pula perluasan tanaman. Di masa datang berdasarkan tuntutan pasar terutama pasar internasional maka perlu dibuat standar/kriteria kopi berkelanjutan Indonesia dalam suatu standar nasional, dengan demikian diharapkan produksi kopi dari indonesia dapat meningkat, baik dari kuantitas maupun kualitasnya.

7. Konsep Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Pendapatan Asli Daerah (PAD), menjadi salah satu pokok bahasan di dalam Ilmu Administrasi Keuangan Negara, selain itu, konsep PAD hampir tak pernah luput dari peraturan perundang-undangan yang mengatur pemerintahan daerah, terkhusus tentang keuangan daerah.

Pembahasan tentang keuangan daerah, konsep Pendapatan Asli Daerah, masuk di dalam atau menjadi bagian dari pendapatan daerah. Pendapat ahli tentang pendapatan daerah, diantaranya dikemukakan oleh Anggara (2016 : 325), bahwa pendapatan daerah adalah sejumlah uang yang diterima daerah baik atas usahanya sendiri maupun atas bantuan dari pemerintah pusat atau dari sumber lainnya yang sah. Sedangkan dalam ketentuan umum Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003, tentang Keuangan Negara, diatur bahwa pendapatan daerah adalah hak Pemerintah Daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih.

Pengertian yang dikemukakan tentang pendapatan daerah tersebut, menunjukkan adanya perbedaan antara pandangan akademis dengan pengaturan oleh undang-undang. Perbedaan pokoknya terletak pada 2 (dua) hal. Pertama, mengenai bentuk pendapatan daerah tersebut, secara akademis Anggara (2016), meletakkannya lebih terbatas sebagai uang yang diterima oleh daerah, sedang menurut Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003, meletakkan pendapatan daerah tersebut sebagai hak yang menambah kekayaan bersih, sehingga bentuknya lebih luas dari sekedar uang. Kedua, pada saat mana hal tersebut dinyatakan sebagai pendapatan daerah. Oleh Anggara (2016), meletakkannya pada saat daerah menerima uang, sementara oleh Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003, meletakkannya pada saat kekayaan bersih tersebut telah menjadi hak daerah.

Perbedaan tersebut, dalam konteks penelitian menegaskan, bahwa pendapatan daerah pada dasarnya terkait dengan hak daerah yang menjadi

penambah kekayaan daerah. Karena itu, konsep pendapatan daerah memiliki komponen, berupa adanya kekayaan yang diterima oleh daerah dan kekayaan tersebut menambah nilai kekayaan bersih daerah.

Selanjutnya, di dalam pendapatan daerah masih terdapat berbagai unsur atau komponen pendapatan daerah lainnya. Menurut Anggara (2016 : 325), bahwa struktur pendapatan daerah terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang bersumber dari :
 - 1) Pajak daerah.
 - 2) Retribusi daerah.
 - 3) Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan
 - 4) Lain-lain PAD yang sah (hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan, jasa giro, pendapatan bunga, keuntungan selisih nilai tukar rupiah dengan uang asing, komisi, potongan atau bentuk lain sebagai akibat dari penjualan/pengadaan barang dan jasa).
- b. Dana perimbangan, yaitu :
 - 1) Dana bagi hasil (dari pajak, kehutanan, pertambangan umum, perikanan, pertambangan minyak bumi dan pertambangan panas bumi).
 - 2) Dana Alokasi Umum (DAU) yang bersumber dari pendapatan bersih dalam negeri.
 - 3) Dana Alokasi Khusus (DAK) yang bersumber dari hasil pajak dan DAU.

c. Lain-lain pendapatan daerah yang sah, yaitu berupa :

- 1) Dana hibah.
- 2) Dana darurat.
- 3) Dana penyesuaian dan dana otonomi khusus.
- 4) Bantuan dari daerah yang lebih di atas (provinsi) atau daerah lain.

Jelas kiranya, bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD), merupakan salah satu komponen dari pendapatan daerah selain komponen lainnya. Pandangan ahli terhadap PAD, diantaranya dikemukakan oleh Halim (2004), bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah semua penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Konsep Pendapatan Asli Daerah (PAD), setidaknya mengandung beberapa unsur pokok, yaitu adanya penerimaan daerah yang diperoleh oleh daerah, penerimaan tersebut bersumber dari dalam daerah sendiri, serta penerimaan tersebut berdasar pada peraturan daerah. Jika didasarkan pada Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003, tentang Keuangan Negara, maka sumber Pendapatan Asli daerah (PAD) tersebut ada 4 (empat), yakni pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan serta lain-lain Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sah (hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan, jasa giro, pendapatan bunga, keuntungan selisih nilai tukar rupiah dengan uang asing, komisi, potongan atau bentuk lain sebagai akibat dari penjualan/pengadaan barang dan jasa).

8. Cara Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Mengingat pentingnya kedudukan Pendapatan Asli Daerah di dalam kapasitas fiskal daerah, maka upaya-upaya untuk meningkatkannya juga menjadi penting. Terhadap hal ini, dikemukakan oleh Anggara (2016 : 326), bahwa upaya untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dapat dilakukan melalui intensifikasi dan ekstensifikasi sumber-sumber.

Intensifikasi dilakukan pada sumber-sumber yang telah terbiasa ada di daerah, dengan cara penyesuaian tarif, perbaikan sistem pelayanan, penertiban obyek-obyek, dan penerapan sistem denda bagi penunggang. Sedang ekstensifikasi, dilakukan untuk menambah sumber pendapatan yang biasa dengan menggali sumber-sumber baru yang diperbolehkan oleh Peraturan Perundang-Undangan.

Masing-masing daerah, tentu memiliki potensi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang berbeda. Karena perbedaan potensi Pendapatan Asli Daerah (PAD) tersebut, maka oleh Anggara (2016 : 326), menganjurkan bahwa untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) oleh masing-masing daerah, ada 2 (dua) aspek yang penting mendapat perhatian. Yang pertama, yakni aspek pencermatan terhadap potensi daerah. Kemudian yang kedua, yakni terhadap cara atau kemampuan mengelola sumber Pendapatan Asli Daerah tersebut.

Berdasarkan pandangan di atas, patut digarisbawahi bahwa potensi yang dimiliki oleh daerah, sesungguhnya juga dapat dikembangkan sesuai dengan inovasi dan kreatifitas Pemerintah Daerah dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengkreasikan dan memanfaatkan potensi

tersebut. Sedangkan terhadap kemampuan mengelola Pendapatan Asli Daerah, biasanya lebih dipengaruhi oleh integritas, pengalaman dan tingkat pendidikan pegawai (orang) yang diberi tugas, tanggung jawab dan wewenang untuk mengelola Pendapatan Asli Daerah.

B. Penelitian Terdahulu

Sehubungan topik penelitian ini, beberapa hasil penelitian terdahulu, dengan topik yang sejenis atau yang berhubungan langsung/relevan dengan penelitian ini, dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Syaharuddin (2010), dengan judul Analisis Strategi Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah di Kabupaten Mamuju Provinsi Sulawesi Barat. Penelitian ini, bertujuan untuk menganalisis strategi yang mempengaruhi peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Mamuju Tahun 2000–2009. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa analisis peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam pelaksanaan otonomi daerah di Kabupaten Mamuju 2005–2009, belum berjalan sesuai dengan harapan. Faktor yang mempengaruhi dalam perencanaan dalam perumusan target Pendapatan Asli Daerah masih lemah. Sumber daya manusia belum memadai. Demikian halnya bahwa peraturan daerah yang menjadi dasar pungutan pajak dan retribusi daerah sudah tidak sesuai dengan kondisi dan perkembangan daerah atau perundang-undangan yang berlaku.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Jessy (2014), dengan judul Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Balikpapan melalui Pajak Daerah Sektor Pariwisata. Tujuan penelitian ini, adalah mengetahui strategi

peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Balikpapan melalui Pajak Daerah Sektor Pariwisata. Penelitian ini menunjukkan, bahwa strategi peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Balikpapan melalui pajak daerah sektor pariwisata masih menemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang lebih diakomodir, oleh karena itu, strategi lebih dipertahankan dan terus ditingkatkan sehingga sektor pariwisata juga terus meningkat.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Afandi (2015), dengan judul Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Malang melalui Pajak Hiburan. Penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Malang melalui penerimaan pajak hiburan. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang dalam melakukan strategi peningkatan Pendapatan Asli Daerah melalui pajak hiburan telah melakukan langkah-langkah yang tepat dalam mewujudkan Pendapatan Asli Daerah yang ditargetkan.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2016), dengan judul Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Jelekong. Penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui strategi promosi Desa Wisata Jelekong, Kabupaten Bandung yang dijalankan oleh Kelompok Penggerak Pariwisata Giriharja. Hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kelompok Giriharja menjalankan promosi *Mix* yang meliputi *Word of Mouth*, *public relation*, *personal selling*, event, eksibisi, yang dilakukan melalui *event* dan *public relation*. Ditemukan bahwa Kelompok Giriharja belum merumuskan strategi yang komprehensif dan terintegrasi.

Berdasarkan hasil-hasil penelitian terdahulu di atas, menunjukkan bahwa telah dilakukan beberapa penelitian terdahulu, yang memperlihatkan dan membahas strategi promosi dan strategi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dari berbagai penelitian tersebut, dapat dikemukakan bahwa penelitian tentang “Strategi Promosi Pengembangan Kopi dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kabupaten Mamasa”, memiliki keaslian dan sangat urgens sehingga layak untuk diteliti.

C. Kerangka Berpikir

Hampir setiap daerah memiliki potensi untuk dikembangkan. Potensi tersebut dapat berupa produk unggulan daerah. Potensi yang dimaksud, seringkali berbeda antara satu daerah dengan daerah lainnya, tentu sangat bergantung kepada karakteristik masing-masing daerah tersebut.

Produk unggulan yang sangat potensial di Kabupaten Mamasa, Provinsi Sulawesi Barat, salah satunya adalah kopi. Komoditi tersebut, telah menjadi ciri khas Kabupaten Mamasa, karena dapat dikatakan, bahwa di seluruh wilayah kecamatan di Kabupaten Mamasa terdapat kebun dan menghasilkan kopi, yang dikelola secara masif, sebagai sumber pendapatan ekonomi bagi sebahagian besar masyarakat di daerah ini.

Sejalan dengan hal tersebut, maka komoditi kopi sepatutnya dikelola secara lebih intensif, sehingga berdampak lebih luas bagi peningkatan pendapatan masyarakat dan juga bagi peningkatan PAD Kabupaten Mamasa. Karena itu, Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam peningkatan pendapatan masyarakat dan

peningkatan PAD, sepatutnya menyusun dan melakukan langkah-langkah strategis untuk mewujudkan hal tersebut.

Dalam konteks itu, maka upaya-upaya menganalisis dengan menggunakan *strengths, weaknesses, opportunities, threats* (SWOT) analisis akan memetakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi dalam menentukan dan menghantarkan penetapan strategi mempromosikan kopi sebagai produk unggulan Pemerintah Kabupaten Mamasa sangat penting dilakukan, agar strategi tersebut memiliki relevansi dengan upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Mamasa yang dikonstruksi dari komoditi kopi.

Berdasarkan jalan pikiran sebagaimana dikemukakan di atas, maka peneliti merumuskan kerangka berpikir penelitian, yang digambarkan secara visualisasi pada bagan 2.5 berikut ini :



Bagan 2.5
Kerangka Berpikir Penelitian

D. Operasionalisasi Konsep

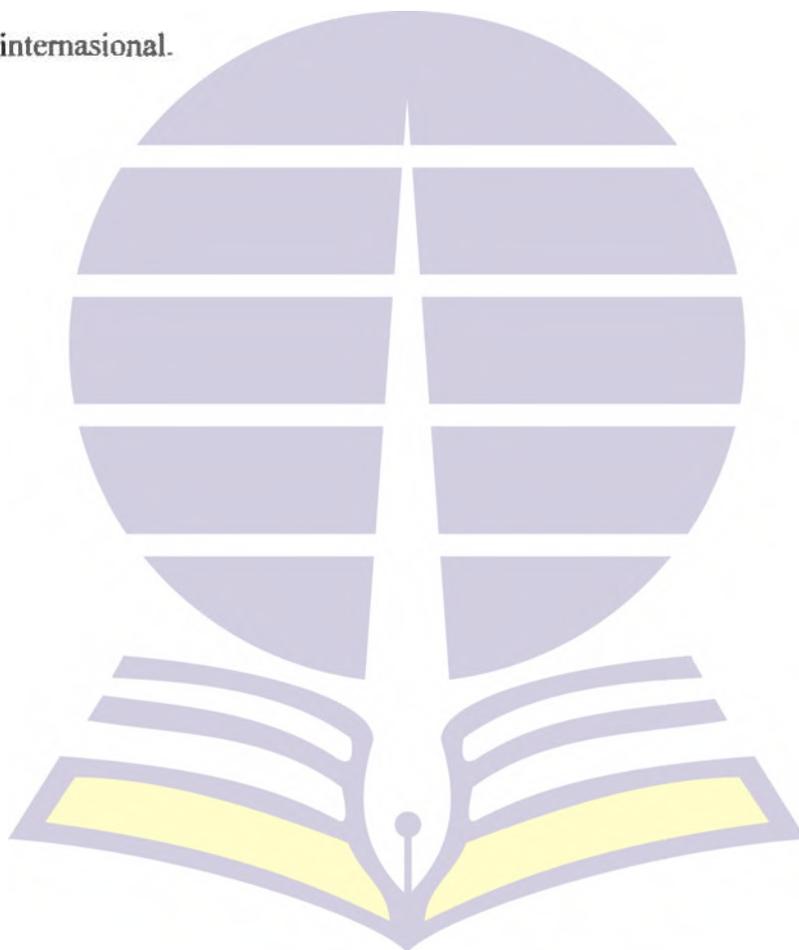
Upaya untuk memudahkan konsep permasalahan dalam penelitian ini, maka penulis/peneliti mengemukakan beberapa definisi operasional konsep-konsep penting yang digunakan, sebagai berikut :

1. Produk unggulan daerah, adalah suatu barang atau jasa yang dimiliki atau dikuasai suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan teknis (Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014, tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah).
2. Kekuatan atau *Strength*, adalah segala hal yang dibutuhkan pada kondisi yang sifatnya internal organisasi, agar supaya kegiatan-kegiatan organisasi berjalan secara maksimal (Anggili, 2011).
3. Kelemahan atau *Weaknesses*, adalah terdapatnya kekurangan pada kondisi internal organisasi akibat kegiatan-kegiatan organisasi yang belum maksimal terlaksana (Anggili, 2011).
4. Peluang atau *Oppurtunities*, adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif, yang dapat mampu mengarahkan kegiatan organisasi ke arahnya (Anggili, 2011).
5. Ancaman atau *Threats*, adalah faktor-faktor lingkungan luar yang menghambat pergerakan organisasi (Anggili, 2011).
6. Strategi promosi, adalah adalah suatu metode atau cara organisasi melakukan komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau

mengingatnkan pasar sasaran atas organisasi/perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan atau organisasi yang bersangkutan (Bagus, 2009).

7. Pendapatan Asli Daerah (PAD), adalah semua penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber yang ada dalam wilayahnya sendiri, yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku (Halim, 2004). Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdiri dari penerimaan pajak daerah, retribusi daerah, bagian laba Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan investasi daerah lainnya, serta pendapatan asli daerah lainnya yang sah. Regulasi Pajak Daerah, diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah, maka pungutan Retribusi Daerah dimungkinkan, bila ada layanan atau jasa tertentu yang diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.
8. Perencanaan, adalah intervensi dan kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa dalam upaya pengembangan komoditi kopi, yang diwujudkan dalam program kerja dan kegiatan.
9. Budidaya, adalah upaya untuk mengembangkan komoditi kopi Mamasa baik dari segi kuantitas dan kualitasnya. Dalam penelitian ini, tentu terkait dan bersentuhan langsung dengan petani/pekebun penghasil kopi itu sendiri.
10. Industri, adalah upaya untuk mengelolah komoditi kopi Mamasa pasca produksi, melalui industri olahan rumah tangga maupun pelaku usaha yang

menggunakan perusahaan/badan, yang meliputi cara pengolahan kopi biji/berasan menjadi kopi olahan/bubuk, pengepakan kemasan kopi olahan/bubuk, sehingga kompetitif dan mempunyai daya tarik bagi konsumen. Sedangkan pemasaran, adalah upaya untuk mendistribusikan komoditi kopi gelondongan/berasan maupun kopi olahan/bubuk (hasil industri) dengan tujuan pasar lokal, regional, nasional maupun internasional.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

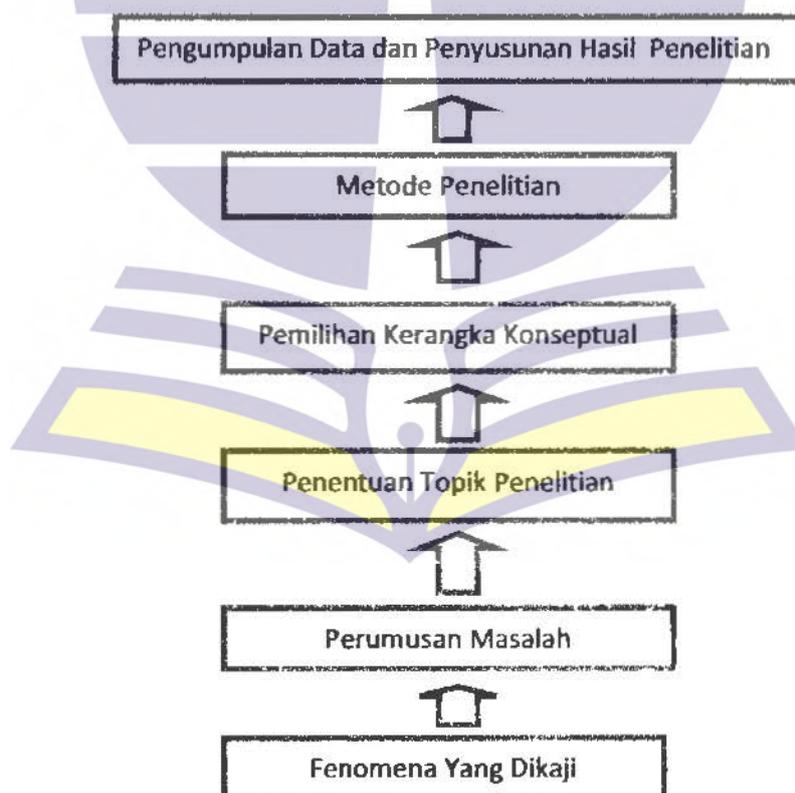
Penelitian yang dilakukan, bersifat deskriptif kualitatif. Karena itu, desain penelitian yang digunakan bersifat “*emergent*” atau tidak dapat dimantapkan pada taraf permulaan. Desain penelitian ini, baru mendapat bentuk yang lebih jelas sepanjang penelitian dilakukan. Namun, untuk kepentingan penulisan penelitian dan penyusunan laporan, peneliti membuat suatu desain yang dapat menjadi bahan untuk dipertimbangkan keabsahannya.

Penelitian yang dilakukan, dimulai dari penentuan fenomena yang dikaji. Hal tersebut, terkait dengan ketersediaan kopi sebagai produk massal masyarakat Kabupaten Mamasa. Komoditi kopi, sesungguhnya dapat memberi manfaat ganda secara optimal, jika pengelolaannya dilakukan dengan baik termasuk strategi promosinya. Manfaat tersebut, dapat dirasakan oleh petani di satu sisi dan oleh Pemerintah Daerah melalui peningkatan PAD pada sisi yang lain. Selanjutnya, adalah merumuskan masalah dari fenomena tersebut, dimana rumusan ini yang menjadi fokus penelitian.

Tahap berikutnya, adalah menentukan topik penelitian. Hal ini terkait dengan kajian empiris, yang berangkat dari permasalahan dalam lingkup perisitwa yang terus berlangsung dalam upaya pengembangan komoditi kopi sebagai produk unggulan Kabupaten Mamasa. Kemudian, dilakukan pemilihan kerangka konseptual untuk masalah penelitian serta hubungan-hubungan dengan penelitian sebelumnya. Dari sini, selanjutnya dilakukan pendefinisian konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian. Hal ini,

dimaksudkan untuk menghindari pandangan yang berbeda terhadap konsep-konsep penelitian yang digunakan.

Sejalan dengan konsep-konsep yang diteliti, maka langkah berikut yang dilakukan, adalah penetapan metode penelitian. Hal ini menyangkut sifat penelitian, latar sosial sumber data, sumber data itu sendiri, instrument yang digunakan dalam pengumpulan data dan penentuan cara mengolah data. Tahap yang paling terakhir dari penelitian ini, adalah mengolah dan menginterpretasi data. Terhadap data yang sejenis, akan dipilah dan dikelompokkan secara bersama. Data-data ini, kemudian diinterpretasi dengan mendalami substansi dan konteksnya. Secara skematik, desain penelitian yang telah dijelaskan, dapat dilihat pada bagan 3.1 berikut ini :



Bagan 3.1
Desain Penelitian

B. Sumber Informasi dan Pemilihan Informan

Informasi dalam penelitian ini, bersumber dari 3 (tiga) pihak. Pertama, yakni pihak Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, yakni Kepala Bappeda dan Litbang, Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan, Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP, Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Bagian Pendapatan BPKAD. Kedua, yakni pihak pelaku usaha atau pengolahan kopi. Ketiga, yakni pihak masyarakat petani penghasil kopi. Sumber informan dari ketiga pihak tersebut, ditetapkan sebagai berikut :

1. Informan dari Bappeda dan Litbang Kabupaten Mamasa, adalah Kepala Dinas.
2. Informan dari pejabat Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa, yakni penyuluh pada Dinas Pertanian Kabupaten Mamasa.
3. Informan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, yakni Kepala Dinas.
4. Informan dari Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Mamasa, yakni pejabat yang diberi tugas, wewenang dan tanggung jawab mempromosikan produk unggulan daerah.
5. Informan dari Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Mamasa, yakni Kepala Bidang Pendapatan.
6. Informan dari unsur pengusaha pengolahan kopi dari bahan baku menjadi kopi bubuk, yakni pengusaha pengolahan kopi yang beroperasi di Kabupaten Mamasa.
7. Informan dari petani yang melakukan perkebunan kopi dalam wilayah Kabupaten Mamasa.

C. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data di dalam penelitian ini, dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung di lapangan. Untuk pelaksanaan wawancara, digunakan panduan wawancara sebagai instrumen penelitian.

Panduan wawancara tersebut, dibuat dalam 3 (tiga) versi. Pertama, versi yang digunakan untuk wawancara dengan pejabat Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, versi kedua, yang digunakan wawancara dengan pemilik atau pengelola perusahaan yang melakukan pengelolaan kopi serta versi ketiga, yakni wawancara dengan petani produsen kopi.

D. Prosedur Pengumpulan Data

Terdapat dua jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, yakni data sekunder dan data primer. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan prosedur sebagai berikut :

1. Membuat daftar kebutuhan data
2. Menyiapkan surat dan menyampaikan rencana penelitian kepada pihak Bappeda dan Litbang, Dinas Pertanian dan Perkebunan, Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Dinas Penanaman Modal dan PTSP, Bagian Pendapatan DPKAD Kabupaten Mamasa
3. Pengumpulan data

Data primer dikumpulkan dengan prosedur sebagai berikut :

1. Menyusun panduan wawancara
2. Menetapkan informan penelitian
3. Menetapan tempat dan waktu pelaksanaan wawancara
4. Pelaksanaan wawancara

E. Metode Analisis Data

Analisis terhadap data penelitian, dilakukan dengan menggunakan 3 (tiga) langkah, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sheldon (1998 : 52). Ke 3 (tiga) langkah tersebut, adalah sebagai berikut :

1. Mencatat data yang dihasilkan dari catatan lapangan, selanjutnya data tersebut diberi kode agar sumber datanya dapat ditelusuri.
2. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensitesiskan, membuat ikhtisar dan membuat indeksinya.
3. Berpikir dengan jalan membuat kategori data, agar itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, serta membuat temuan-temuan umum.

Analisis data pada penelitian ini, menggunakan metode interaktif. Sebagaimana dikembangkan oleh Miles dan Haberman, di dalam Rohendi (1992 : 20), terdapat 3 (tiga) tahapan kegiatan analisis, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Penjelasan dari masing-masing tahap tersebut, adalah sebagai berikut ini:

1. Reduksi data

Pada tahap reduksi data, dilakukan proses pemilahan, pemusatan perhatian pada simplifikasi, pengabstrakan dan mentrasformasi data kasar dari catatan tertulis di lapangan. Laporan lapangan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok yang bersesuaian dengan masalah yang diteliti, kemudian dicari tema dan polanya. Selama penelitian berlangsung, diadakan tahap reduksi data, selanjutnya membuat ringkasan, menelusuri tema dan menulis memo. Dengan kata lain, reduksi data merupakan

analisis data yang menunjukkan penggolongan, mengarahkan, menyortir data yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa, sehingga kesimpulan dapat ditarik. Pada tahap menyortir data, juga tidak serta merta dilakukan, melainkan didahului dengan pengecekan antara kesesuaian data yang direncanakan dengan tema atau topik yang terkait. Jika benar-benar meyakinkan, bahwa data yang direncanakan dimaksud tidak relevan, barulah penyotiran ini diputuskan.

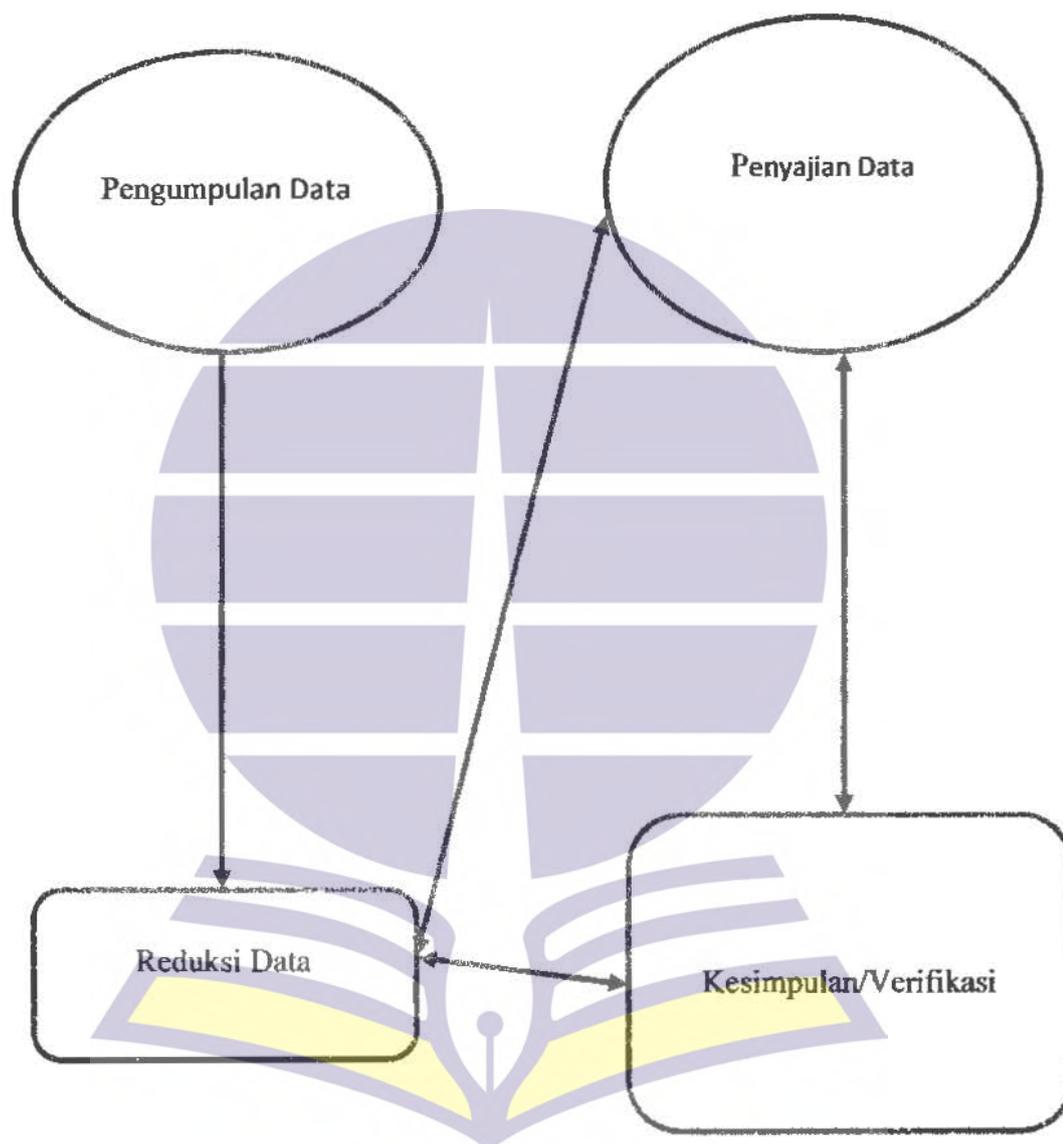
2. Penyajian data

Data yang telah direduksi, kemudian dapat disajikan (*data display*). Penyajian data ini dapat mengambil berbagai bentuk. Diantaranya, adalah berbentuk narasi atau penuturan, tabel atau gambar. Bentuk-bentuk tersebut, akan disesuaikan dengan data yang disajikan dengan memperhatikan kejelasan, kemudahan dan ketepatan penyajian.

3. Penarikan kesimpulan

Bagian terakhir dari analisis data, adalah menarik kesimpulan. Hal tersebut, dilakukan dengan memperhatikan teori dan konsep kinerja serta pengawasan yang menjadi rujukan, fakta-fakta lapangan yang terungkap dan isi penyajian dari analisis data tersebut. Kesimpulan merupakan intisari dari keseluruhan penelitian yang dilakukan, sehingga penarikan kesimpulan, mesti dilakukan dengan cermat dan relevan dengan apa yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

Berdasarkan penjelasan di atas, ketiga tahapan yang digunakan dari metode interaktif analisis data dalam proses penarikan kesimpulan tersebut, dapat dilihat sebagaimana visualisasi dalam bentuk bagan 3.2 berikut ini :



Bagan 3.2
Metode Analisis Data
(Sumber : Miles dan Haberman Dalam Rohendi, 1992 : 20)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Gambaran umum

Mamasa, adalah salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Sulawesi Barat. Kabupaten Mamasa didirikan di saat secara administratif masih berada dalam wilayah Provinsi Sulawesi Selatan dengan terbitnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2002, tentang Pembentukan Kota Palopo dan Kabupaten Mamasa, di Provinsi Sulawesi Selatan.

Kabupaten Mamasa, adalah daerah dengan curah hujan dan kelembaban tinggi dengan iklim yang dingin. Iklim di wilayah Kabupaten Mamasa sangat dipengaruhi oleh iklim tropika basah, yang bercirikan hujan cukup tinggi dengan penyebaran merata sepanjang tahun, sehingga tidak terdapat pergantian musim yang jelas. Iklim tersebut, dipengaruhi pula oleh letak geografisnya, yaitu dataran tinggi di daerah pegunungan dan dikelilingi oleh bentangan sungai-sungai dan suhu rata udara rata-rata 24° C, dimana perbedaan antara suhu terendah dan suhu tertinggi mencapai 5° - 7° C. Jumlah curah hujan rata-rata 140 – 180 hari/tahun.

Ibukota Kabupaten Mamasa, terletak di Kota Mamasa, sekitar ± 370 km dari Kota Makassar, dengan jarak tempuh sekitar 7 - 8 jam dengan menggunakan kendaraan roda empat. Sedangkan dari kota Pare-pare, sebagai pusat kawasan pengembangan ekonomi terpadu di provinsi

Sulawesi Selatan sekitar 252 km. Kabupaten Mamasa, memiliki luas wilayah 3.005,8 km², dimana Kecamatan Tabulahan, merupakan kecamatan terluas dengan luas 513,95 km² atau sekitar 17,07 % dari seluruh luas Kabupaten Mamasa. Sementara luas wilayah terkecil, adalah Rantebulahan Timur, dengan luas wilayah 31,87 km² atau sekitar 1,03 % dari seluruh luas wilayah Kabupaten Mamasa.

Secara administratif, pada awalnya wilayah Kabupaten Mamasa, terdiri atas 10 (sepuluh) wilayah Kecamatan, namun hingga saat ini, setelah mengalami pemekaran wilayah, Kabupaten Mamasa terdiri dari 17 (tujuh belas) Kecamatan definitif, yaitu : Kecamatan Mamasa, Kecamatan Tabang, Kecamatan Aralle, Kecamatan Mambi, Kecamatan Tabulahan, Kecamatan Pana, Kecamatan Nosu, Kecamatan Sesenapadang, Kecamatan Messawa, Kecamatan Sumarorong, Kecamatan Tandukkalua', Kecamatan Tawalian, Kecamatan Rantebulahan Timur, Kecamatan Bambang, Kecamatan Balla, Kecamatan Buntumalangka, Kecamatan Mehalaan. Saat ini, Kabupaten Mamasa terdiri dari 168 (Seratus Enam Puluh Delapan) wilayah Pemerintahan Desa dan 13 (Tiga Belas) wilayah Pemerintahan Kelurahan.

Peningkatan jumlah penduduk dari tahun ke tahun, mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, keadaan ini nampak dari data statistik, dimana jumlah penduduk pada Tahun 2013 sebanyak 147.660 jiwa, Tahun 2014 sebanyak 149.809 jiwa, Tahun 2015 sebanyak 151.825 jiwa, Tahun 2016 sebanyak 154.927 jiwa, yang terdiri dari laki-laki sebanyak 78.193 jiwa, perempuan sebanyak 76.734 jiwa.

Secara geografis, wilayah Kabupaten Mamasa berbatasan dengan :

- a. Kabupaten Mamuju pada bagian utara
 - b. Kabupaten Majene pada bagian barat
 - c. Kabupaten Tana Toraja dan Kabupaten Pinrang di sebelah timur dan,
 - d. Kabupaten Polewali Mandar di sebelah selatan
2. Potensi daerah

Kabupaten Mamasa memiliki beberapa objek wisata, yaitu wisata budaya Kuburan Tedong-tedong, Wisata alam Negeri di Atas Awan di Buntu Liarra Tandukalua, Wisata alam Air Terjun Sarambu di Kecamatan Tandukalua, Permandian Air Panas di Rantekatoan Desa Osango, Wisata Budaya Rumah adat, Perkampungan Tradisional Desa Ballapeu dan beberapa panorama alam lainnya.

Hasil pertanian Kabupaten Mamasa, diantaranya adalah padi, jagung, ubi kayu, ubi jalar, kacang tanah, kacang hijau, kacang kedelai, sayur-sayuran dan buah-buahan.

Hasil perkebunan Kabupaten Mamasa, pada umumnya berupa komoditi kopi, yang dikelola petani secara masif dan tradisional sebagai sumber perekonomian. Tanaman kopi yang dihasilkan, semasa masih menjadi bagian dari Kabupaten Polewali Mamasa, sebelum pemekaran, telah memberikan kontribusi dalam mengangkat nama Kabupaten Polmas sebagai penghasil kopi.

B. Hasil Penelitian

1. Strategi pengembangan kopi di Kabupaten Mamasa

Komoditi kopi bagi Pemerintah Kabupaten Mamasa, diposisikan sebagai salah satu komoditi yang menjadi produk unggulan daerah. Kebijakan demikian ini, dapat ditangkap dari penjelasan Kepala Bappeda dan Litbang Kabupaten Mamasa, yang dikemukakan sebagai berikut :

“....bagi Pemerintah Kabupaten Mamasa, komoditi kopi dipandang sebagai komoditi penting. Hal tersebut, didasarkan pada pertimbangan, bahwa komoditi kopi telah menjadi produk yang menopang penghasilan dan perekonomian masyarakat Mamasa secara luas. Hampir semua wilayah Kecamatan di Kabupaten Mamasa memiliki kebun kopi. Karena itu, Pemerintah Kabupaten memberi prioritas terhadap berbagai upaya untuk pengembangan komoditi kopi”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 27 Desember 2017).

Memposisikan kopi sebagai komoditi penting daerah, implikasinya bahwa komoditi kopi harus memperoleh penanganan yang serius dan intens dari Pemerintah Daerah, para pelaku usaha dan masyarakat Kabupaten Mamasa. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa sendiri, penanganan komoditi kopi, dapat dilihat dari 2 (dua) sudut pandang. Hal ini, terungkap dari keterangan Kepala Bappeda dan Litbang Kabupaten Mamasa, yang mengemukakan bahwa :

“....bagi Pemerintah Kabupaten Mamasa, penanganan komoditi kopi di daerah ini, diletakkan dalam 2 (dua) pendekatan. Yang pertama, yakni pendekatan berbasis pada tugas pokok dan fungsi SKPD. Yang kedua, yakni pendekatan berbasis kebijakan, program dan kegiatan pengembangan komoditi kopi tersebut”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 27 Desember 2017).

Keterangan yang disampaikan tersebut di atas, mempertegas jika Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, menjadikan kopi sebagai komoditi yang perlu dikelola secara serius. Kebijakan pengelolaan yang

ditempuh, terungkap bahwa mengambil 2 (dua) bentuk, yaitu berbasis tugas pokok dan fungsi Satuan Kerja Perangkat Daerah serta berbasis program dan kegiatan.

Lebih jauh lagi, terhadap masing-masing pendekatan yang telah dikemukakan tersebut, dijelaskan oleh Kepala Bappeda dan Litbang Kabupaten Mamasa, untuk pendekatan berbasis Satuan Kerja Perangkat Daerah, sebagai berikut :

“....komoditi kopi dalam pandangan kami, adalah komoditi yang memiliki rantai produksi dan pemasaran yang relatif cukup panjang. Konsekuensinya, adalah penanganan pengelolaan komoditi kopi tidak bisa terkonsentrasi pada satu SKPD saja, melainkan oleh beberapa SKPD. Misal pada sektor budidaya, pembinaannya oleh Dinas Pertanian dan Perkebunan, pada sektor industri, oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan untuk promosinya, oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 27 Desember 2017).

Pandangan yang dikemukakan di atas, memberi penjelasan bahwa Pemerintah Kabupaten Mamasa, dalam upaya mengembangkan komoditi kopi sebagai produk unggulan daerah, mengorganisir pengembangan komoditi kopi, sesuai situasi dan kondisi keorganisasian Pemerintah Daerah, dimana terdapat Satuan Kerja Perangkat Daerah yang memiliki tugas pokok dan fungsi yang berbeda untuk jenis komoditi yang sama, serta memperhatikan keberadaan komoditi kopi, sebagai sebuah produk pertanian atau perkebunan, yang dalam prosesnya kemudian dapat menjadi produk industri serta terkait erat dengan aspek perdagangannya.

Terkait dengan pengembangan komoditi kopi, sesuai dengan rantai produksi dan perdagangannya, oleh Kepala Bappeda dan Litbang Kabupaten Mamasa, menjelaskan sebagai berikut :

“...sejalan dengan pendekatan berbasis tugas pokok dan fungsi SKPD, lingkup Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, pengembangan komoditi kopi, kemudian dikelompokkan ke dalam berbagai program pengembangan. Secara garis besarnya, program dimaksud, terdiri atas pengembangan budidaya kopi, menjadi ranah pembinaan Dinas Pertanian dan Perkebunan, kemudian program pengembangan industri dan perdagangan, menjadi ranah pembinaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta program promosi dan investasi, menjadi ranah pembinaan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 27 Desember 2017).

Keterangan yang dikemukakan di atas, semakin memperjelas bahwa penanganan atau kebijakan pengembangan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa, walaupun dilakukan melalui 2 (dua) pendekatan, tetapi sesungguhnya kedua pendekatan tersebut pada prinsipnya menjadi satu kesatuan yang saling terkait, yakni pengembangan komoditi kopi berbasis tugas pokok dan fungsi Satuan Kerja Perangkat Daerah dan pendekatan berbasis program dan kegiatan pengembangan komoditi kopi.

Keterangan tersebut, juga dapat memberi gambaran bahwa penanganan pengembangan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa, mengikut sertakan setidaknya 4 (empat) Satuan Kerja Perangkat Daerah yang terkait. Masing-masing adalah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) dan Litbang pada ranah perencanaan kebijakan pengembangan komoditi kopi, kemudian Dinas Pertanian dan Perkebunan pada ranah pengembangan budidaya kopi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan pada ranah pengolahan, industri dan perdagangan kopi serta Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu pada ranah promosi dan investasi pengembangan komoditi kopi. Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) tersebut, mempunyai relevansi atau keterkaitan

satu dengan yang lain terhadap pengembangan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa.

2. Budidaya pengembangan kopi

Sulit membayangkan pelaksanaan pembinaan komoditi kopi pada sektor industri, perdagangan dan promosi untuk investasi, jika komoditi kopi tidak memberi kepastian pada bagian hulu, yakni di sektor pengembangan budidayanya, sehingga dapat diperhitungkan kemampuan daerah dalam menghasilkan kopi dalam kurun waktu tertentu.

Dalam kaitan itu, maka penting juga untuk dikemukakan seperti apa kebijakan dan pelaksanaannya oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, melalui Dinas Pertanian dan Perkebunan yang menangani sektor budidaya kopi. Terhadap hal ini, dikemukakan oleh Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa, bahwa :

“...untuk pengembangan budidaya kopi di Kabupaten Mamasa oleh Dinas Pertanian dan Perkebunan, memberi perhatian pada 3 (tiga) aspek, yakni aspek tanaman kopi itu sendiri, aspek ketersediaan dan pengolahan lahan dan aspek pembinaan petani atau pekebun kopi”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 05 Januari 2018).

Keterangan yang disampaikan oleh Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan tersebut, menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Mamasa melalui Dinas Pertanian dan Perkebunan, memberi perhatian terhadap aspek teknis budidaya kopi dalam rangka pengembangannya. Aspek teknis tersebut, terdiri atas tanaman kopi itu sendiri, ketersediaan lahan dan aspek petani atau pekebun kopi.

Ketiga aspek yang dipandang penting oleh Dinas Pertanian dan Perkebunan, terkait dengan pengembangan budidaya kopi di Kabupaten

Mamasa, dikemukakan bahwa penanganan atau pengelolaan program atau kegiatannya dilakukan melalui 2 (dua) cara. Hal ini, terungkap dari wawancara dengan Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan, yang menyampaikan bahwa :

“...kami di Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa, melakukan upaya-upaya pengembangan budidaya kopi dengan menggunakan 2 (dua) metode. Yang pertama, yakni metode yang terintegrasi. Dengan metode ini, dimaksudkan bahwa pemberian pemahaman dan perlakuan budidaya kopi dilakukan dengan menggabungkan ketiga aspek yang berpengaruh yakni tanaman, lahan dan pekebunnya. Yang kedua, yakni metode parsial, menekankan penanganan budidaya pengembangan kopi tersebut dengan perhatian pada salah satu dari ketiga aspek tersebut”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 05 Januari 2018).

Berdasarkan metode yang dikemukakan oleh Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan tersebut, memberi pemahaman bahwa penanganan pengembangan budidaya kopi pada batas-batas tertentu, harus dilihat dan ditekankan pada keseluruhan aspek-aspek penting yang terkait, yakni tanaman, lahan dan pekebunnya. Kemudian, pada situasi dan kondisi tertentu pula, penanganan dan pembinaannya memberi tekanan pada salah satu dari ketiga aspek penting tersebut.

Upaya untuk melaksanakan kedua metode yang dikemukakan di atas, dilakukan dengan juga menggunakan 2 (dua) cara, sebagaimana dijelaskan oleh Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan, bahwa :

“...kami mengupayakan pengembangan budidaya kopi dengan melakukan 2 (dua) cara. Yang pertama, yakni melalui media sosialisasi di dalam ruangan. Yang kedua, melalui cara pembelajaran langsung di lapangan”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 05 Januari 2018).

Pilihan terhadap kedua cara tersebut di atas, ternyata didasarkan pada pertimbangan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing cara

tersebut. Dengan menggunakan kedua cara tersebut, diharapkan bisa terjadi maksimalisasi pemberian pemahaman kepada masyarakat petani/pekebun kopi. Dijelaskan lebih lanjut oleh Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa, bahwa :

”....dengan menggunakan cara sosialisasi di dalam ruangan, pelaksanaan program atau kegiatan bisa lebih simpel dan pesertanya bisa dari berbagai wilayah Kecamatan di Kabupaten Mamasa. Kelemahan cara ini, karena petani/pekebun biasanya sulit diberi pemahaman hanya dengan penjelasan lisan dan gambar-gambar saja, mereka kebanyakan lebih paham jika melihat dan mempraktekkan secara langsung di lapangan”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 05 Januari 2018).

Beralasan, jika kemudian Dinas Pertanian dan Perkebunan, juga melakukan cara kedua dalam upaya melakukan pemberian pemahaman kepada masyarakat petani/pekebun secara langsung di lapangan. Terhadap cara tersebut, dijelaskan juga oleh Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan, kelebihan dan kekurangannya, sebagai berikut :

“...Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa, melakukan pemberian pemahaman kepada masyarakat petani/pekebun, tentang upaya pengembangan budidaya kopi, biasanya langsung di lapangan. Hal ini dimaksudkan, agar lebih memudahkan para peserta memahami seluk beluk budidaya kopi secara langsung, karena dapat mereka praktekkan seketika. Namun cara tersebut, juga memiliki kelemahan. Diantaranya, yakni akses peserta lain yang terbatas jika dilakukan di wilayah yang relatif jauh dari mereka. Kelemahan berikutnya, terletak pada keterbatasan visualisasi dari pokok materi yang disampaikan dengan fakta lapangan yang terjadi ketika itu. Misal pada tanaman, yang bisa dijelaskan hanya pada situasi dan kondisi tanaman ketika itu, demikian juga dengan tanah dan hal lainnya yang dapat diperlihatkan, tentu yang sifatnya langsung ketika itu”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 05 Januari 2018).

Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan di atas, hal pokok yang dapat ditarik dari informasi tersebut, adalah bahwa Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa, memiliki kebijakan dan dilaksanakan,

sebagai upaya pengembangkan komoditi kopi sebagai produk unggulan daerah. Dari upaya-upaya yang dilakukan, sebagaimana tersebut di atas, dapat disajikan perkembangan luas lahan, petani/pekebun dan produksi kopi di Kabupaten Mamasa, untuk kurun waktu tahun 2014-2016, pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1
Perkembangan Luas Lahan, Produksi dan Petani Kopi di
Kabupaten Mamasa, 2014 – 2016

2014	5.189	276,55	14.280
2015	5.365	287,06	14.566
2016	5.563	298,25	14.784

Sumber : BPS Kabupaten Mamasa, 2017

Data pada tabel 4.1 di atas, menunjukkan bahwa setiap tahun, terjadi peningkatan luas lahan, produksi dan petani kopi di Kabupaten Mamasa kurun waktu 2014 – 2016. Untuk luas lahan, pada tahun 2014 yakni 5.189 Ha, kemudian menjadi 5.365 Ha pada tahun 2015 meningkat 176 Ha atau 3,39%. Selanjutnya, menjadi 5.563 Ha pada tahun 2016, meningkat 198 Ha atau sebesar 3,69%. Hal ini berarti, bahwa terdapat peningkatan rata-rata 3,60% per tahun terhadap luas lahan kebun kopi di wilayah Kabupaten Mamasa.

Perkembangan produksi kopi di Kabupaten Mamasa, pada tahun 2014 tercatat volume produksi tersebut yakni 276,55 Ton, kemudian pada tahun 2015 menjadi 287,06 Ton bertambah sebesar 10,51 Ton dari tahun sebelumnya atau meningkat 3,80%. Selanjutnya pada tahun 2016,

produksi kopi menjadi 298,25 Ton atau bertambah sebesar 11,19 Ton dari tahun sebelumnya, atau meningkat 3,90% dari tahun sebelumnya. Hal ini berarti, bahwa produksi kopi di wilayah Kabupaten Mamasa mengalami peningkatan rata-rata sebesar 3,92% setiap tahunnya.

Perkembangan berikutnya, terkait dengan jumlah petani kopi. Pada tahun 2014, tercatat sebanyak 14.280 orang, kemudian pada tahun 2015, menjadi 14.566 orang, jumlah tersebut bertambah sebanyak 286 orang atau meningkat sebesar 2% dibanding tahun 2014. Selanjutnya pada tahun 2016, jumlah petani kopi ini menjadi 14.784 orang, dengan demikian, bertambah 218 orang atau meningkat 1,47% dibanding tahun 2015. Secara umum, petani kopi di wilayah Kabupaten Mamasa mengalami peningkatan rata-rata per tahun sebesar 1,76% per tahun.

3. Industri dan perdagangan

Kegiatan industri dan perdagangan kopi di Kabupaten Mamasa, masih didominasi oleh industri rumah tangga untuk usaha industri, sedang pada sektor perdagangan, lebih didominasi perdagangan kopi gelondongan/berasan. Namun dari keseluruhan kopi yang diproduksi di Kabupaten Mamasa setiap tahunnya, lebih banyak yang dijual secara gelondongan/berasan, atau sekitar 70%, sementara yang dikelola oleh industri rumah tangga hanya sekitar 30%. Hal ini mengindikasikan, bahwa industri rumah tangga pengolahan kopi di Kabupaten Mamasa masih sangat rendah.

Gambaran perkembangan industri dan perdagangan kopi di Kabupaten Mamasa, pada sektor pengolahan (industri) dan sektor

perdagangan pemasaran (kopi gelondongan/berasan), disajikan dan dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2
Perkembangan Volume Kopi Olahan dan Kopi Gelondongan
di Kabupaten Mamasa, 2014 – 2016

Tahun	Produksi Perkebunan (Ton)	Pengolahan/ Industri (Ton)	Perdagangan/ Gelondongan (Ton)
2014	276,55	78,82	193,73
2015	287,06	84,97	202,09
2016	298,25	92,46	205,79

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Mamasa, 2017

Data pada tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa komoditi kopi di Kabupaten Mamasa, volume produksinya terus meningkat setiap tahun. Peningkatan kuantitas tersebut, terjadi pada hasil perkebunan, kemudian juga di sektor pengolahan (industri) serta pada sektor perdagangan (gelondongan/berasan).

Hasil perkebunan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa pada tahun 2014, tercatat sebanyak 276,55 ton, kemudian meningkat menjadi 287,06 ton pada tahun 2015, bertambah 10,51 ton atau 3,8%, kemudian menjadi 298,25 ton pada tahun 2016, bertambah 11,19 ton atau meningkat 3,89%. Sedangkan pada kopi yang diolah (industri) pada tahun 2014 sebanyak 78,82 ton, kemudian menjadi 84,97 ton tahun 2015, ini mengindikasikan adanya peningkatan produksi 6,15 ton dibanding tahun 2014, atau meningkat 7,80%. Kemudian tahun 2016 menjadi 92,46 ton, meningkat 7,49 ton dibanding tahun 2015 atau meningkat 8,81%. Untuk komoditi kopi yang diperdagangkan secara gelondongan/berasan, pada tahun 2014

tercatat 193,73 ton, volume tersebut meningkat pada tahun 2015 menjadi 202,09 ton, ini mengindikasikan adanya peningkatan 8,36 ton atau meningkat 4,32% dibanding tahun 2014 dan pada tahun 2016 menjadi 205,79 ton, bertambah 3,7 ton atau mengalami peningkatan produksi 1,83% dibanding tahun 2015.

Peningkatan pada sektor pengolahan (industri) dan perdagangan (gelondongan/berasan) tersebut, tentu terkait dengan upaya-upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Hal tersebut, terungkap dari keterangan yang disampaikan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, yang mengemukakan bahwa :

“...sebagai bagian dari struktur organisasi Pemerintah Daerah yang diberi tugas dan tanggung jawab mengembangkan komoditi kopi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, telah menuangkan ke dalam Rencana Strategis (Renja) Dinas Perindustrian dan Perdagangan, kebijakan sektoral dalam pengembangan komoditi kopi”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 08 Januari 2018).

Keterangan yang dikemukakan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, sebagaimana disebutkan diatas, sejalan penjelasan Kepala Bappeda dan Litbang Kabupaten Mamasa, tentang adanya kebijakan yang sifatnya parsial atau sektoral dalam pengembangan komoditi kopi, kebijakan parsial atau sektoral, sesungguhnya adalah intervensi sektoral yang dilakukan oleh Satuan Kerja Perangkat Daerah terkait, dimana untuk Dinas Perindustrian dan Perdagangan, fokus penekanannya pada pembinaan pengolahan (industri) dan perdagangan komoditi kopi.

Kopi sebagai komoditi unggulan Kabupaten Mamasa, dipandang tidak lagi memadai hanya dengan memberi perhatian pembinaan di sektor budidaya saja, melainkan juga pada sektor pengolahannya atau industri. Terhadap hal tersebut, dijelaskan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, bahwa :

“...sudah tidak memadai lagi komoditi kopi daerah ini dikembangkan hanya di sektor budidaya dan perdagangan saja. Karena nilai tambah ekonominya rendah. Oleh sebab itu, menjadi tugas Dinas Perindustrian dan Perdagangan menyebarkan kepada masyarakat, agar komoditi kopi bisa keluar dari Kabupaten Mamasa dalam bentuk olahan atau kopi Bubuk. Jika ini dilakukan, kita berharap akan berdampak pada perluasan kesempatan kerja di sektor industri serta memberi nilai tambah ekonomi bagi masyarakat Kabupaten Mamasa”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 08 Januari 2018).

Sejalan dengan cara pandang yang dikemukakan tersebut, oleh Pemerintah Kabupaten Mamasa, melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan, menjadikan 3 (tiga) hal, yang menjadi fokus perhatian di sektor industri. Hal ini, dikemukakan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, bahwa :

“...terkait dengan industri pengolahan kopi, kami di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, memfokuskan perhatian pada 3 (tiga) hal. Yang pertama, yakni kapasitas para pengelola kopi tersebut. Kedua, terkait dengan kualitas produk kopi yang dihasilkan. Kemudian yang ketiga, yakni kemasan dari kopi yang telah diolah”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 08 Januari 2018).

Penjelasan yang dikemukakan di atas, semakin mempertegas bahwa komoditi kopi dalam penanganannya, memang diperlukan pendekatan sektoral. Karena pada pendekatan sektoral pun, menunjukkan terdapat banyak hal-hal teknis yang perlu pembinaan. Sebagaimana yang dikemukakan di atas, ternyata pengolahan atau industri kopi menyasar

pada kemampuan orang, kualitas kopi yang diproduksi dan kemasan dari kopi tersebut. Ketiga aspek yang menjadi fokus perhatian Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, masing-masing memiliki perlakuan atau intervensi kebijakan yang berbeda. Pembinaan untuk para pengelola kopi industri rumah tangga di Kabupaten Mamasa, oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan, setiap tahunnya menyelenggarakan program atau kegiatan yang bermuara pada peningkatan kapasitas mereka. Hal tersebut, dikemukakan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, bahwa :

“....pada Rencana Strategis (RENJA) Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, ditetapkan komoditi kopi sebagai produk unggulan daerah. Implikasinya kemudian, adalah setiap tahun kami memprogramkan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang sejalan dengan itu, diantaranya yang bersifat rutin dan memang menjadi kebutuhan adalah peningkatan kapasitas para pengelola kopi berbasis industri rumah tangga”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 08 Januari 2018).

Keterangan tersebut di atas, menunjukkan bahwa pengembangan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa pada sektor pengolahan, juga menekankan aspek kapasitas pengelola. Karena itu, kemampuan pengelola tersebut harus ditingkatkan. Pengembangan kemampuan pengelola kopi tersebut, menurut Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan, ditekankan pada proses pengolahan dan pengendaliannya. Dikemukakan bahwa :

“....dalam upaya meningkatkan kapasitas pengelola kopi di Kabupaten Mamasa, perhatian Dinas Perindustrian dan Perdagangan, ditekankan pada peningkatan kemampuan mereka dalam proses pengolahan kopi. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan, bahwa produk industri olahan kopi, kualitasnya tidak hanya ditentukan oleh bahan baku, melainkan juga pada cara atau proses pengolahan bahan baku tersebut”. (Hasil Wawancara

dengan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, Mamasa, 08 Januari 2018).

Upaya peningkatan kemampuan terhadap pengelola kopi (industri) dan pengendaliannya, dilakukan dengan beberapa fase atau tahapan. Secara garis besar, fase atau tahapan peningkatan kemampuan terhadap pengelola kopi tersebut, dijelaskan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, sebagai berikut :

“...bahan atau lingkup peningkatan kapasitas pengelola kopi yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, kepada para pengelola kopi terdiri dari pemilahan bahan baku, proses pengeringan, proses pengolahan dan finishing kopi olahan”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 08 Januari 2018).

Keterangan tersebut di atas, memperkuat dasar pemikiran dan cara pandang yang telah dikemukakan sebelumnya oleh Kepala Bappeda dan Litbang Kabupaten Mamasa, atas urgensi pembinaan pengembangan kopi secara sektoral. Karena pada aspek peningkatan kapasitas pengolah kopi saja, juga masih terdiri dari dari berbagai segi yang terkandung di dalamnya.

Demikian juga, pada aspek kualitas kopi yang dihasilkan. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, memberi perhatian pembinaan yang serius terhadap hal tersebut, sebagaimana dikemukakan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, bahwa :

“....pembinaan Industri kopi di Kabupaten Mamasa, menjadikan kualitas kopi yang dihasilkan memiliki keunggulan. Untuk maksud tersebut, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, menetapkan dan melaksanakan kebijakan yang sejalan dengan hal itu. Program dan kegiatan yang kita laksanakan tiap tahun, adalah penyuluhan pengolahan kopi berkualitas. Tekanannya lebih pada

pemilihan dan pengolahan bahan baku”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 08 Januari 2018).

Keterangan tersebut di atas, memberi gambaran yang jelas tentang ruang lingkup pembinaan aspek kualitas kopi olahan, oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa. Ruang lingkup tersebut, terdiri atas pemilihan bahan baku dan pengolahannya.

Aspek ketiga dari pembinaan pengolahan kopi yang telah dikemukakan terdahulu, adalah kemasan dari kopi olahan tersebut. Aspek kemasan, juga dipandang penting sebagaimana dikemukakan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan, bahwa :

“...Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, juga memandang penting menetapkan dan melaksanakan kebijakan terkait dengan kemasan kopi olahan yang dihasilkan oleh masyarakat. Ini didasarkan pada pertimbangan ketahanan kemasan, harga dan penampilannya”. Karena itu, kami di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, secara berkesinambungan menyampaikan hal ini kepada para pengusaha kopi dan sekaligus memfasilitasinya pada batas-batas tertentu. (Hasil Wawancara, Mamasa, 08 Januari 2018).

Penjelasan di atas, menunjukkan bahwa pembinaan pengolahan kopi oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, dilakukan mulai dari unsur pengelolanya, bahan baku yang digunakan, serta pada aspek kemasannya, sehingga kopi yang dihasilkan benar-benar layak jual di pasaran. Hal ini, dilakukan sebagai implikasi dari kebijakan Pemerintah Daerah, yang menetapkan kopi sebagai produk unggulan Kabupaten Mamasa.

4. Strategi promosi

Dalam mendeskripsikan hasil penelitian ini, penulis merujuk pada proses pengambilan keputusan berdasarkan ahli. Menurut Elbing

(2010:22), dalam bauran promosi, dikenal dengan beberapa indikator, yaitu identifikasi dan analisis tentang obyek yang dipromosikan, pengumpulan dan analisis data bahan/obyek yang dipromosikan, pengembangan dan evaluasi promosi, pemilihan promosi dan alternatif terbaik dan implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil yang dipromosikan. Terkait dengan strategi promosi, yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Mamasa dalam upaya menentukan keputusan, dapat dilihat dari beberapa indikator, sebagai berikut :

a. Lembaga pelaksana

Upaya untuk mempromosikan berbagai potensi daerah yang dimiliki oleh Kabupaten Mamasa, oleh Pemerintah Daerah, melalui Peraturan Bupati Mamasa Nomor 23 Tahun 2016, telah membentuk satu lembaga daerah yang salah satu tugas dan tanggung jawabnya, yakni menciptakan kondisi investasi yang kondusif dan mempromosikan potensi Kabupaten Mamasa. Lembaga tersebut, adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, dengan struktur organisasi sebagaimana terlampir (halaman 112).

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, dipimpin oleh seorang Kepala Dinas, dibantu oleh Sekretaris Badan, dan 5 (lima) Kepala Bidang. Masing-masing bidang mengorganisir 3 (tiga) seksi. Bidang-bidang dimaksud, terdiri dari :

- 1) Bidang perencanaan dan pengembangan iklim penanaman modal.
- 2) Bidang pengendalian pelaksanaan penanaman modal dan sistem informasi.

- 3) Bidang promosi penanaman modal.
- 4) Bidang penyelenggaraan perizinan dan non perizinan.
- 5) Bidang pengaduan kebijakan dan pelaporan layanan.
- 6) Bidang pengkajian dan pengembangan pelayanan.

Upaya pembinaan promosi terhadap produk-produk dan kekayaan daerah, pada prinsipnya tidak dapat dipisahkan dengan seluruh bidang-bidang tersebut. Namun untuk pelaksanaan kegiatan promosi tersebut, hal ini menjadi tugas dan tanggung jawab Bidang Promosi Penanaman Modal.

b. Analisis obyek promosi

Dalam proses pengambilan keputusan, melalui proses identifikasi dan diagnosa masalah, maka selaku pemerintah, seyogyanya merujuk pada apa yang di maksud dengan identifikasi dan diagnosa tentang obyek yang akan dipromosikan. Berikut hasil wawancara dengan Kepala Bidang Promosi dan Penanaman Modal, Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, bahwa :

“...dalam meningkatkan dan mengembangkan kopi Mamasa, maka salah satu hal yang dilakukan, adalah bagaimana mengidentifikasi obyek/bahan, dalam hal ini kopi Mamasa untuk dipromosikan. Apa yang menjadi alasan utama bagi Pemerintah Daerah menjadikan kopi sebagai salah satu daya tarik dan mampu memberikan kontribusi terhadap daerah kita. Olehnya itu, harus betul-betul diidentifikasi mulai dari awal sampai akhir dan memustuskan bahwa kopi Mamasa layak untuk dikembangkan.” (Hasil Wawancara, Mamasa, 29 Januari 2018).

Analisis dimaksud di atas, dilakukan dengan cara-cara tertentu, yang dimaksudkan menghasilkan sesuatu yang dapat menjadi bahan

pengambilan keputusan. Dalam konteks komoditi kopi, keputusan tersebut berupa strategi mempromosikannya.

Pengambilan keputusan menjadi hak Pemerintah Daerah, di dalam menetapkan bahwa kopi Mamasa layak untuk dikembangkan, namun proses identifikasi dan diagnosa, tentang obyek yang akan dikembangkan/dipromosikan, tetap dijalankan agar apa yang diputuskan menjadi sesuatu yang bermanfaat terutama terhadap pendapatan daerah. Hal senada, disampaikan oleh staf pada Bidang Promosi dan Penanaman Modal, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, yang terpilih sebagai informan, berinisial (HN), yang menyampaikan sebagai berikut :

“...dimana-mana, ketika Pemerintah Daerah mencari alternatif untuk pendapatan daerah, maka tentu pilihannya jatuh kepada hasil sumber daya alam yang bisa dikembangkan. Maka untuk menentukan mana hasil sumber daya alam itu, Pemerintah Daerah telah melakukan proses identifikasi dan analisis terhadap obyek (hasil bumi), yang mampu dikembangkan/dipromosikan. Hal ini, berimbang kepada *output* dan *budget* yang dikeluarkan, agar sebanding dengan pemasukan ketika dipromosikan dan dikembangkan. Sehingga ketika pemerintah memilih kopi, sebagai salah satu hasil bumi yang mempunyai nilai jual yang tinggi, maka pemerintah tidak setengah-setengah dalam memutuskan. Namun tetap melakukan apa yang disebut dengan proses identifikasi di lapangan.” (Hasil Wawancara, Mamasa, 29 Januari 2018).

Proses-proses seperti identifikasi dan analisis obyek promosi, yang dilakukan melalui pengambilan keputusan, menjadi hak Pemerintah Daerah. Proses identifikasi dan analisis promosi, seringkali menemui hambatan dan rintangan, terutama dalam menetapkan obyek/bahan yang akan dipromosikan. Rumusan identifikasi dan analisis tersebut, menjadi bahan dalam memutuskan sebuah kebijakan.

Hal senada, disampaikan oleh Kepala Bidang Promosi dan Penanaman Modal, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, bahwa :

“...kami yakin dan sadar sekali, tentang apa yang menjadi hak Pemerintah Daerah, ketika memutuskan bahwa kopi sebagai salah satu produk yang berkontribusi terhadap PAD, namun setiap keputusan Pemerintah Daerah tersebut, seyogyanya melibatkan unsur yang lain, terutama bagaimana mengidentifikasi, bahwa dari sekian banyak hasil bumi yang ada di Kabupaten Mamasa, maka kopi menjadi salah satu hasil bumi yang mampu mendongkrak PAD nantinya. Sehingga hal ini, tidak membebani keuangan daerah dalam hal promosi dan pengembangannya di kemudian hari. Karena sekali lagi, yang ingin kami sampaikan, bahwa biaya promosi itu mahal sehingga dibutuhkan identifikasi yang baik dan terukur.” (Hasil Wawancara, Mamasa, 29 Januari 2018).

c. Pengumpulan dan analisis data

Langkah selanjutnya, dalam strategi promosi pengembangan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa, adalah melalui proses pengumpulan dan analisis data bahan/obyek yang dipromosikan. Dalam kaitan itu, maka Dinas Penanaman Modal dan PTSP, merujuk pada apa yang dimaksud dengan pengumpulan dan analisis data obyek yang dipromosikan, melakukan pengumpulan data dan menganalisisnya. Dikemukakan oleh Kabid Promosi dan Penanaman Modal, Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Mamasa, bahwa:

“...setelah melewati proses identifikasi masalah, maka proses yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah, adalah pengumpulan dan analisis data bahan/obyek yang dipromosikan, biasanya proses yang kedua ini, membutuhkan waktu dan konsentrasi perihal analisis yang relevan. Karena kita tahu, bahwa kopi sudah banyak dan di beberapa daerah sudah lebih dulu mengembangkannya, contohnya kopi Toraja. Olehnya itu, pemerintah mengumpulkan bahan dan data yang memberikan penjelasan, bahwa kopi Mamasa juga mampu bersaing karena memiliki kelebihan dan keunikan tersendiri, dibandingkan

dengan kopi lain yang ada di Sulbar, Sulsel dan di Indonesia pada umumnya.” (Hasil Wawancara, Mamasa, 28 Januari 2018).

Data yang dikumpulkan, kemudian dianalisis dengan menggunakan kerangka berpikir SWOT analisis. Hal ini, dijelaskan oleh Kepala Bidang Promosi dan Penanaman Modal, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, bahwa:

“....dalam pengumpulan data yang selanjutnya kami analisis, dengan pokok perhatian pada seperti apa kekuatan dan kelemahan yang menyertai kopi Mamasa, kemudian, juga kami menganalisis peluang dan ancaman yang dihadapi. Barulah hasil analisis tersebut menjadi rujukan dalam merumuskan strategi promosi”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 28 Januari 2018).

Walaupun pengambilan keputusan menjadi hak Pemerintah Daerah, namun proses pengumpulan dan analisis data bahan/obyek yang dipromosikan tetap dijalankan, agar apa yang diputuskan juga menysar pemangku kepentingan lainnya, agar menjadi sesuatu yang bermanfaat. Hal ini, disampaikan oleh Kepala Bidang Promosi dan Penanaman Modal, Dinas Penanaman Modal dan PTSP, bahwa :

“....untuk menghasilkan keputusan yang berpihak kepada kebutuhan dan manfaat yang besar, maka proses pengumpulan dan analisis data bahan/obyek yang dipromosikan, dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam menentukan, bahwa pengembangan kopi Mamasa adalah keputusan yang berpihak kepada asas manfaat dan fungsinya, terutama dalam peningkatan PAD.” (Hasil Wawancara, Mamasa, 28 Januari 2018).

Proses pengumpulan dan analisis data bahan/obyek oleh Pemerintah Daerah, seringkali menemui hambatan dan rintangan, terutama memilah dan memilih data bahan/obyek yang dipromosikan. Berikut yang disampaikan oleh Kepala Bidang Promosi, Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Mamasa, bahwa :

“...pekerjaan Pemerintah Daerah, terutama yang membidangi urusan promosi dan penanaman modal, adalah bekerja maksimal dalam pengumpulan dan analisis data bahan/obyek yang dipromosikan, hal ini dilakukan, untuk menghindari apa yang menjadi hambatan dan rintangan dalam pengumpulan data bahan/obyek yang dipromosikan tersebut, sebab terkadang pengumpulan data bahan/obyek yang dipromosikan dengan apa yang menjadi substansi pokok pengembangan kopi, sebagai modal dalam peningkatan pendapatan daerah.” (Hasil Wawancara, Mamasa, 28 Januari 2018).

Berdasarkan pengumpulan dan analisis data, yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Mamasa, kemudian dirumuskan hasil analisis atas komoditi kopi tersebut, dengan fokus analisis, berupa kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh komoditi kopi Mamasa, sebagaimana disajikan pada tabel 4.3, berikut ini :

Tabel 4.3
Analisis SWOT atas Komoditi Kopi Kabupaten Mamasa oleh Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Mamasa

Kelebihan / Kekuatan	Kelemahan / Ancaman
Kekuatan	<ul style="list-style-type: none"> • Basis produksi di masyarakat yang massal. • Memiliki cita rasa yang khas dan diminati konsumen. • Telah dikenal secara regional. • Dukungan Pemerintah Daerah untuk pengembangannya.
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagian besar produk masih gelondongan/berasan. • Kemasan untuk kopi olahan masih terbatas. • Biaya angkut ke luar Mamasa yang besar.
Peluang	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar regional Sulawesi Barat, Sulawesi Selatan, Nasional dan Internasional yang prospektif. • Minat penanaman modal menengah untuk mengolah kopi Mamasa yang lebih marketabel. • Dukungan Pemerintah Pusat untuk mengembangkan komoditi unggulan daerah.
Ancaman	<ul style="list-style-type: none"> • Aneka jenis kopi bubuk, kopi suset di pasaran. • Sulitnya akses atas kemasan kopi olahan. • Peralihan minat cita rasa kopi bagi kalangan muda ke kopi dari luar daerah.

Sumber : Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Mamasa, 2018.

Pada tabel 4.3 tersebut di atas, menunjukkan bahwa Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, terlebih dahulu mengumpulkan data, kemudian menganalisisnya dengan instrument *strengths, weaknesses, opportunities, threats* (SWOT) analisis, sebelum sampai pada perumusan strategi promosi yang ditetapkannya. Penggunaan metode ini, tentu sangat menolong dalam pendalaman atas kondisi internal dan eksternal yang melekat serta dihadapi terkait upaya mengembangkan komoditi kopi Mamasa.

Berdasarkan analisis *strengths, weaknesses, opportunities, threats* (SWOT) tersebut, kemudian Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, merumuskan strategi promosi komoditi kopi di Kabupaten Mamasa. Perumusan strategi promosi komoditi kopi Mamasa, dijelaskan oleh Kepala Bidang Promosi dan Penanaman Modal, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, bahwa :

“....dalam merumuskan strategi promosi komoditi kopi, kami menggunakan kerangka berpikir dengan tekanan pada meningkatkan kekuatan, lalu membenahi kelemahan, selanjutnya memanfaatkan peluang, serta menghalau ancaman. Karena itu, terhadap setiap aspek analisis SWOT yang digunakan melahirkan strategi yang kami pandang relevan” (Hasil Wawancara, Mamasa, 28 Januari 2018).

Strategi promosi komoditi kopi, yang dirumuskan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini yang diberi narasi respon strategis pengembangan komoditi kopi Mamasa :

Tabel 4.4
Strategi Pengembangan Kopi Mamasa berdasar SWOT Analisis

Dimensi Analisis	Respon Strategis
Kekuatan	<ul style="list-style-type: none"> • Memperkuat dukungan multi pihak dalam pengembangan kopi Mamasa. • Mempertahankan cita rasa kopi Mamasa untuk basis pasar regional, nasional dan internasional.
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kopi olahan : volume, cita rasa dan penampilan.
Peluang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan investasi untuk budidaya kopi dan pasar yang lebih luas.
Ancaman	<ul style="list-style-type: none"> • Mendorong aneka produk akhir kopi Mamasa

Sumber : Dinas Penanaman Modal dan PTSP Pintu Kabupaten Mamasa, 2018.

Pada tabel 4.4 di atas, menunjukkan bahwa terhadap hasil analisis kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman kopi Mamasa oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, telah menghasilkan 5 (lima) rumusan respon strategis. Rumusan tersebut, menurut Kepala Bidang Promosi dan Penanaman Modal, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa masih terlalu luas, sebagaimana dijelaskan bahwa :

“...terhadap 5 (lima) respon strategis atas analisis kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman bagi kopi Mamasa, kami di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, memandangnya masih terlalu luas. Karena itu, pada saat selesai dirumuskan, berkembang pandangan untuk mempertajam rumusan tersebut untuk menjadi strategi promosi yang lebih pas”. (Hasil Wawancara, Mamasa, 28 Januari 2018).

Berdasarkan pandangan seperti yang dikemukakan di atas, setelah dilakukan analisis ulang atas respon strategis yang telah dirumuskan tersebut, kemudian oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, merumuskan

strategi promosi komoditi kopi Mamasa, sebagaimana disajikan pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Rumusan Strategi Promosi Kopi Mamasa oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa

Respon Strategis	Strategi Promosi
<ul style="list-style-type: none"> • Memperkuat dukungan multi pihak dalam pengembangan kopi Mamasa. • Mempertahankan cita rasa kopi Mamasa untuk basis pasar regional, nasional dan internasional. • Meningkatkan kopi olahan : volume, cita rasa dan penampilan. • Peningkatan investasi untuk pasar yang lebih luas. • Mendorong aneka produk akhir kopi Mamasa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemitraan multi pihak dalam mengembangkan kopi Mamasa. • Menjangkau pasar yang lebih luas dengan cita rasa kopi Mamasa yang khas.

Sumber : Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Mamasa, 2018.

Tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa dari 5 (lima) respon strategis terhadap kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman bagi kopi Mamasa, kemudian oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, telah dirumuskan 2 (dua) strategi promosi bagi pengembangan kopi Mamasa, kedua strategi tersebut masing-masing adalah :

- 1) Kemitraan multi pihak dalam mengembangkan kopi Mamasa.
- 2) Menjangkau pasar yang lebih luas dengan cita rasa kopi Mamasa yang khas.

d. Pengembangan dan evaluasi promosi

Tahapan selanjutnya, dalam strategi promosi pengembangan kopi Mamasa, adalah melalui pengembangan dan evaluasi promosi, dalam strategi promosi pengembangan kopi, maka Pemerintah Daerah, merujuk pada apa yang di maksud dengan pengembangan dan evaluasi promosi. Berikut hasil wawancara dengan (AP), salah seorang staf pada

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten

Mamasa :

“...biasanya setelah melewati proses identifikasi masalah, maka proses yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam strategi pengembangan kopi, adalah pengembangan dan evaluasi promosi, biasanya proses yang kedua ini, membutuhkan waktu dan konsentrasi perihal model promosi yang cocok dengan pengembangan kopi di Mamasa. Kita tahu di beberapa daerah pengembangan kopi semakin canggih dan modern, sehingga dibutuhkan sentuhan teknologi dalam pengembangannya. Karena hal ini, berdampak pada biaya dan waktu yang dibutuhkan dalam pengembangannya di kemudian hari.” (Hasil Wawancara, AP, Mamasa, 30 Januari 2018).

Walaupun strategi promosi pengembangan kopi menjadi hak Pemerintah Daerah, namun proses pengembangan dan evaluasi promosi, tetap melibatkan pakar dan dijalankan dengan baik, agar apa yang diputuskan nanti menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi daerah. Hal ini, disampaikan oleh staf Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, yang terpilih sebagai informan berinisial (AT), berikut ini :

“...untuk menghasilkan strategi promosi pengembangan kopi yang berpihak kepada kebutuhan dan manfaat yang besar bagi daerah, maka proses pengembangan dan evaluasi promosi harus dilakukan oleh orang yang ahli dalam bidangnya (pakar), sehingga dalam menentukan strategi promosi pengembangan kopi tersebut dapat berpihak kepada asas manfaat dan fungsinya, terutama dalam peningkatan PAD.” (Hasil Wawancara AT, Mamasa, 30 Januari 2018).

Kegiatan seperti pengembangan dan evaluasi promosi yang dilakukan melalui strategi promosi pengembangan kopi, menjadi hak Pemerintah Daerah, namun strategi promosi pengembangan kopi, seringkali menemui hambatan dan rintangan, terutama memilih orang yang berkompeten di bidangnya. Berikut, yang disampaikan oleh staf

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten

Mamasa yang terpilih sebagai informan berinisial (RO), berikut ini :

“....pekerjaan pemerintah terutama yang membidangi urusan strategi promosi pengembangan kopi, akan bekerja maksimal dalam pengembangan dan evaluasi promosi. Hal ini, dilakukan untuk menghindari apa yang menjadi hambatan dan rintangan dalam strategi promosi pengembangan kopi tersebut, sebab terkadang strategi promosi pengembangan kopi, tidak relevan dengan apa yang menjadi substansi pokok Peraturan Daerah (Perda) tentang Peningkatan Pendapatan Daerah.” (Hasil Wawancara RO, Mamasa, 30 Januari 2018).

Pandangan yang dikemukakan di atas, didasarkan pada fakta, bahwa sebaik apapun strategi yang dihasilkan oleh suatu organisasi, selalu saja dihadapkan pada berbagai kendala yang harus dievaluasi, sehingga strategi yang telah ditetapkan bisa dioperasikan secara efektif.

e. Pemilihan promosi terbaik

Sebagai bagian dari upaya dalam proses strategi promosi pengembangan kopi, melalui proses pemilihan promosi terbaik, maka Pemerintah Daerah, seharusnya merujuk pada apa yang dimaksud dengan pemilihan promosi terbaik. Berikut, hasil wawancara dengan (NA), salah seorang staf Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, berikut ini :

“....saya yakin bahwa Pemerintah Daerah pasti menggunakan variabel dalam memutuskan setiap Peraturan Daerah (Perda), termasuk Perda peningkatan PAD Kabupaten Mamasa, melalui pengembangan kopi, olehnya itu proses pemilihan promosi terbaik, menjadi salah satu tahapan dalam proses strategi promosi pengembangan kopi tersebut.” (Hasil Wawancara NA, Mamasa, 30 Januari 2018).

Strategi promosi pengembangan kopi menjadi tanggung jawab Pemerintah Daerah, namun proses pemilihan promosi terbaik

seharusnya tetap dijalankan, agar apa yang diputuskan benar-benar menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi daerah itu sendiri. Hal senada, terungkap dari penyampaian salah seorang warga masyarakat pengolah kopi yang terpilih sebagai informan berinisial (BG), berikut ini :

“...ketika Pemerintah Daerah melakukan strategi promosi pengembangan kopi dalam menetapkan aturan atau kebijakan, selalu menggunakan atau paling tidak melakukan proses pemilihan promosi terbaik, contoh mengenai Pendapatan Asli Daerah (PAD), dalam hal ini pengembangan kopi. Maka Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, patut melakukan strategi promosi pengembangan kopi, melalui pemilihan promosi yang tepat. Seperti itu contoh prosesnya.” (Hasil Wawancara BG, Mamasa, 31 Januari 2018).

Proses-proses seperti pemilihan promosi terbaik yang dilakukan melalui strategi promosi pengembangan kopi, menjadi tanggung jawab Pemerintah Daerah, namun strategi promosi pengembangan kopi seringkali menemui hambatan dan rintangan, sehingga rumusan pemilihan promosi terbaik yang menjadi bahan dalam memutuskan sebuah kebijakan tentang pengembangan kopi Mamasa, memang harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah. Hal senada, disampaikan oleh salah seorang staf pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa berinisial (AP), yang terpilih sebagai informan, mengemukakan, bahwa :

“...saya yakin dan sadar sekali tentang apa yang menjadi tanggung jawab dan kewajiban kami sebagai aparatur Pemerintah Daerah, bahwa setiap strategi promosi pengembangan kopi, diputuskan melalui tahap pengkajian dan perumusan masalah melalui pemilihan promosi terbaik. Dimana-mana Pemerintah Daerah, dalam melakukan strategi promosi pengembangan kopi dalam menetapkan kebijakan atau strategi selalu menggunakan atau paling tidak melakukan proses pemilihan promosi terbaik,” (Hasil Wawancara AP, Mamasa, 31 Januari 2018).

f. Implementasi dan evaluasi

Langkah selanjutnya, dalam strategi promosi pengembangan kopi, adalah melalui proses implementasi keputusan dan evaluasi, terhadap hasil-hasil yang dipromosikan. Dalam kaitan itu, maka Pemerintah Daerah, merujuk pada apa yang dimaksud dengan implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil yang dipromosikan. Berikut hasil wawancara dengan (AP), salah seorang staf Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, berikut ini :

“....tahapan selama ini, setelah melewati proses pemilihan promosi terbaik, maka proses yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah, adalah implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil yang dipromosikan, biasanya proses yang kelima ini, membutuhkan waktu dan konsentrasi, perihal penerapan dan evaluasi dalam strategi promosi pengembangan kopi.” (Hasil Wawancara AP, 31 Januari 2018).

Walaupun pengambilan keputusan menjadi tanggung jawab Pemerintah Daerah, namun proses implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi tetap dijalankan, agar apa yang diputuskan benar-benar menjadi sesuatu yang bermanfaat. Hal ini, disampaikan oleh salah seorang staf Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, sebagai informan berinisial (AP), berikut ini :

“...kami sadar bahwa untuk menghasilkan strategi promosi pengembangan kopi, yang berpihak kepada kebutuhan dan manfaat yang besar bagi petani dan Pemerintah Daerah, maka proses implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah, dalam menentukan strategi promosi pengembangan kopi yang berpihak kepada asas manfaat dan fungsinya.” (Hasil Wawancara AP, Mamasa, 31 Januari 2018).

Kegiatan seperti implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi, yang dilakukan melalui strategi promosi pengembangan kopi, menjadi hak Pemerintah Daerah, namun proses implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi, seringkali menemui hambatan dan rintangan, terutama memilih dan memilih promosi yang relevan.

Berikut keterangan yang disampaikan oleh salah seorang staf Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, yang terpilih sebagai informan berinisial (AP), dalam proses wawancara, demikian :

“...selama ini, pekerjaan Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, belum maksimal dalam implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi, hal ini dilakukan untuk menghindari apa yang menjadi hambatan dan rintangan dalam menerapkan dan mengevaluasi, sebab terkadang implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi, tidak sesuai dengan apa yang menjadi substansi pokok Peraturan Daerah tentang peningkatan pendapatan daerah.” (Hasil Wawancara AP, 31 Januari 2018).

5. Kontribusi kopi terhadap peningkatan PAD

Proses penelitian melalui hasil wawancara kepada (DT), informan penelitian yang terpilih, diperoleh hasil keterangan yang menyatakan sebagai berikut :

“...selama ini, pekerjaan di bidang penerimaan pendapatan daerah melalui strategi kebijakan pengembangan kopi, belum menyentuh terhadap apa yang telah dihasilkan dalam promosi pengembangannya, karena tidak melibatkan masyarakat setempat dalam mempromosikan kopi tersebut.”

Hal senada, dipertegas oleh (AB), informan lain, yakni salah seorang staf, pada Bidang Pendapatan Badan Pengelola Keuangan dan

Aset Daerah Kabupaten Mamasa, yang menuturkan keterangannya kepada peneliti, sebagai berikut :

“...sebenarnya potensi penerimaan daerah melalui pengembangan kopi dan sebagainya, bisa meningkat akan tetapi sebagian staf kurang mengoptimalkan pekerjaan tersebut, sehingga inilah yang menjadi salah satu penyebab berkurangnya penerimaan pendapatan daerah.”

Salah satu alternatif potensi penerimaan Pendapatan Asli Daerah, dapat diperoleh dari berbagai penerimaan yang bersumber dari pengembangan kopi, namun ini kurang dioptimalkan, terutama terhadap pelaku yang memang membidangi sumber penerimaan. Apabila tim pelaku dimaksimalkan di lapangan, tentu akan menjadi kekuatan dalam menghimpun pendapatan daerah melalui sumber penjualan kopi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara kepada (MS), informan penelitian yang terpilih, diperoleh hasil wawancara dengan salah seorang informan, menyebutkan sebagai berikut :

“...kalau mau efektif dan efisien penerimaan Pendapatan Asli Daerah, maka pembenahan regulasi segera dilakukan, agar potensi PAD tersebut dapat dimaksimalkan.”

Hal senada disampaikan oleh (BT), informan lain pada Bidang Pendapatan Daerah Kabupaten Mamasa, menuturkan kepada peneliti, sebagai berikut :

“...regulasi tentang Pendapatan Asli Daerah harus dibenahi dan dilengkapi dengan mengoptimalkan potensi Pendapatan Asli Daerah yang lain, selain yang ada sekarang (pengembangan kopi Mamasa) kalau itu dilakukan, maka saya yakin sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah dapat terwujud.”

Pembenahan regulasi tentang PAD di Kabupaten Mamasa, memang sudah saatnya dilakukan, apalagi dengan masih banyaknya sumber-sumber

dan potensi PAD yang belum dikelola. Terutama yang terkait dengan pengembangan dan strategi penjualan kopi Mamasa, perlu terus dilakukan. Peranan pemerintah sangat diperlukan dalam pengelolaan PAD, agar daerah bisa mengendalikan penerimaan dan pengeluaran tersebut.

Hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, menunjukkan bahwa ada 2 (dua) jenis kopi yang dihasilkan oleh masyarakat di Kabupaten Mamasa. Kedua jenis kopi dimaksud, adalah kopi gelondongan/berasan dan kopi olahan (bubuk).

Terhadap kedua jenis kopi tersebut, sesungguhnya berpotensi menjadi sumber penerimaan daerah. Untuk kopi gelondongan/berasan, potensi penerimaan daerah tersebut, bersumber dari retribusi daerah, sebagaimana diatur dalam Peraturan Daerah (Perda). Dalam konteks Peraturan Daerah, kopi gelondongan/berasan merupakan salah satu hasil bumi yang dikelola oleh pangkalan hasil bumi yang ada di wilayah Kabupaten Mamasa.

Potensi penerimaan daerah untuk kopi olahan di Kabupaten Mamasa, berasal dari pajak penghasilan para pengolah kopi melalui usaha industri. Namun fakta menunjukkan, bahwa yang melakukan pengolahan kopi industri tersebut adalah usaha rumah tangga, yang masih berskala kecil dan produksinya terbatas, maka oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, belum juga memberlakukan kebijakan pengenaan pajak penghasilan terhadap pengelola kopi.

Dengan demikian, satu-satunya sumber penerimaan daerah Kabupaten Mamasa dari komoditi kopi, yang berkontribusi terhadap

penerimaan PAD, adalah kopi gelondongan/berasan, yang didistribusi keluar daerah melalui pangkalan hasil bumi Kabupaten Mamasa.

Sebelum membahas besaran kontribusi penerimaan atau peningkatan PAD, yang bersumber dari kopi gelondongan/berasan, yang didistribusi melalui pangkalan hasil bumi yang ada di wilayah Kabupaten Mamasa, maka terlebih dahulu akan dikemukakan perkembangan penerimaan Pemerintah Kabupaten Mamasa, termasuk PAD periode 2013 – 2016, sebagaimana disajikan pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Perkembangan Penerimaan Daerah Kabupaten Mamasa, 2013 – 2016

Jenis Penerimaan	2013	2014	2015	2016
A. Pendapatan Asli Daerah	9.688.541.647,38	15.447.710.513,00	18.846.206.826,00	21.767.368.884,00
1. Hasil Pajak daerah	2.479.036.891,00	1.924.011.431,00	2.105.638.110,10	2.432.012.017,20
2. Hasil Retribusi Daerah	778.115.272,00	1.604.685.437,00	1.957.716.233,10	2.261.162.249,20
3. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang dipisahkan	1.526.090.699,00	2.293.626.073,00	2.798.223.809,10	3.231.948.499,50
4. Lain-lain PAD yang sah	4.905.298.785,38	9.265.387.572,00	11.984.628.674,00	13.842.246.118,00
B. Dana Perimbangan	527.629.909.615,00	517.528.922.485,00	502.322.976.891,00	580.583.038.309,00
1. Hasil Bagi Pajak/Bukan Pajak	21.412.763.615	13.596.453.102,00	16.587.672.784,00	20.236.960.797,00
2. Dana Alokasi Umum	410.741.106.000,00	428.106.209.743,00	444.105.000.000,00	460.223.567.000,00
3. Dana Alokasi Khusus	95.116.040.000	75.826.260.000,00	41.630.304.107,00	100.122.510.512,00
C. Lain-lain Pendapatan yang sah	35.644.408.970,41	54.257.460.369,00	66.194.101.650,00	76.454.187.406,00
Jumlah	572.602.860.232,79	587.234.093.727,00	587.363.285.367,00	678.804.594.599,00

Sumber : BPS Kabupaten Mamasa, 2013 - 2016

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa untuk keseluruhan penerimaan daerah Kabupaten Mamasa, mengalami

peningkatan setiap tahunnya, pada periode 2013 – 2016. Demikian juga, pada komponen PAD. Pada tahun 2013, PAD tercatat sebesar Rp. 9.688.541.647,38 kemudian menjadi Rp. 15.447.710.513,00 pada tahun 2014, bertambah sebesar Rp. 5.759.168.865,60 atau meningkat 59,44%. Kemudian pada tahun 2015 menjadi Rp. 18.846.206.826,00 atau bertambah Rp. 3.398.496.313,00, atau meningkat 22% dari tahun 2014. Selanjutnya, pada tahun 2016 menjadi Rp. 21.767.368.884,00 atau bertambah sebesar Rp. 2.921.162.058,00 atau meningkat 15,50% dibanding tahun 2015. Demikian pula, terjadi peningkatan penerimaan daerah dari retribusi daerah setiap tahunnya, yang di dalamnya terdapat kontribusi penerimaan dari retribusi pangkalan hasil bumi dimana termasuk retribusi kopi ada di dalamnya.

Penerimaan retribusi pada tahun 2013 tercatat Rp. 778.115.272,00 kemudian pada tahun 2014 menjadi Rp. 1.604.685.437,00 jumlah retribusi bertambah sebesar Rp. 826.570.165,00 atau 106,23% dibanding tahun 2013. Kemudian pada tahun 2015, menjadi Rp. 1.957.716.233,10 jumlah retribusi bertambah Rp. 353.030.796,10 meningkat 21,99% dibanding tahun 2014. Selanjutnya, pada tahun 2016 penerimaan retribusi daerah ini menjadi Rp. 2.261.162.249,20 bertambah Rp. 303.446.016,10 atau meningkat 15,49% dibanding tahun 2015.

Berdasarkan data penerimaan PAD tersebut di atas, dapat digambarkan kontribusi yang bersumber dari hasil retribusi daerah. Pada tahun 2013, dari Rp. 9.688.541.647,38 sementara penerimaan dari hasil retribusi daerah tercatat sebesar Rp. 778.115.273,00 atau sebesar 8,03%.

Kemudian pada tahun 2014, dari penerimaan PAD sebesar Rp. 15.447.710.513,00 tercatat kontribusi dari hasil retribusi daerah yakni Rp. 1.604.685.437,00 atau 10,39%. Selanjutnya pada tahun 2015, tercatat penerimaan PAD sebesar Rp. 18.846.206.826,00 dengan kontribusi penerimaan dari hasil retribusi daerah sebesar Rp. 1.957.716.233,10 atau sebesar 10,39%. Pada tahun 2016, penerimaan dari PAD tercatat Rp. 21.767.368.884,00 sedang kontribusi dari hasil retribusi daerah yakni Rp. 2.261.162.249,20 atau 10,39%. Hal ini, berarti bahwa kontribusi hasil penerimaan retribusi daerah terhadap penerimaan PAD Kabupaten Mamasa per tahun rata-rata sebesar 9,80%.

Perbandingan penerimaan hasil retribusi pangkalan hasil bumi dari kopi, terhadap hasil penerimaan retribusi daerah dan terhadap PAD, pada periode 2013 – 2016, dapat dilihat pada tabel 4.7, berikut ini :

Tabel 4.7

Perbandingan Penerimaan Komoditi Kopi pada Pangkalan Hasil Bumi terhadap Hasil Penerimaan Retribusi Daerah dan PAD Kabupaten Mamasa, 2013 – 2016

2013	9.688.541.647,38	778.115.273,00	6.396.000,00
2014	15.447.710.513,00	1.604.685.437,00	7.749.200,00
2015	18.846.206.826,00	1.957.716.233,10	8.891.960,00
2016	21.767.368.884,00	2.261.162.249,20	9.260.550,00

Sumber : Diolah dari Data Pada Bidang Pendapatan BPKAD Kab. Mamasa, 2017

Data pada tabel 4.7 tersebut di atas, menunjukkan bahwa untuk retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi, menunjukkan adanya peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2013, penerimaan retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi ,tercatat Rp. 6.396.000,00 kemudian menjadi Rp. 7.749.200,00 pada tahun 2014 bertambah sebesar Rp. 1.353.200,00 atau meningkat 21,16% dibanding tahun 2013. Selanjutnya pada tahun 2015, sebesar Rp. 8.891.960.000,00 angka ini bertambah Rp. 1.142.760,00 atau meningkat 14,75%. Tahun 2016 menjadi Rp. 9.260.550,00 bertambah Rp. 368.590,00 atau meningkat sebesar 4,15% dibanding tahun 2015. Peningkatan penerimaan PAD melalui retribusi pangkalan hasil bumi dari kopi, sebesar 14,93% per tahun.

Kontribusi penerimaan retribusi pangkalan hasil bumi terhadap PAD dan hasil retribusi daerah, disajikan pada tabel 4.8, berikut ini :

Tabel 4.8
Kontribusi Penerimaan Retribusi Pangkalan Hasil Bumi dari Kopi terhadap PAD dan terhadap Retribusi Daerah Kab. Mamasa, 2013 – 2016

2013	0,67%	0,82%
2014	0,50%	0,48%
2015	0,05%	0,45%
2016	0,04%	0,41%

Sumber : Diolah dari Data Pada Bidang Pendapatan BPKAD Kab. Mamasa, 2017

Data pada tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa baik kontribusi retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi terhadap Pendapatan Asli Daerah, maupun kontribusi retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi terhadap hasil retribusi daerah tiap tahunnya mengalami penurunan. Untuk kontribusi retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi terhadap Pendapatan Asli Daerah, pada tahun 2013, tercatat sebesar 0,67% kemudian pada tahun 2014 menjadi 0,50%, kemudian pada 2015, tercatat sebesar 0,05%, dan tahun 2016 menjadi 0,04%. Hal ini, berarti bahwa kontribusi retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi terhadap Pendapatan Asli Daerah, mengalami penurunan rata-rata sebesar 0,21% setiap tahunnya.

Kontribusi retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi terhadap hasil retribusi daerah pada 2013 tercatat 0,82%, kemudian pada tahun 2014 sebesar 0,48%, tahun 2015 menjadi 0,45% dan tahun 2016 menjadi 0,41%. Hal ini, berarti bahwa kontribusi retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi terhadap hasil retribusi daerah mengalami penurunan rata-rata sebesar 0,14% setiap tahunnya.

C. Pembahasan

1. Strategi promosi komoditi kopi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, tampak bahwa penanganan pengelolaan komoditi kopi bagi Pemerintah Kabupaten Mamasa, dapat dikategorikan sebagai suatu kebijakan yang cukup serius. Hal tersebut, ditandai dengan penetapan kebijakan pokok, yakni memposisikan komoditi kopi sebagai produk unggulan daerah.

Kebijakan pokok tersebut di atas, kemudian menunjukkan pula berbagai implikasi terhadap keberadaan komoditi kopi Mamasa. Implikasi yang sangat mendasar dalam konteks pengembangan komoditi kopi sebagai potensi unggulan daerah, adalah sebagai berikut :

a. Kedudukannya dalam dokumen perencanaan daerah.

Keberadaan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa, relatif cukup memadai dalam perspektif perencanaan pembangunan daerah. Hal tersebut, ditandai dengan pertimbangan-pertimbangan atas pentingnya komoditi kopi dalam konteks peningkatan pendapatan masyarakat, perluasan kesempatan kerja serta kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), kemudian dijadikan sebagai salah satu komoditi unggulan daerah yang membutuhkan pembinaan secara berkesinambungan. Dengan pertimbangan yang demikian dan mendapat tekanan perhatian, pada dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Mamasa 2013 – 2018, selanjutnya oleh masing-masing Satuan Kerja Perangkat Daerah, yang terkait dengan pembinaan pengembangan komoditi kopi, menempatkannya sebagai salah satu produk unggulan daerah, yang harus memperoleh perlakuan pembinaan, oleh karena itu, masing-masing SKPD terkait tersebut, menuangkannya melalui Rencana Strategis (Renstra) masing-masing. Seperti lazimnya dalam konsistensi perencanaan pembangunan daerah, kemudian masing-masing SKPD menjabarkan kebijakan pengembangan komoditi kopi ke dalam Rencana Kerja (Renja) tahunan masing-masing.

Keberadaan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa, memang dipandang sebagai komoditi yang menjadi tanggung jawab Pemerintah Daerah dalam pengembangannya. Karena pada saat upaya pengembangan komoditi kopi masuk ke dalam dokumen perencanaan pembangunan daerah, maka terdapat berbagai konsekuensi yang akan mengikutinya. Diantara konsekuensi tersebut, adalah :

- 1) Adanya SKPD yang mengorganisir pengembangan komoditi kopi.
 - 2) Adanya program dan kegiatan yang dilaksanakan yang secara langsung terkait dengan pengembangan komoditi kopi.
 - 3) Adanya pembiayaan yang mendukung terlaksananya program dan kegiatan yang dilaksanakan yang secara langsung terkait dengan pengembangan komoditi kopi.
 - 4) Penyelenggaraan pengendalian, serta monitoring dan evaluasi atas perencanaan dan pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan yang secara langsung terkait dengan pengembangan komoditi kopi tersebut.
- b. **Pembinaan pengembangan komoditi kopi oleh Satuan Kerja Perangkat Daerah terkait.**

Pengembangan komoditi kopi oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, tampak bahwa tidak semata berurusan dengan bagaimana mempromosikan komoditi tersebut, melainkan juga terkait dengan aspek lain seperti budidaya dan pengolahan. Karena aspek-aspek tersebut, dipandang mempunyai kaitan satu dengan yang lain dan saling mempengaruhi.

Konsekuensi dari kondisi yang demikian, adalah bahwa penanganan pembinaan pengembangan komoditi kopi, juga melibatkan multi Satuan Kerja Perangkat Daerah. Pengorganisasian pengembangan komoditi kopi yang demikian, tentu memiliki kelebihan dan juga kelemahannya sekaligus.

Sisi kelebihan dimaksud, terletak pada spesialisasi dari segi-segi khusus atau teknikal pengembangan komoditi kopi dapat dilakukan. Karena menjadikan satu komoditi sebagai fokus pengembangan, seringkali menghadapi para pelaku pengembangan tersebut dengan kebutuhan berbagai keahlian. Dalam konteks komoditi kopi, tentu sangat berbeda kebutuhan penanganannya ketika dibahas pada ranah kebijakan Pemerintah Daerah, demikian juga pada saat harus dikembangkan dari sisi produksi dan juga pada dimensi pemasarannya. Hal-hal yang dikemukakan tersebut di atas, dalam banyak pengalaman membutuhkan keahlian yang berbeda.

Kelebihan lainnya dari pelibatan berbagai Satuan Kerja Perangkat Daerah, dalam pengembangan komoditi kopi, terletak pada terbangunnya konfigurasi berbagai pengalaman dan sumber daya. Pendekatan yang demikian ini, biasanya memberi nilai tambah dalam akumulasi keahlian dan pengalaman, sumber daya ekonomi, serta jejaring yang berpotensi memudahkan penyelesaian atas masalah-masalah yang dihadapi.

Upaya pembinaan terhadap pengembangan komoditi kopi, tentu dipertimbangkan bahwa masalah-masalah yang muncul dapat saja

beraneka ragam. Terhadap kemungkinan yang demikian, setidaknya masalah yang dihadapi dapat diminimalisir dengan kemampuan yang beragam, pada masing-masing Satuan Kerja Perangkat Daerah yang diberi wewenang, tugas dan tanggung jawab pembinaan.

Masalah yang berkaitan dengan budidaya kopi, menjadi tugas, wewenang dan tanggung jawab Dinas Pertanian dan Perkebunan untuk meresponnya, kemudian untuk masalah pengolahan pasca panen, menjadi tugas dan tanggung jawab Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dalam penanganannya, serta untuk masalah pengembangan pengolahan kopi dalam skala besar (investasi) dan penyebaran informasi pasar, menjadi tugas dan tanggung jawab Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, untuk menindak lanjutinya.

Pendekatan pelibatan berbagai Satuan Kerja Perangkat Daerah, dalam pengembangan komoditi kopi yang dimaksud di atas, tentu juga punya sisi kelemahan. Hal tersebut, biasanya ditemukan pada kesulitan mengintegrasikan masalah yang dihadapi dan cara penyelesaiannya. Hal ini, sering terjadi pada berbagai unit organisasi, yang sinkronisasi dan koordinasinya tidak berjalan dengan baik.

Kelemahan yang dikemukakan di atas, lalu dapat mengambil berbagai bentuk di tingkat lapangan. Di antaranya, adalah kesulitan dalam membangun kesamaan pemahaman terhadap orientasi pengembangan komoditi kopi. Contoh yang sederhana, terjadi pada diferensiasi pemahaman atas konsep pasar dalam pandangan mereka

yang bekerja di Dinas Pertanian dan Perkebunan, yang bergelut dengan budidaya kopi, dengan mereka yang bekerja di Dinas Perindustrian dan Perdagangan, yang bergelut dengan kopi olahan dan jalur distribusinya.

Bentuk lain dari kesulitan yang bisa saja terjadi, yakni pada aspek membangun kemitraan yang efektif dalam pengembangan komoditi kopi ini. Mereka yang bekerja pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, memandang bahwa mitra yang efektif tersebut, adalah sektor privat atau lembaga-lembaga riset, sementara mereka yang bekerja di Dinas Pertanian dan Perkebunan, memandang mitra yang efektif, adalah masyarakat petani/pekebun kopi.

Pendekatan pengembangan komoditi kopi, dengan melibatkan berbagai Satuan Kerja Perangkat Daerah, tentu juga memiliki kelemahan. Pertama, bahwa dengan pendekatan yang demikian, berkonsekuensi pada pengarahannya sumber daya yang relatif besar, sumber daya tersebut, berupa aparatur atau sumber daya manusia, sarana dan prasarana serta anggaran. Jadi boleh dikatakan kurang efisien dan efektif.

Kelemahan kedua, terletak pada kebutuhan koordinasi dan sinkronisasi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program pembinaan pengembangan komoditi kopi, yang harus intensif atau berfrekwensi tinggi. Karena kelalaian pada mekanisme koordinasi dan sinkronisasi tersebut, sangat berpotensi menciptakan reduksi program dan kegiatan, pada salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah, yang diberi wewenang, tugas dan tanggung jawab mengembangkan komoditi kopi.

Terhadap cara pandang yang dikemukakan di atas, terkait dengan kelebihan dan kekurangan pendekatan pelibatan multi Satuan Kerja Perangkat Daerah, dalam pengembangan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa, dimungkinkan adanya alternatif pengorganisasian pengembangan komoditi kopi, melalui pembentukan Unit Pelayanan Teknis Daerah (UPTD), untuk komoditi unggulan Kabupaten Mamasa.

Pengorganisasian yang demikian, lebih relevan untuk penanganan pelayanan yang lebih intensif dan bersifat spesifik, seperti halnya pada pengembangan komoditi kopi. Kelemahan-kelemahan seperti yang dikemukakan di atas, *in-efisiensi* dan *in-efektivitas* serta kebutuhan koordinasi dan sinkronisasi yang intensif, akan lebih mudah teratasi oleh pengembangan kopi melalui Unit Pelayanan Teknis Daerah tersebut. Begitu juga kelebihan-kelebihan, berupa kemudahan merespon berbagai masalah yang mungkin timbul seperti pada pendekatan multi Satuan Kerja Perangkat Daerah, dapat saja dilekatkan pada fungsi Unit Pelayanan Teknis Daerah, dengan melengkapinya dengan tenaga-tenaga **pembinaan yang memiliki keahlian beragam.**

c. Strategi promosi.

Data yang telah disajikan, terkait dengan perumusan strategi promosi pengembangan komoditi kopi di Kabupaten Mamasa, secara substansial, menasar pada 3 (tiga) hal pokok. Yang pertama, yakni menyangkut organisasi kelembagaan daerah yang diberi tugas, wewenang dan tanggung jawab untuk menetapkan strategi promosi tersebut. Kedua, yaitu menyangkut mekanisme perumusan dari strategi

promosi tersebut dan yang ketiga, yakni aspek isi atau *content* strategi promosi itu sendiri.

Kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, yang memposisikan komoditi kopi sebagai produk unggulan daerah, maka sepatutnya ada lembaga yang diberi mandat oleh Pemerintah Daerah untuk melaksanakan tindak lanjut kebijakan tersebut. Tampaknya, bahwa pelimpahan tanggung tersebut, tidak hanya diserahkan kepada satu lembaga tertentu, melainkan oleh beberapa lembaga atau Satuan Kerja Perangkat Daerah, yang tugas pokok dan fungsinya relevan dengan pengembangan komoditi kopi.

Penyusunan dan pelaksanaan strategi promosi pengembangan komoditi kopi Mamasa, menjadi tugas dan tanggung jawab Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. Hal ini, berarti bahwa berbagai aspek yang terkait dengan promosi komoditi kopi Mamasa memang harus dilaksanakan, karena tersedia organisasi kelembagaan daerah yang harus melaksanakan wewenang, tugas dan tanggung jawab tersebut.

Berikut, adalah sisi mekanisme perumusan atas strategi promosi komoditi kopi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, menunjukkan jika perumusan tersebut tidak dilakukan secara serta merta, dengan kata lain melalui tahapan-tahapan tertentu. Tahapan-tahapan yang dilakukan dengan outputnya masing-masing cukup memadai. Walaupun sepenuhnya tidak sama persis dengan tahapan yang digunakan pada *strengths, weaknesses, opportunities, threats*

(SWOT) analisis, tetapi hal-hal yang substantif yang diperlukan untuk menghasilkan suatu keputusan strategis telah dilakukan. Beberapa tahapan yang cukup penting dan telah dilakukan adalah pengumpulan data. Dapat dibayangkan bagaimana sulitnya untuk sampai pada perumusan strategi promosi, tanpa didukung dengan informasi, keterangan dan data-data lainnya yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa data-data tersebut sejak awal diarahkan agar dapat terpilah antara informasi, keterangan dan data lainnya yang berhubungan dengan situasi dan kondisi eksternal yang dihadapi oleh kopi Mamasa dengan informasi, keterangan dan data lainnya yang berhubungan dengan situasi dan kondisi internal kopi Mamasa tersebut. Pemilihan yang dilakukan sejak awal dengan sendirinya memudahkan para analis data untuk melakukan penganalisaan data-data tersebut.

Tahap berikut yang cukup penting dan telah dilakukan, adalah analisis data yang terkoleksi. Tahapan ini juga cukup membantu untuk merumuskan strategi promosi kopi Mamasa. Karena informasi, keterangan dan data lainnya yang telah dikumpulkan, sesungguhnya mengandung muatan fakta-fakta lain yang masih memerlukan pendalaman dan menghubungkannya antara satu fakta dengan fakta lainnya, sehingga dapat menjadi pendukung bagi penarikan sebuah kesimpulan.

Pada tahap analisis data inilah, memiliki relevansi yang kuat dengan penggunaan *strengths, weaknesses, opportunities, threats*

(SWOT) analisis. Dengan *frame* analisis tersebut, informasi, keterangan dan data lainnya bisa dikelompokkan pada segmen kekuatan dan kelemahan yang menyertai komoditi kopi Mamasa, demikian juga dengan segmen peluang dan ancaman yang dihadapi oleh komoditi kopi Mamasa.

Ternyata hasil analisis yang dilakukan tersebut, dapat merumuskan segmen kekuatan yang menyertai kopi Mamasa dengan 4 (empat) rumusan, yakni :

- 1) Basis produksi di masyarakat yang massal.
- 2) Memiliki cita rasa yang khas dan diminati konsumen.
- 3) Telah dikenal secara regional di Sulbar dan Sulsel, serta pemasaran berpotensi untuk skala nasional dan internasional.
- 4) Dukungan Pemerintah Daerah untuk pengembangannya.

Demikian juga dengan analisis terhadap informasi, keterangan dan data lainnya memberi dukungan atas rumusan kelemahan yang menyertai kopi Mamasa, berupa :

- 1) Sebagian besar produk masih gelondongan.
- 2) Kemasan untuk kopi olahan masih terbatas.
- 3) Biaya angkut keluar Mamasa yang besar.

Selanjutnya analisis informasi, keterangan dan data lainnya menghasilkan rumusan peluang yang dihadapi oleh kopi Mamasa, yakni:

- 1) Pasar regional Sulawesi Barat, Sulawesi Selatan, nasional dan internasional yang prospektif.

- 2) Minat penanaman modal menengah untuk mengolah kopi Mamasa yang lebih *marketabel*.
- 3) Memperoleh dukungan Pemerintah Pusat untuk mengembangkan komoditi unggulan daerah.

Terakhir, analisis informasi, keterangan dan data lainnya menghasilkan rumusan ancaman yang dihadapi oleh kopi Mamasa, yakni :

- 1) Aneka jenis kopi bubuk, kopi suset yang beredar di pasaran.
- 2) Sulitnya akses atas kemasan kopi olahan.
- 3) Peralihan minat cita rasa kopi bagi kalangan muda ke kopi dari luar daerah.

Hal ini menunjukkan, bahwa Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang diberi wewenang, tugas dan tanggung jawab untuk merumuskan strategi promosi komoditi kopi Mamasa, telah melaksanakan wewenangan, tugas dan tanggung jawab tersebut hingga ke tahap menganalisis data dengan *strengths, weaknesses, opportunities, threats* (SWOT) analisis atas informasi, keterangan dan data lainnya yang telah dikoleksi pada tahap pengumpulan data.

Kemudian fase berikutnya, adalah merumuskan strategi atas promosi kopi Mamasa. Terhadap hal ini, terdapat hal yang menarik karena hasil analisis yang telah dikemukakan di atas, tidak langsung menjadi bahan untuk merumuskan strategi promosi tersebut, melainkan masih melalui satu tahap, yang disebut dengan perumusan respon

strategis. Jika diperhatikan secara cermat, fase perumusan respon strategis ini, setidaknya ada dua alasan yang membuat fase ini harus dilakukan. Yang pertama, bahwa memang sangat memungkinkan ada banyak langkah-langkah mendasar yang dapat dihasilkan, ketika para analis merespon situasi dan kondisi, yang terumuskan pada segmen kekuatan dan kelemahan yang menyertai kopi Mamasa serta peluang dan ancaman yang dihadapi. Kedua, rumusan strategi promosi yang dapat menjadi dasar dan menginspirasi berbagai program dan kegiatan, yang menjadi penjabarannya, memang masih membutuhkan simplifikasi dari banyaknya langkah-langkah mendasar yang dihasilkan pada analisis merespon situasi dan kondisi yang terumuskan pada segmen kekuatan dan kelemahan yang menyertai kopi Mamasa, serta peluang dan ancaman yang dihadapi.

Hasil dari perumusan tersebut, kemudian melahirkan rumusan respon strategis masing-masing, sebagai berikut :

- 1) Untuk kekuatan yang telah dianalisis, menghasilkan respon strategis, berupa :
 - a) Memperkuat dukungan multi pihak dalam pengembangan kopi Mamasa.
 - b) Mempertahankan cita rasa kopi Mamasa untuk basis pasar regional, nasional dan internasional.
- 2) Untuk kelemahan yang telah dianalisis, menghasilkan respon strategis, berupa meningkatkan kopi olahan : volume, cita rasa dan penampilan kemasan.

- 3) Untuk peluang yang telah dianalisis, menghasilkan respon strategis, yang berupa: peningkatan investasi untuk pasar yang lebih luas.
- 4) Untuk ancaman yang telah dianalisis, menghasilkan respon strategis, berupa: mendorong aneka produk akhir kopi Mamasa.

Berdasarkan perumusan respon strategis tersebut, kemudian Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, merumuskan strategi promosi komoditi kopi Mamasa, yang terdiri atas :

- 1) Kemitraan multi pihak mengembangkan kopi Mamasa.
- 2) Menjangkau pasar yang lebih luas dengan cita rasa kopi Mamasa yang khas.

Berdasarkan kedua strategi di atas, tentu dapat dijabarkan berbagai kebijakan operasional atau program dan kegiatan yang relevan karena cakupannya yang luas. Kemitraan multi pihak mengembangkan kopi Mamasa, dapat menjadi landasan dikembangkannya kerjasama antara Pemerintah Daerah, pelaku usaha dan masyarakat untuk pengelolaan komoditi kopi. Tentu ruang lingkup kemitraan tersebut, juga dapat menjangkau berbagai program dan kegiatan yang relevan dengan pengembangan komoditi kopi seperti pemberdayaan petani/pekebun, peningkatan volume dan kualitas produksi, perluasan jangkauan pasar, intervensi teknologi dan sebagainya.

Demikian juga pada strategi menjangkau pasar yang lebih luas, dengan cita rasa kopi Mamasa yang khas, tentu dapat dijabarkan ke dalam berbagai program dan kegiatan yang relevan. Diantaranya, yakni penyelenggaraan promosi secara berkala, pemanfaatan ilmu dan

Teknologi (IT) untuk keperluan promosi dan pemasaran, pengembangan produk akhir kopi Mamasa yang *marketable* serta program lain yang relevan.

Strategi promosi pengembangan kopi, adalah melalui pengembangan dan evaluasi promosi, dalam strategi promosi pengembangan kopi, maka selaku Pemerintah Daerah, idealnya merujuk pada apa yang di maksud dengan pengembangan dan evaluasi promosi.

Biasanya setelah melewati proses identifikasi masalah, maka proses yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam strategi pengembangan kopi, adalah pengembangan dan evaluasi promosi, proses yang kedua ini, membutuhkan waktu dan konsentrasi perihal model promosi yang cocok dengan pengembangan kopi di Mamasa. Bahkan di beberapa daerah, pengembangan kopi semakin canggih dan modern, sehingga dibutuhkan sentuhan teknologi dalam pengembangannya. Karena hal tersebut berdampak pada biaya dan waktu, yang dibutuhkan dalam pengembangannya di kemudian hari. Walaupun strategi promosi pengembangan kopi menjadi hak Pemerintah Daerah, namun proses pengembangan dan evaluasi promosi, tetap melibatkan pakar dan dijalankan dengan baik, agar apa yang diputuskan menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi daerah. Untuk menghasilkan strategi promosi pengembangan kopi yang berpihak kepada kebutuhan dan manfaat yang besar bagi daerah, maka proses pengembangan dan evaluasi promosi harus dilakukan oleh orang yang

ahli dalam bidangnya (pakar) sehingga dapat berpihak kepada asas manfaat dan fungsinya.

Pengembangan dan evaluasi promosi yang dilakukan, melalui strategi promosi pengembangan kopi menjadi hak Pemerintah Daerah, namun strategi promosi pengembangan kopi, seringkali menemui hambatan dan rintangan, terutama memilah dan memilih orang yang berkompeten di bidangnya. Pekerjaan Pemerintah Daerah, terutama yang membidangi urusan strategi promosi pengembangan kopi, akan bekerja maksimal dalam pengembangan dan evaluasi promosi. Hal ini dilakukan untuk menghindari apa yang menjadi hambatan dan rintangan dalam strategi promosi pengembangan kopi tersebut, sebab terkadang strategi promosi pengembangan kopi tidak relevan dengan apa yang menjadi substansi pokok Peraturan Daerah (Perda), tentang peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

Strategi promosi pengembangan kopi melalui proses pemilihan promosi terbaik, maka Pemerintah Daerah seyogyanya merujuk pada apa yang di maksud dengan pemilihan promosi terbaik. Bahwa Pemerintah Daerah pasti menggunakan variabel dalam memutuskan setiap Peraturan Daerah, termasuk Perda peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mamasa melalui pengembangan kopi, olehnya itu, proses pemilihan promosi terbaik menjadi salah satu tahapan dalam proses strategi promosi pengembangan kopi tersebut.

Langkah selanjutnya, dalam strategi promosi pengembangan kopi, adalah melalui proses implementasi keputusan dan evaluasi

terhadap hasil-hasil yang dipromosikan, Pemerintah Daerah, idealnya merujuk pada apa yang di maksud dengan implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil yang dipromosikan. Tahapan selama ini, setelah melewati proses pemilihan promosi terbaik, maka proses yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah, adalah implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil yang dipromosikan, proses yang kelima ini, membutuhkan waktu dan konsentrasi perihal penerapan dan evaluasi dalam strategi promosi pengembangan kopi.

Pengambilan keputusan menjadi hak Pemerintah Daerah, namun proses implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi, tetap dijalankan agar apa yang diputuskan menjadi sesuatu yang bermanfaat. Untuk menghasilkan strategi promosi pengembangan kopi yang berpihak kepada kebutuhan dan manfaat yang besar, maka proses implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi, harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam menentukan strategi promosi pengembangan kopi, yang berpihak kepada asas manfaat dan fungsinya.

Kegiatan seperti implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi yang dilakukan melalui strategi promosi pengembangan kopi menjadi hak Pemerintah Daerah, namun proses implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi, seringkali menemui hambatan dan rintangan, terutama memilah dan memilih promosi yang relevan. Selama ini, pekerjaan Pemerintah Daerah belum maksimal dalam implementasi keputusan dan evaluasi

terhadap hasil-hasil promosi, hal ini dilakukan untuk menghindari apa yang menjadi hambatan dan rintangan, dalam menerapkan dan mengevaluasi, sebab terkadang implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi, tidak sesuai dengan apa yang menjadi substansi pokok peraturan daerah, tentang peningkatan pendapatan daerah.

2. Kontribusi kopi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa terdapat peningkatan terhadap kopi Mamasa setiap tahunnya. Peningkatan tersebut terjadi pada luas lahan, jumlah petani/pekebun, serta volume produksi kopi. Peningkatan yang demikian, menunjukkan beberapa gejala positif. Hal ini, dapat dimaknai sebagai keberhasilan di sektor budidaya, atas kebijakan menjadikan kopi sebagai komoditi unggulan Kabupaten Mamasa. Peningkatan tersebut, juga dapat menjadi petunjuk terhadap besarnya peluang penerimaan pendapatan masyarakat petani/pekebun dari komoditi kopi yang mereka hasilkan serta besarnya peluang bagi kontribusi komoditi kopi terhadap peningkatan penerimaan PAD.

Peningkatan produksi kopi, ternyata diikuti juga dengan peningkatan penerimaan retribusi daerah dari pangkalan hasil bumi komoditi kopi. Peningkatan tersebut terjadi rata-rata sebesar Rp. 954.850,- setiap tahunnya, periode 2013 – 2016. Namun peningkatan tersebut, masih menyisahkan masalah tersendiri, karena angka proporsi penerimaan retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi justru menunjukkan penurunan setiap tahunnya terhadap penerimaan daerah. Data

menunjukkan secara nyata penurunan proporsi kontribusi tersebut. Pada tahun 2013, rasio kontribusi retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi yakni 0,82% terhadap PAD, kemudian menjadi 0,48% terhadap PAD pada tahun 2014, selanjutnya turun lagi menjadi 0,45% terhadap PAD pada tahun 2015 dan pada tahun 2016 menjadi 0,41% terhadap PAD.

Dengan demikian, terdapat 2 (dua) fakta yang bertolak belakang atas perkembangan penerimaan daerah dari retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi. Pada satu sisi, nilai nominal penerimaan retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari komoditi kopi mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kemudian pada sisi yang lain, menunjukkan bahwa proporsi kontribusi retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari komoditi kopi terhadap PAD justru mengalami penurunan setiap tahunnya.

Terdapat fakta lain, yang dapat menjelaskan terhadap kedua fakta yang terkesan bertolak belakang tersebut. Fakta lain tersebut, adalah laju penerimaan atau pertumbuhan PAD di Kabupaten Mamasa secara kumulatif memang jauh lebih besar dibanding dengan pertumbuhan penerimaan retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari komoditi kopi. Pada tahun 2013, PAD Kabupaten Mamasa Rp. 9.688.541.647,38 kemudian pada tahun 2016 menjadi Rp. 21.767.368.884,00. Hal ini, berarti bahwa PAD Kabupaten Mamasa meningkat sebesar 124,67% selama 3 (tiga) tahun atau tumbuh rata-rata sebesar 41,56% per tahun.

Sementara penerimaan dari retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi pada tahun 2013, sebesar Rp. 6.396.000,00 kemudian pada tahun 2016, meningkat menjadi Rp. 9.260.550,00. Hal ini, berarti bahwa terjadi

peningkatan penerimaan dari retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi sebesar 44,79% selama 3 (tiga) tahun atau peningkatan rata-rata sebesar 14,93% per tahun.

Dengan demikian, penjelasan di atas, menurunnya proporsi kontribusi retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi terhadap PAD Kabupaten Mamasa setiap tahunnya, disebabkan oleh 2 (dua) faktor. Yang pertama, yaitu besarnya peningkatan PAD secara kumulatif setiap tahunnya. Yang kedua, yakni kecilnya peningkatan penerimaan dari retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi dibanding prosentase peningkatan PAD tersebut. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa di dalam komponen PAD Kabupaten Mamasa tersebut, penerimaan dari sektor lain mengalami peningkatan relatif cukup besar, dibanding dengan penerimaan dari retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi. Penjelasan ini, tentu cukup rasional dan faktual, karena pada struktur PAD Kabupaten Mamasa memang masih cukup sumber-sumber penerimaan PAD di luar penerimaan dari retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi.

Salah satu alternatif potensi penerimaan PAD di Kabupaten Mamasa, dapat diperoleh dari berbagai penerimaan yang bersumber dari pengembangan kopi, namun kurang dioptimalkan terutama terhadap pelaku, yang diberi tugas untuk mendata dan menghimpun retribusi daerah. Apabila tim pelaku di lapangan dimaksimalkan potensinya dalam pengembangan dan promosi kopi, maka hal itu akan menjadi kekuatan dalam menghimpun PAD melalui sumber penjualan kopi tersebut.

Upaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian daerah serta memperkuat struktur penerimaan daerah dalam hal pengembangan promosi kopi, mau tidak mau peranan PAD harus ditingkatkan, karena merupakan salah satu tolok ukur kemampuan dan cermin kemandirian daerah. Minimnya perolehan PAD Kabupaten Mamasa, masih dianggap sebagai hambatan dan ini harus segera dievaluasi secara sungguh-sungguh oleh Pemerintah Daerah, dalam upaya peningkatan pelayanan dan fasilitas kepada masyarakat. Padahal kurang efektif dan efisiennya target untuk mencapai realita pemenuhan kebutuhan masyarakat, merupakan salah satu hal yang menjadi pangkal permasalahan kurang tercapainya pendapatan daerah.

Analisis potensi sektor unggulan dalam pengembangan ekonomi dan investasi daerah, harus diidentifikasi secara menyeluruh dan komprehensif, mulai dari aspek perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi, data mengenai sumber pendapatan daerah dan sejarah perkembangan, menjadi acuan untuk memantapkan kemandirian daerah yang dinamis dan bertanggungjawab serta mewujudkan pemberdayaan dan otonomi daerah dalam lingkup yang lebih nyata, sehingga diperlukan pula upaya yang mendorong peningkatan efisiensi, efektivitas dan profesionalisme dalam mengelola sumber pendapatan daerah melalui pengembangan dan promosi komoditi kopi.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, tentang Pajak dan Retribusi Daerah, menjadi payung hukum yang kuat untuk menggali dan mengelola potensi penerimaan daerah dengan sebaik-baiknya untuk

kepentingan pembiayaan pembangunan di daerah. Hal ini harusnya sejalan dengan visi, misi, tujuan, sasaran dan program yang dibuat oleh Kepala Daerah. Dengan kata lain, daerah seharusnya memiliki keunggulan yang mampu mengangkat potensi, citra dan PAD melalui kopi tersebut, sadar bahwa kemajuan daerahnya akan membawa kemajuan bagi masyarakatnya. Kemajuan wilayah secara otomatis akan memberikan dorongan terhadap kemajuan kesejahteraan masyarakatnya.

Sampai saat ini, masih belum tergalinya potensi pendapatan daerah melalui pengembangan kopi Mamasa, pada umumnya disebabkan karena kurangnya kepekaan daerah dalam menemukan keunggulan dan potensi asli daerah, kepatuhan dan kesadaran wajib pajak/retribusi yang relatif rendah, lemahnya sistem hukum/Perda yang mengatur tentang PAD dan lemahnya administrasi pengelolaan pendapatan daerah, kelemahan aparaturnya, kekhawatiran berlebihan dari birokrasi akan kegagalan dalam menjalankan programnya, ketidak optimisan akan hasil yang mungkin dicapai, rendahnya minat investor karena iklim investasi yang kurang kondusif bagi dunia usaha dan investasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dan pembahasan yang dilakukan, maka penelitian ini menyimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi promosi pengembangan komoditi kopi Kabupaten Mamasa, perumusannya dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dengan melalui tahapan pengumpulan data, analisis data dan perumusan strategi promosi, yakni kemitraan multi pihak dalam mengembangkan kopi Mamasa, serta menjangkau pasar yang lebih luas dengan cita rasa kopi Mamasa yang khas.
2. Pendapatan Daerah Kabupaten Mamasa dari retribusi pangkalan hasil bumi dari komoditi kopi, menunjukkan adanya peningkatan secara signifikan. Namun mengalami penurunan proporsi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mamasa setiap tahunnya. Hal ini, disebabkan oleh besarnya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara kumulatif setiap tahunnya di seluruh sektor sumber pendapatan daerah di luar pendapatan asli daerah yang bersumber dari komoditi kopi, sedang pendapatan daerah yang bersumber dari pangkalan hasil bumi komoditi kopi, prosentasenya relatif kecil kontribusinya terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Mamasa.

B. Saran

1. Kiranya para peneliti lainnya dapat mengembangkan penelitian lanjutan, dengan memfokuskan perhatian pada perbandingan antara penerimaan daerah dari retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi dengan penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) lainnya, sehingga dapat diketahui unsur penerimaan daerah yang kontribusinya lebih besar atau signifikan atas keseluruhan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamasa.
2. Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, kiranya dalam pengembangan komoditi kopi, tidak hanya menjadikan kontribusi penerimaan daerah dari retribusi daerah pangkalan hasil bumi dari kopi terhadap peningkatan PAD sebagai pertimbangan pokok, melainkan mempertimbangkan pula upaya meningkatkan daya saing dan jangkauan komoditi kopi Mamasa, sehingga dampaknya dapat dirasakan lebih luas bagi masyarakat pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Afandi, Mas Arief (2015), **Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Malang Melalui Pajak Hiburan**, [http : //www.researchgate.net/publication/50993859](http://www.researchgate.net/publication/50993859).

Anaroga, Pandji dan Sri Suryati (2005), **Perilaku Keorganisasian**, PT. Pustaka Jaya, Jakarta.

Anggara, Sahya, (2016), **Administrasi Keuangan Negara**, Bandung, CV. Pustaka Setia.

Anggili, Ricky, (2011), **SWOT Analisis**, [blogspot.com/2011/11/analisis SWOT](http://blogspot.com/2011/11/analisis-SWOT).

Arikunto, Suharsimi (1993), **Manajemen Penelitian**, Rineka Cipta, Yogyakarta.

A.S. Moenir (1993), **Pendekatan Manusiawi dan Organisasi Terhadap Pembinaan Pegawai**, PT Agung , Jakarta.

Bagas, Denny, (2009), **Strategi Promosi Penjualan : Defenisi, Tujuan, dan Jenis Kegiatan Promosi Penjualan**, jurnal.sdm.blogspot.co.id/2009/08.

Barber, David dalam Sitor Situmorang (1977), **Penerapan Management Personalia**, Erlangga, Jakarta.

Ensiklopedi Umum Administrasi (1979), Gunung Agung, Jakarta.

Gail Kinman & Russel Kinman (2001), **The Role of Motivation to Learn in Management Education**, *Journal of Work Place Learning*, Vol. 13, No.4,hal. 132-144

Gibson, Ivancevich Donnely (1984), **Organisasi dan Manajemen**, Erlangga, Jakarta.

Gomes, Faustino Cardoso (2003). **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Yogyakarta. Andi Offset.

----- (1994), **Organisasi Struktur, Proses**, Erlangga, Jakarta

Ghozali, Imam (2005), **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, Edisi 1, Badan Penerbit Undip, Semarang.

Halim, Abdul, (2004), **Akuntansi Keuangan Daerah**, Jakarta, Salemba Empat.

Handoko T. Hani (1996), **Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia**, BPFE, Yogyakarta

Hasibuan, Malayu, SP. (1996), **Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas**, Bumi Aksara, Bandung

Hasibuan, Malayu, SP. (2005), **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Edisi Revisi, Penerbit Bumi Aksara Jakarta.

Himpunan Peraturan Perundang-undangan dan Petunjuk Teknis Bidang Kepegawaian, No.43, tahun 1999.

Indrawijaya, Adam Ibrahim (1983), **Perilaku Organisasi**, Sinar Baru, Bandung

Jessy, Tiara Apriani Puteri, (2014), **Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Balikpapan Melalui Pajak Daerah Sektor Pariwisata**, www.e-jurnal.com/2015.

----- (1983) **Perubahan dan Pengembangan Organisasi**, Sinar Baru, Bandung

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2001. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Alih Bahasa Imam Nurmawan. Jakarta : Penerbit Salemba Empat

Kotler, Philip, Alih Bahasa A.B. Susanto.2002. **Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Kotler, Philip dan Nancy Lee, (2007), **Pemasaran di Sektor Publik**, Jakarta, PT. Indeks.

Low S. Gorge et al. (2001), **Antecedents and Consequences of Salesperson Burnout**, European Journal of Marketing, Vol.35, No.5/6, hal. .587-611.

Mantra, Ida Bagoes (2000), **Langkah-langkah Penelitian Survey, Usulan Penelitian dan Laporan Penelitian**, Badan Penerbit Fakultas Geografi(BPFG) – UGM Yogyakarta.

Mardalis (1989), **Metode Penelitian, Suatu Pendekatan Proposal**, Bumi Aksara, Jakarta

Moleong, Lexy J. (1995), **Metodologi Penelitian Kualitatif**, Remaja Karya, Bandung.

Muhammad, Suwarsono, (2013), **Manajemen Strategik : Konsep dan Alat Analisis**, Yogyakarta, Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Osborne, David dan Ted Gaebler, (1992), **Mewirausahakan Birokrasi (Reinventing Government) : Mentransformasi Semangat Wirausaha ke Dalam Sektor Publik**, Jakarta, Lembaga Manajemen PPM dan Penerbit PPM.

Pamudji S. ,1993, **Kepemimpinan Pemerintahan di Indonesia**, Bandung, Bumi Aksara.

Poerwanto, (2006), **New Business Administration : Paradigma Baru Pengelolaan Bisnis di Era Dunia Tanpa Batas**, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

Robbins, Stephen P. (1996), **Perilaku Organisasi : Konsep, Kontroversi, aplikasi**, (Jakarta Prenhallindo)

Robbins, Stephen, P (2003), **Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi**. Jakarta; Erlangga.

Salusu, J, (1996), **Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit**, Jakarta, Gramedia.

Sangkala, (2012), **Dimensi-Dimensi Manajemen Publik**, Yogyakarta, Penerbit Ombak.

Sedarmayanti, (2014), **Manajemen Strategi**, Bandung, Refika Aditama.

Setiawan, Lisa Amalina, (2016), **Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa GWisata Jelekong**, Bandung, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.

Simanjuntak, Payaman (1984) **Tenaga Kerja : Produktivitas dan Kecenderungannya**, Majalah Ilmu-ilmu Sosial Indonesia No. 2 Steers, Richard M. (1985), **Efektivitas Organisasi**, Erlangga, Jakarta

Simamora, Henry (2004), **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Yogyakarta; STIE YKPN.

Singarimbun, Masri & Sofian Effendi (1984), **Metodologi Penelitian Survey**, LP3ES, Jakarta

Siagian, Sondang P. (1996), **Manajemen Sumber Daya Manusia**, (Jakarta:Penerbit Bumi Aksara)

Suparmoko, M, (2013), **Keuangan Negara : Dalam Teori dan Praktek (Edisi Keenam)**, Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.

Sutarto (1998), **Dasar-dasar Kepemimpinan Administrasi**, Yogyakarta : (Gadjah Mada University Press)

-----, 1998, **Teori dan Praktek Kepemimpinan**, (Jakarta;PT Bina Aksara)

-----, 1982, **Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi**, Gunung Agung, Jakarta.

Syahrudin, (2010). **Analisis Strategi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah di Kabupaten Mamuju Provinsi Sulawesi Barat**, Makassar, Program Pasca Sarjana, UNHAS, ac.id/jurnal/files/bbcb345707778e9dc94d743af2e8abcd.pdf

Terry, George R. & Stephen Franklin (1982), **Principle of Management**, (Illionis:Richard D. Irwin), terjemahan Winardi (1995), Asas-asas

Thoha, Miftah (1983), **Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya**, Rajawali, Jakarta

----- (2002), **Perspektif Perilaku Organisasi**, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta

----- (1993), **Kepemimpinan Dalam Manajemen; Suatu Pendekatan Perilaku** (Jakarta, Rajawali Pres).

----- (1998), **Perilaku Organisasi; Konsep Dasar dan Aplikasinya**, (Bandung:Aksara)

The Liang Gie, **Administrasi Perkantoran**, Nur Cahya, Yogyakarta, 1991
Thorlakson, J.H. Alan & Murray P. Robert (1996), **An Empirical Study of Empowerment in the Workplace**, Group & Organization Management, Vol.21, No.1, hal. 67-83

Vredenburg, Jacob, 1984, **Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat**, Gramedia, Jakarta.

Waluyo, (2007), **Manajemen Publik : Konsep, Aplikasi dan Implementasinya Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah**, Bandung, Mandar Maju.

Yulk, Gary (1994), **Leadership in Organization**, (New York:Prentice-Hall International Inc.

B. DOKUMEN

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002, tentang Pembentukan Kota Palopo dan Kabupaten Mamasa di Provinsi Sulawesi Selatan.

Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003, tentang Keuangan Negara.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, tentang Pemerintahan Daerah.

Permendagri Nomor 9 Tahun 2014, tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah.

Peraturan Bupati Mamasa Nomor 23 Tahun 2016, tentang Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Mamasa.



**PANDUAN WAWANCARA
RISET TESIS**

**“STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN KOPI
DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH
PEMERINTAH KABUPATEN MAMASA”**

Disusun Oleh :
Urbanus Karaeng
NIM : 500973414

1. Mohon Bapak/Ibu jelaskan seperti apa kebijakan Pemerintah Daerah terhadap pengembangan kopi Mamasa ?
2. Bagaimana bentuk pengorganisasian pengembangan komoditi kopi Mamasa dihubungkan dengan berbagai Satuan Kerja Perangkat daerah (SKPD) yang terkait ?
3. Apakah kebijakan pengembangan komoditi kopi Mamasa digariskan di dalam Rencana Program Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Mamasa ?
4. Apakah kebijakan pengembangan komoditi kopi Mamasa digariskan di dalam Rencana Strategis (RENSTRA) dan Rencana Kerja (RENJA) masing-masing Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) terkait?

1. Seperti apa pengembangan komoditi kopi Mamasa dari sisi kebijakan dan pembinaan budidaya kopi Mamasa ?
2. Aspek-aspek apa saja dan seperti apa pelaksanaannya terhadap budidaya kopi Mamasa ?

1. Seperti apa pengembangan komoditi kopi Mamasa dari sisi kebijakan dan pembinaan Industri dan Perdaganganannya ?
2. Aspek-aspek apa saja dan seperti apa pelaksanaannya terhadap Industri dan Perdagangan kopi Mamasa ?

1. Apakah Pemerintah kopi Mamasa memiliki strategi promosi dalam pengembangan komoditi kopi Mamasa ? Jika ada seperti apa strategi promosi tersebut ?
2. Siapa yang diberi tugas dan tanggung jawab merumuskan strategi promosi kopi Mamasa ?
3. Bagaimana mekanisme perumusan strategi promosi kopi Mamasa dilakukan ?
4. Menurut Bapak, apa yang menjadi peluang dan ancaman dari pengembangan kopi Mamasa?
5. Apa yang menjadi tolak ukur pengambilan keputusan Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Mamasa dalam pengembangan promosi kopi Mamasa?
6. Apa saja yang menjadi kerangka pikir Dinas Penanaman Modal dan PTSP dalam merumuskan strategi promosi komoditi kopi Mamasa?
7. Apakah Pemerintah Kabupaten Mamasa dalam hal ini Dinas Penanaman Modal telah melakukan proses evaluasi promosi perihal model promosi terbaik dan yang cocok?

1. Menurut bapak/ibu apakah penerimaan pendapatan daerah melalui strategi kebijakan pengembangan kopi sudah menyentuh dan telah melibatkan masyarakat dalam mempromosikan kopi tersebut ?
2. Apakah penerimaan pendapatan daerah melalui pengembangan komoditi kopi telah dioptimalkan oleh aparatur/instansi terkait (Bagian Pendapatan DPKAD) ?
3. Apakah terdapat Peraturan daerah (PERDA) yang mengatur tentang penerimaan daerah yang bersumber dari kopi Mamasa ?
4. Seperti apa perkembangan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamasa dalam beberapa tahun terakhir?
5. Seperti apa kontribusi penerimaan daerah dari kopi Mamasa terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamasa ?



TRANSKRIP WAWANCARA
RISET TESIS

**“STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN KOPI
DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH
PEMERINTAH KABUPATEN MAMASA”**

Disusun Oleh :
Urbanus Karaeng
NIM : 500973414

A. Pengantar

Untuk memenuhi syarat penyelesaian studi program Magister (S2) Universitas Terbuka UPBJJ Majene Sulawesi Barat, maka kami **Urbanus Karaeng** sebagai salah seorang mahasiswa program Magister tersebut akan melakukan penyusunan tesis dengan judul **“Strategi Promosi Pengembangan Kopi dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kabupaten Mamasa”** sebagai tugas akhir penyelesaian pada program tersebut.

Dalam kaitan itu, maka proses penelitian terkhusus pada pengumpulan data, dilakukan diantaranya melalui wawancara dengan pihak-pihak terkait, seperti Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Dan Litbang Kabupaten Mamasa, Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Mamasa, Kepala Bagian Pendapatan BPKAD Kabupaten Mamasa, serta dengan unsur masyarakat pelaku usaha kopi dan masyarakat petani kopi.

Agar wawancara dimaksud dapat berlangsung secara efektif, efisien dan terarah, maka kami menyiapkan panduan wawancara dalam pelaksanaan wawancara dengan pihak-pihak yang telah dikemukakan di atas, sebagai berikut :

B. Hasil Wawancara

Pertanyaan	Penjelasan
Informan : Kepala Bappeda Kab. Mamasa	
1. Bagaimana Pemerintah Kabupaten Mamasa memandang kopi sebagai produk daerah ?	Bagi Pemerintah Kabupaten Mamasa, komoditi kopi dipandang sebagai komoditi penting. Hal tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa komoditi ini telah menjadi produk yang menopang penghasilan masyarakat Mamasa secara luas. Seluruh wilayah Kecamatan di Mamasa memiliki kebun kopi. Karena itu Pemerintah Kabupaten memberi prioritas terhadap berbagai upaya untuk pengembangan komoditi kopi ini.
2. Dengan kebijakan yang dilakukan oleh Pemda Kabupaten Mamasa terhadap kopi, lalu seperti apa program dan kegiatan yang dilakukan ?	Bagi Pemerintah Kabupaten Mamasa, penanganan komoditi Kopi di daerah ini diletakkan dalam 2 (dua) pendekatan. Yang pertama, yakni pendekatan berbasis pada Tugas Pokok dan Fungsi Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD). Yang kedua, yakni pendekatan berbasis kebijakan, program dan kegiatan pengembangan komoditi kopi tersebut.
3. Ada banyak SKPD di lingkungan Pemda Kabupaten Mamasa yang mempunyai relevansi dalam pengembangan komoditi kopi ini. Lalu bagaimana bentuk tanggung jawab SKPD terkait tersebut ?	Komoditi kopi dalam pandangan kami adalah komoditi yang memiliki rantai produksi dan pemasaran yang relatif cukup panjang. Konsekuensinya adalah penanganan pengelolaan komoditi kopi ini tidak bisa terkonsentrasi pada satu saja Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), melainkan oleh beberapa Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD). Misal pada sektor budidaya pembinaannya oleh Dinas Pertanian dan Perkebunan, pada sektor industri oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan untuk promosinya oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

<p>4. Program dan kegiatan apa saja yang diarahkan untuk pengembangan kopi di Kabupaten Mamasa ?</p>	<p>Sejalan dengan pendekatan berbasis Tugas Pokok dan Fungsi Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) lingkup Pemerintah Daerah Kabupaten Mamasa, pengembangan komoditi kopi ini kemudian dikelompokkan ke dalam berbagai program pengembangan. Secara garis besarnya program dimaksud terdiri atas pengembangan budidaya ini menjadi ranah pembinaan Dinas Pertanian dan Perkebunan, kemudian program pengembangan Industri dan perdagangan yang menjadi ranah pembinaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta program promosi dan investasi yang menjadi ranah pembinaan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Satu Pintu.</p>
<p>Informan : Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan Kab. Mamasa</p>	
<p>1. Dinas Pertanian dan Perkebunan memiliki kaitan dengan pengembangan kopi di Kabupaten Mamasa. Seperti kebijakan pengembangan kopi ini pada Dinas Bapak?</p>	<p>Untuk pengembangan budidaya kopi di Kabupaten Mamasa oleh Dinas Pertanian dan Perkebunan memberi perhatian pada 3 (tiga) aspek, yakni aspek tanaman kopi itu sendiri, aspek ketersediaan dan pengolahan lahan dan aspek pembinaan petani atau pekebun kopi.</p>
<p>2. Apakah ada metode atau cara tertentu yang digunakan untuk pengembangan kopi di Kabupaten Mamasa ?</p>	<p>Kami di Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa, melakukan upaya-upaya pengembangan budidaya kopi ini dengan menggunakan 2 (dua) metode. Yang pertama yakni metode yang terintegrasi. Dengan metode ini dimaksudkan bahwa pemberian pemahaman dan perlakuan budidaya kopi dilakukan dengan menggabungkan ketiga aspek yang berpengaruh yakni tanaman, lahan dan pekebunnya. Yang kedua yakni metode parsial menekankan penanganan budidaya pengembangan kopi tersebut dengan perhatian pada salah satu dari ketiga aspek tersebut.</p>

<p>3. Seperti apa cara atau metode tersebut dijelaskan lebih detail?</p>	<p>Dengan menggunakan cara sosialisasi di dalam ruangan pelaksanaan program atau kegiatan bisa lebih simpel, dan pesertanya bisa dari berbagai wilayah Kecamatan di Kabupaten Mamasa. Kelemahan cara ini karena pekebun biasanya sulit diberi pemahaman banya dengan penjelasan lisan dan gambar-gambar saja, mereka kebanyakan lebih paham jika melihat dan mempraktekkan langsung di lapangan.</p>
<p>4. Tentu ada alasan atau argumentasi mengapa Diuas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa memilih cara atau metode tertentu dibanding menggunakan cara atau metode yang lain?</p>	<p>Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Mamasa melakukan pemberian pemahaman kepada masyarakat tentang upaya pengembangan budidaya kopi biasanya langsung di lapangan. Ini dimaksudkan agar lebih memudahkan para peserta memahami seluk beluk budidaya Kopi secara langsung, karena dapat mereka praktekkan seketika. Namun cara ini juga memiliki kelemahan. Diantaranya yakni akses peserta lain yang terbatas jika dilakukan di wilayah yang relatif jauh dari mereka. Kelemahan berikutnya terletak pada keterbatasan visualisasi dari pokok materi yang disampaikan dengan fakta lapangan yang terjadi ketika itu. Misal pada tanaman yang bisa dijelaskan banya pada situasi dan kondisi tanaman ketika itu, demikian juga dengan tanah dan hal lainnya yang dapat diperlihatkan tentu yang sifatnya langsung ketika itu.</p>
<p>Informan : Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Mamasa</p>	
<p>1. Seperti apa kebijakan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa dalam pengembangan kopi Mamasa ?</p>	<p>Sebagai bagian dari struktur organisasi Pemerintah daerah yang diberi tugas dan tanggung jawab mengembangkan komoditi kopi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan telah menuangkan ke dalam Rencana Strategis (Renja) Dinas Perindustrian dan Perdagangan, kebijakan sektoral dalam pengembangan komoditi kopi ini.</p>

<p>2. Sebagai dinas yang diberi tanggung jawab dalam pengembangan Industri daerah, lalu bagaimana kopi Mamasa diperlakukan dalam kaitan tersebut?</p>	<p>Sudah tidak memadai lagi komoditi kopi daerah ini dikembangkan hanya di sektor budidaya dan perdagangan saja. Karena nilai tambah ekonominya rendah. Oleh sebab itu menjadi tugas Dinas Perindustrian dan Perdagangan menyebarkan kepada masyarakat agar komoditi kopi ini bisa ke luar dari Kabupaten Mamasa dalam bentuk olahan atau kopi Bubuk. Jika ini dilakukan, kita berharap akan berdampak pada perluasan kesempatan kerja di sektor Industri serta memberi nilai tambah ekonomi bagi masyarakat Kabupaten Mamasa.</p>
<p>3. Jika kopi Mamasa dikembangkan dari sisi industri, lalu bagaimana Dinas Perindustrian dan Perdagangan melakukannya ?</p>	<p>Terkait dengan Industri pengolahan Kopi ini, kami di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa memfokuskan perhatian pada 3 (tiga) hal. Yang pertama yakni kapasitas para pengelola kopi tersebut. Kedua terkait dengan kualitas produk kopi yang dihasilkan. Kemudian yang ketiga yakni kemasan dari kopi yang telah diolah.</p>
<p>4. Bagaimana cara atau bentuk pembinaan bagi pengolah kopi di Kabupaten Mamasa ?</p>	<p>Pada Rencana Strategis (RENJA) Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa ditetapkan komoditi kopi sebagai produk unggulan daerah. Implikasinya kemudian adalah setiap tahun kami memprogramkan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang sejalan dengan itu, diantaranya yang bersifat rutin dan memang menjadi kebutuhan adalah peningkatan kapasitas para pengelola kopi berbasis industri rumah tangga.</p>
<p>5. Terhadap SDM / Industriawan bagaimana perlakuannya ?</p>	<p>Dalam upaya meningkatkan kapasitas pengelola kopi di Kabupaten Mamasa, perhatian Dinas Perindustrian dan Perdagangan ditekankan pada peningkatan kemampuan mereka dalam proses pengolahan kopi. Ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa produk Industri olahan kopi, kualitasnya tidak hanya ditentukan oleh bahan baku, melainkan juga pada cara atau proses pengolahan bahan baku tersebut.</p>

<p>6. Dapatkah dijelaskan secara detail dari kebijakan pengembangan kemampuan Industrawan kopi di Kabupaten Mamasa?</p>	<p>Bahan atau lingkup peningkatan kapasitas pengelolah kopi yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa kepada para pengelola kopi terdiri dari pemilahan bahan baku, proses pengeringan, proses pengolahan dan finishing kopi olahan.</p>
<p>7. Terhadap kualitas produk kopi olahan Mamasa, apakah juga ada upaya khusus dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan ?</p>	<p>Pembinaan Industri kopi di Kabupaten Mamasa menjadikan kualitas kopi yang dihasilkan memiliki keunggulan. Untuk maksud tersebut, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa menetapkan dan melaksanakan kebijakan yang sejalan dengan hal itu. Program dan kegiatan yang kita laksanakan tiap tahun adalah penyuluhan pengolahan kopi berkualitas. Tekanannya lebih pada pemilihan, dan pengolahan bahan baku.</p>
<p>8. Bagaimana perlakuannya bagi pemanfaatan kemasan untuk kopi Mamasa ?</p>	<p>Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa juga memandang penting menetapkan dan melaksanakan kebijakan terkait dengan kemasan kopi olahan yang dihasilkan oleh masyarakat. Ini didasarkan pada pertimbangan ketahanan kemasan, harga, dan penampilannya. Karena itu, kami di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, secara berkesinambungan menyampaikan hal ini kepada para pengusaha kopi dan sekaligus memfasilitasinya pada batas-batas tertentu.</p>
<p>Informan :</p>	
<p>1. Bagaimana kebijakan secara umum Dinas yang Bapak pimpin terhadap pengembangan komoditi kopi Mamasa ?</p>	<p>Dalam meningkatkan dan mengembangkan kopi Mamasa maka salah satu hal yang dilakukan adalah bagaimana mengidentifikasi obyek/bahan dalam hal ini kopi Mamasa untuk dipromosikan. Apa yang menjadi alasan utama oleh pemerintah untuk menjadikan kopi ini sebagai salah satu daya tarik dan mampu memberikan kontribusi terhadap daerah kita. Olehnya itu, harus betul-betul diidentifikasi mulai dari awal sampai akhir dan memutuskan bahwa kopi Mamasa layak untuk dikembangkan sebagai salah satu komoditi unggulan di Kabupaten Mamasa.</p>

<p>2. Apakah pengembangan komoditi kopi Mamasa ada hubungannya dengan peningkatan PAD Kabupaten Mamasa?</p>	<p>Dimana-mana ketika pemerintah mencari alternatif untuk pendapatan daerah, maka tentu pilihannya jatuh kepada hasil sumber daya alam yang bisa dikembangkan. Maka untuk menentukan mana hasil sumber daya alam itu pemerintah daerah telah melakukan proses identifikasi dan analisis terhadap obyek (hasil bumi) yang mampu dikembangkan /dipromosikan. Hal ini berimbas kepada output dan budget yang dikeluarkan mampu sebanding dengan pemasukan ketika dipromosikan dan dikembangkan. Sehingga ketika pemerintah memilih Kopi sebagai salah satu hasil bumi yang mempunyai nilai jual yang tinggi maka pemerintah tidak setengah-setengah dalam memutuskan. Namun tetap melakukan apa yang disebut dengan proses identifikasi di lapangan.</p>
<p>3. Dapatkah dijelaskan detail bagaimana hubungan pengembangan kopi dengan Peningkatan PAD Kabupaten Mamasa?</p>	<p>Kami yakin dan sadar sekali tentang apa yang menjadi hak dan kewajiban pemerintah ketika memutuskan bahwa kopi sebagai salah satu yang berkontribusi terhadap PAD, namun setiap keputusan pemerintah tersebut seyogyanya melibatkan unsur yang lain terutama bagaimana mengidentifikasi bahwa dari sekian banyak hasil bumi yang ada di Kabupaten Mamasa maka kopi menjadi salah satu hasil bumi yang mampu mendongkrak PAD nantinya. Sehingga hal ini tidak membebani keuangan daerah dalam hal promosi dan pengembangannya di kemudian hari. Karena sekali lagi yang ingin kami sampaikan bahwa biaya promosi itu mahal sehingga dibutuhkan identifikasi yang baik dan terukur.</p>
<p>4. Seperti tahapan yang dilakukan dalam mempromosikan komoditi kopi Mamasa ?</p>	<p>Setelah melewati proses identifikasi masalah maka proses yang dilakukan oleh pemerintah adalah pengumpulan dan analisis data bahan/obyek yang dipromosikan, biasanya proses yang kedua ini membutuhkan waktu dan konsentrasi perihal analisis yang relevan. Karena kita tahu bahwa kopi itu sudah banyak dan di beberapa daerah sudah lebih dulu mengembangkannya contohnya kopi Toraja. Olehnya itu, pemerintah mengumpulkan bahan dan data yang memberikan penjelasan bahwa kopi dari Mamasa juga mampu bersaing karena memiliki kelebihan dan keunikan tersendiri dibandingkan dengan kopi dari daerah lain di Indonesia.</p>

<p>2. Sebagai dinas yang diberi tanggung jawab dalam pengembangan Industri daerah, lalu bagaimana kopi Mamasa diperlakukan dalam kaitan tersebut?</p>	<p>Sudah tidak memadai lagi komoditi kopi daerah ini dikembangkan hanya di sektor budidaya dan perdagangan saja. Karena nilai tambah ekonominya rendah. Oleh sebab itu menjadi tugas Dinas Perindustrian dan Perdagangan menyebarkan kepada masyarakat agar komoditi kopi ini bisa ke luar dari Kabupaten Mamasa dalam bentuk olahan atau kopi Bubuk. Jika ini dilakukan, kita berharap akan berdampak pada perluasan kesempatan kerja di sektor Industri serta memberi nilai tambah ekonomi bagi masyarakat Kabupaten Mamasa.</p>
<p>3. Jika kopi Mamasa dikembangkan dari sisi industri, lalu bagaimana Dinas Perindustrian dan Perdagangan melakukannya ?</p>	<p>Terkait dengan Industri pengolahan Kopi ini, kami di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa memfokuskan perhatian pada 3 (tiga) hal. Yang pertama yakni kapasitas para pengelola kopi tersebut. Kedua terkait dengan kualitas produk kopi yang dihasilkan. Kemudian yang ketiga yakni kemasan dari kopi yang telah diolah.</p>
<p>4. Bagaimana cara atau bentuk pembinaan bagi pengolah kopi di Kabupaten Mamasa ?</p>	<p>Pada Rencana Strategis (RENJA) Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa ditetapkan komoditi kopi sebagai produk unggulan daerah. Implikasinya kemudian adalah setiap tahun kami memprogramkan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang sejalan dengan itu, diantaranya yang bersifat rutin dan memang menjadi kebutuhan adalah peningkatan kapasitas para pengelolah kopi berbasis industri rumah tangga.</p>
<p>5. Terhadap SDM / Industriawan bagaimana perlakuannya ?</p>	<p>Dalam upaya meningkatkan kapasitas pengelola kopi di Kabupaten Mamasa, perhatian Dinas Perindustrian dan Perdagangan ditekankan pada peningkatan kemampuan mereka dalam proses pengolahan kopi. Ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa produk Industri olahan kopi, kualitasnya tidak hanya ditentukan oleh bahan baku, melainkan juga pada cara atau proses pengolahan bahan baku tersebut.</p>

<p>6. Dapatkah dijelaskan secara detail dari kebijakan pengembangan kemampuan Industrawan kopi di Kabupaten Mamasa?</p>	<p>Bahan atau lingkup peningkatan kapasitas pengelolah kopi yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa kepada para pengelola kopi terdiri dari pemilahan bahan baku, proses pengeringan, proses pengolahan dan finishing kopi olahan.</p>
<p>7. Terhadap kualitas produk kopi olahan Mamasa, apakah juga ada upaya khusus dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan ?</p>	<p>Pembinaan Industri kopi di Kabupaten Mamasa menjadikan kualitas kopi yang dihasilkan memiliki keunggulan. Untuk maksud tersebut, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa menetapkan dan melaksanakan kebijakan yang sejalan dengan hal itu. Program dan kegiatan yang kita laksanakan tiap tahun adalah penyuluhan pengolahan kopi berkualitas. Tekanannya lebih pada pemilihan, dan pengolahan bahan baku.</p>
<p>8. Bagaimana perlakuannya bagi pemanfaatan kemasan untuk kopi Mamasa ?</p>	<p>Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa juga memandang penting menetapkan dan melaksanakan kebijakan terkait dengan kemasan kopi olahan yang dihasilkan oleh masyarakat. Ini didasarkan pada pertimbangan ketahanan kemasan, harga, dan penampilannya. Karena itu, kami di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mamasa, secara berkesinambungan menyampaikan hal ini kepada para pengusaha kopi dan sekaligus memfasilitasinya pada batas-batas tertentu.</p>
<p>Informan :</p>	
<p>1. Bagaimana kebijakan secara umum Dinas yang Bapak pimpin terhadap pengembangan komoditi kopi Mamasa ?</p>	<p>Dalam meningkatkan dan mengembangkan kopi Mamasa maka salah satu hal yang dilakukan adalah bagaimana mengidentifikasi obyek/bahan dalam hal ini kopi Mamasa untuk dipromosikan. Apa yang menjadi alasan utama oleh pemerintah untuk menjadikan kopi ini sebagai salah satu daya tarik dan mampu memberikan kontribusi terhadap daerah kita. Olehnya itu, harus betul-betul diidentifikasi mulai dari awal sampai akhir dan memutuskan bahwa kopi Mamasa layak untuk dikembangkan sebagai salah satu komoditi unggulan di Kabupaten Mamasa.</p>

<p>2. Apakah pengembangan komoditi kopi Mamasa ada hubungannya dengan peningkatan PAD Kabupaten Mamasa?</p>	<p>Dimana-mana ketika pemerintah mencari alternatif untuk pendapatan daerah, maka tentu pilihannya jatuh kepada hasil sumber daya alam yang bisa dikembangkan. Maka untuk menentukan mana hasil sumber daya alam itu pemerintah daerah telah melakukan proses identifikasi dan analisis terhadap obyek (hasil bumi) yang mampu dikembangkan /dipromosikan. Hal ini berimbas kepada output dan budget yang dikeluarkan mampu sebanding dengan pemasukan ketika dipromosikan dan dikembangkan. Sehingga ketika pemerintah memilih Kopi sebagai salah satu hasil bumi yang mempunyai nilai jual yang tinggi maka pemerintah tidak setengah-setengah dalam memutuskan. Namun tetap melakukan apa yang disebut dengan proses identifikasi di lapangan.</p>
<p>3. Dapatkah dijelaskan detail bagaimana hubungan pengembangan kopi dengan Peningkatan PAD Kabupaten Mamasa?</p>	<p>Kami yakin dan sadar sekali tentang apa yang menjadi hak dan kewajiban pemerintah ketika memutuskan bahwa kopi sebagai salah satu yang berkontribusi terhadap PAD, namun setiap keputusan pemerintah tersebut seyogyanya melibatkan unsur yang lain terutama bagaimana mengidentifikasi bahwa dari sekian banyak hasil bumi yang ada di Kabupaten Mamasa maka kopi menjadi salah satu hasil bumi yang mampu mendongkrak PAD nantinya. Sehingga hal ini tidak membebani keuangan daerah dalam hal promosi dan pengembangannya di kemudian hari. Karena sekali lagi yang ingin kami sampaikan bahwa biaya promosi itu mahal sehingga dibutuhkan identifikasi yang baik dan terukur.</p>
<p>4. Seperti tahapan yang dilakukan dalam mempromosikan komoditi kopi Mamasa ?</p>	<p>Setelah melewati proses identifikasi masalah maka proses yang dilakukan oleh pemerintah adalah pengumpulan dan analisis data bahan/obyek yang dipromosikan, biasanya proses yang kedua ini membutuhkan waktu dan konsentrasi perihal analisis yang relevan. Karena kita tahu bahwa kopi itu sudah banyak dan di beberapa daerah sudah lebih dulu mengembangkannya contohnya kopi Toraja. Olehnya itu, pemerintah mengumpulkan bahan dan data yang memberikan penjelasan bahwa kopi dari Mamasa juga mampu bersaing karena memiliki kelebihan dan keunikan tersendiri dibandingkan dengan kopi dari daerah lain di Indonesia.</p>

<p>5. Apakah ada analisis yang dilakukan dan bagaimana caranya dalam menyusun strategi promosi kopi Mamasa ?</p>	<p>Dalam pengumpulan data yang selanjutnya kami analisis, dengan pokok perhatian pada seperti apa kekuatan dan kelemahan yang menyertai kopi Mamasa, kemudian juga kami menganalisis peluang dan ancaman yang dihadapi. Hasil analisis ini, kemudian menjadi rujukan dalam merumuskan strategi promosi.</p>
<p>6. Bagaimana cara menghubungkan analisis tersebut dengan peningkatan PAD Kabupaten Mamasa ?</p>	<p>Untuk menghasilkan keputusan yang berpihak kepada kebutuhan dan manfaat yang besar maka proses pengumpulan dan analisis data bahan/obyek yang dipromosikan dilakukan oleh pemerintah dalam menentukan bahwa pengembangan kopi Mamasa adalah keputusan yang berpihak kepada azas manfaat dan fungsinya terutama dalam peningkatan PAD.</p>
<p>7. Untuk menentukan strategi promosi tentu banyak informasi yang dibutuhkan. Bagaimana caranya ?</p>	<p>Pekerjaan pemerintah terutama yang membidangi urusan promosi dan penanaman modal bekerja maksimal dalam pengumpulan dan analisis data bahan/obyek yang dipromosikan, hal ini dilakukan untuk menghindari apa yang menjadi hambatan dan rintangan dalam pengumpulan data bahan/obyek yang menjadi substansi pokok pengembangan kopi sebagai modal dalam peningkatan pendapatan daerah.</p>
<p>8. Bagaimana metode merumuskan strategi promosi pengembangan Kopi Mamasa ini ?</p>	<p>Dalam merumuskan strategi promosi komoditi kopi, kami menggunakan kerangka berpikir dengan tekanan pada meningkatkan kekuatan, lalu membenahi kelemahan, selanjutnya memanfaatkan peluang, serta menghalau ancaman. Karena itu, terhadap setiap aspek analisis SWOT yang digunakan melahirkan strategi yang kami pandang relevan.</p>
<p>9. Seperti apa strategi promosi yang dihasilkan tersebut ?</p>	<p>Terhadap 5 (lima) respon strategis atas analisis kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman bagi Kopi Mamasa, kami di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu memandangnya masih terlalu luas. Karena itu, pada saat selesai dirumuskan berkembang pandangan untuk mempertajam rumusan tersebut untuk menjadi strategi promosi yang lebih pas.</p>

<p>10. Setelah ditentukan strategi promosi Kopi Mamasa ini, apakah kegiatannya hanya sampai di situ saja ?</p>	<p>Tahapan selama ini setelah melewati proses pemilihan promosi terbaik maka proses yang dilakukan oleh pemerintah daerah adalah implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil yang dipromosikan, biasanya proses yang kelima ini membutuhkan waktu dan konsentrasi perihal penerapan dan evaluasi dalam strategi promosi pengembangan kopi.</p>
<p>11. Apakah hanya sampai di situ saja ?</p>	<p>Kami sadar bahwa untuk menghasilkan strategi promosi pengembangan kopi yang berpihak kepada kebutuhan dan manfaat yang besar maka proses implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi harus dilakukan oleh pemerintah dalam menentukan strategi promosi pengembangan kopi yang berpihak kepada azas manfaat dan fungsinya.</p>
<p>12. Apakah juga dilakukan evaluasi dari pelaksanaan strategi promosi Kopi Mamasa ini ?</p>	<p>selama ini pekerjaan pemerintah belum maksimal dalam implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi, hal ini dilakukan untuk menghindari apa yang menjadi hambatan dan rintangan dalam menerapkan dan mengevaluasi, sebab terkadang implementasi keputusan dan evaluasi terhadap hasil-hasil promosi tidak sesuai dengan apa yang menjadi substansi pokok perda tentang peningkatan pendapatan daerah</p>



Lampiran VII : Peraturan Bupati Mamasa
Nomor : 32 Tahun 2016
Tanggal : 07 November 2016

STRUKTUR ORGANISASI DINAS PENANANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN MAMASA

