

STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI WILAYAH BERBASIS KOMODITAS UNGGULAN: STUDI KASUS KABUPATEN KEPAHIANG, PROVINSI BENGKULU, INDONESIA

Teguh Adiprasetyo¹, Indra Cahyadinata²

¹ Program Studi Pengelolaan Sumberdaya Alam, Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu
email: teguhadi@yahoo.com

² Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu
email: cahyadinata@yahoo.com

Abstract

This study aims to determine the commodities which have comparative and competitive advantages and develop strategies for regional economic development based on superior commodities in the district. Several methods are used for research analysis, namely Location Quotient and Differential Shift analysis, Fuzzy Analytical Hierarchy Process, SWOT analysis and Interpretive Structural Modeling. The results showed that the identification and determination of economic sectors that have comparative and competitive advantages that can drive regional economic growth are 1) agriculture, forestry and fisheries, and 2) processing industries. While commodities that have comparative and competitive advantages include 20 commodities with the first rank as the superior commodity is coffee. Regional economic development strategies based on superior coffee commodities can be implemented using several strategies that have large leverage, namely 1) Increasing capital support by the government through credit provision by financial institutions and banks, 2) Institutional development and increased institutional cooperation in the process coffee production and marketing of products by utilizing the availability of existing partners, and 3) Increasing knowledge and competence of business farmers through trainings so that production can increase.

Keywords: superior commodity, AHP, regional economics, strategy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan komoditas unggulan serta pengembangan strategi dalam rangka pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas unggulan di kabupaten. Beberapa metode digunakan untuk analisis Penelitian, yaitu analisis Location Quotient, Differential Shift, Fuzzy Analytical Hierarchy Process, dan Interpretive Structural Modelling. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa identifikasi dan penetapan sektor ekonomi yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif yang dapat menggerakkan pertumbuhan ekonomi wilayah adalah 1) sektor pertanian, kehutanan dan perikanan, dan 2) industri pengolahan. Sedangkan komoditas yang dapat diunggulkan meliputi 20 komoditas dengan peringkat pertama komoditas unggulan adalah kopi. Strategi pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas unggulan kopi dapat diimplementasikan dengan menggunakan beberapa strategi yang memiliki leverage besar, yaitu 1) Peningkatan dukungan permodalan oleh pemerintah melalui penyediaan kredit yang mudah oleh lembaga-lembaga keuangan maupun perbankan, 2) Pengembangan kelembagaan dan peningkatan kerjasama kelembagaan dalam proses produksi dan pemasaran produk dengan memanfaatkan ketersediaan mitra yang telah ada, dan 3) Peningkatan pengetahuan dan kompetensi pelaku usaha melalui pelatihan-pelatihan agar produksi dapat meningkat.

Keywords: komoditas unggulan, AHP, ekonomi wilayah, strategi

1. PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi suatu wilayah atau kawasan pada dasarnya dimaksudkan untuk mendorong terjadinya peningkatan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kesenjangan, baik antar wilayah maupun

antar individual masyarakat, dan mendorong pengembangan ekonomi yang berbasis sumber daya lokal dan diusahakan semaksimal mungkin oleh masyarakat lokal itu sendiri. Pengembangan ekonomi wilayah ini dapat diharapkan untuk berfungsi sebagai

pusat pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan ekonomi yang tidak terbatas pada sektor pertanian saja melainkan juga pembangunan sektor lain seperti industri kecil, jasa pelayanan, usaha pertanian *off farm*, maupun pariwisata (Rustiadi et al., 2006). Dalam implementasinya, pengembangan ekonomi wilayah seyogyanya dilaksanakan melalui optimasi pemanfaatan sumber daya yang tersedia secara harmonis dan terpadu melalui pendekatan yang bersifat komprehensif yang mencakup aspek fisik, sosial, ekonomi dan lingkungan agar pembangunan berkelanjutan (Djakapermana, 2010). Pengembangan ekonomi wilayah yang diharapkan adalah terjadinya interaksi wilayah yang sinergis dan saling memperkuat sehingga nilai tambah yang diperoleh dari interaksi dapat terbagi secara proporsional dan adil sesuai dengan peran dan potensi sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing daerah (Rustiadi dan Hadi, 2004).

Sejalan dengan berlakunya Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah maka daerah kabupaten dan kota memiliki kewenangan yang cukup luas untuk membuat perencanaan pembangunan dan menentukan strategi pembangunan di wilayahnya masing-masing, termasuk perencanaan pengembangan ekonomi wilayah maupun pemanfaatan potensi sumber daya lokal secara optimal. Pengembangan ekonomi wilayah merupakan penerapan prinsip-prinsip ekonomi untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi pada suatu wilayah yang memiliki potensi berbeda dengan wilayah lainnya. Pendekatan pembangunan berdasarkan pembangunan ekonomi wilayah disadari sebagai bagian penting dari cara untuk mencapai tujuan pembangunan nasional. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan pembangunan ekonomi tidak seharusnya seragam untuk semua wilayah karena kondisi dan potensi wilayah yang berbeda-beda. Namun, pertumbuhan ekonomi wilayah dapat dipercepat karena setiap wilayah dapat memilih sektor atau komoditas yang memiliki potensi besar dan dapat dikembangkan dengan cepat karena memiliki *comparative advantage* ataupun memiliki *competitive advantage* untuk dikembangkan. (Tarigan, 2005). Hingga saat ini, pendekatan sektoral masih menjadi salah satu strategi dalam pembangunan

daerah. Pendekatan sektoral atau yang biasa dikenal dengan pendekatan sektor basis lebih menekankan pada pemilihan sektor ekonomi yang lebih tepat dan dapat berperan sebagai penggerak perekonomian daerah, penyerap tenaga kerja dan pengentasan kemiskinan. Pendekatan sektoral lebih difokuskan pada peningkatan produktivitas sektor ekonomi melalui prioritas program pembangunan dalam kebijakan pemerintah daerah. Oleh karena itu, analisis sektor yang merupakan basis atau keunggulan ekonomi suatu daerah menjadi sangat penting sebagai pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pembangunan di daerah agar dapat diketahui sektor mana yang menjadi sektor basis dan diunggulkan perannya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah (Arafah and Matheos, 2017).

Pertumbuhan suatu wilayah sangat tergantung dari keunggulan atau daya saing sektor-sektor ekonomi di wilayahnya. Kemampuan setiap sektor ekonomi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah berbeda-beda, tergantung dari tingkat daya saing komoditas atau sektor ekonomi yang dimilikinya. Keunggulan komoditas atau sektor ekonomi merupakan nilai strategis yang dimiliki komoditas atau sektor ekonomi yang dapat dikembangkan di suatu wilayah. Menurut Hendayani (2003), penentuan sektor ekonomi unggulan ataupun komoditas unggulan merupakan tahap awal untuk membangun ekonomi wilayah yang berlandaskan pada konsep efisiensi untuk meraih keunggulan komparatif dan kompetitif dalam menghadapi globalisasi perdagangan.

Rigby dan Careres (2001) menunjukkan beberapa hambatan untuk mencapai pembangunan keberlanjutan, khususnya keberlanjutan sistem pertanian, antara lain produktivitas, teknologi produksi, pasar dan aspek lainnya. Sehingga upaya pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas pertanian harus mempertimbangkan semua potensi, hambatan, dan peluang untuk memajukan dan mengembangkan pertanian secara efisien. Berdasarkan pemahaman terhadap faktor daya ungkit potensi, hambatan, dan peluang dalam pengembangan komoditas unggulan, maka alternatif-alternatif strategi dapat dirumuskan dan dipilih. Perumusan dan pemilihan alternatif strategi merupakan masalah

pengambilan keputusan atau optimasi karena melibatkan penilaian ekonomi maupun *trade off* (Zeleny, 2009). Pengambilan keputusan dalam perumusan strategi merupakan tugas yang menantang karena terkadang situasi keputusan bersifat kompleks, strategis, dinamis, dan memiliki efek jangka panjang. Pada situasi seperti ini pengambilan keputusan kriteria majemuk dapat diterapkan untuk merumuskan strategi (Marimin, 2008). Menurut Montibeller dan Franco (2010), pengambilan keputusan kriteria majemuk akan menghasilkan keputusan yang masuk akal dan logis yang dapat mengelola *trade off* secara efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menentukan komoditas unggulan, merumuskan alternatif-alternatif strategi dan memilih strategi yang memiliki *leverage* besar dengan menggunakan pengambilan keputusan kriteria majemuk dalam rangka pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas unggulan di tingkat kabupaten.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder yang utama adalah data Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Bengkulu dan Kabupaten Kepahiang menurut lapangan usaha 2015-2019, Kabupaten Kepahiang dan Kecamatan dalam angka 2019. Sedangkan pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner dan wawancara mendalam untuk mengakuisisi pengetahuan pakar. Responden pakar Penelitian ini adalah akademisi, aparat pemerintah kabupaten, dan petani. Survei pakar digunakan sebagai realisasi proses akuisisi pengetahuan responden pakar (Eryatno dan Larasati, 2013; Eryatno, 2003). Tahapan Penelitian ini meliputi:

- a) Penentuan komoditas unggul.
Penentuan komoditas unggulan dilakukan dengan penghitungan nilai *Location Quotient* (LQ) dan *Differential Share* (DS). Komoditas unggul merupakan komoditas yang memiliki nilai LQ lebih dari 1 (satu) dan nilai DS positif.
- b) Pemingkatan dan pemilihan komoditas unggulan dari komoditas yang unggul menggunakan metode *fuzzy analytical hierarchy process* (*fuzzy-AHP*) (Chang, 1996).

Fuzzy-AHP digunakan untuk menentukan peringkat dengan menggunakan perbandingan pasangan *fuzzy* variabel linguistik dengan persamaan variabel linguistik dengan bilangan triangular fuzzy seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

Table 1 Ekuivalensi variabel linguistik dengan bilangan triangular fuzzy (TFN)

No	Variabel Linguistik	TFN	Inversi TFN
1	Persis sama (JE)	(1, 1, 1)	(1, 1, 1)
2	Sama penting (EQ)	(1/2, 1, 3/2)	(2/3, 1, 2)
3	Agak lebih penting (WI)	(1, 3/2, 2)	(1/2, 2/3, 1)
4	Lebih penting (MI)	(3/2, 2, 5/2)	(2/5, 1/2, 2/3)
5	Sangat lebih penting (VS)	(2, 5/2, 3)	(1/3, 2/5, 1/2)
6	Benar-benar lebih penting (AI)	(5/2, 3, 7/2)	(2/7, 1/3, 2/5)

Agregasi penilaian pakar merupakan penjumlahan dari nilai fuzzy dari semua penilaian pakar. Agregasi dilakukan untuk nilai fuzzy batas bawah, tengah dan atas dari masing-masing pendapat pakar berdasarkan rumus berikut (Chang, 1996):

$$\begin{aligned} \overline{LB} &= \sqrt[n]{\pi_{i=1}^n \chi_{bbi}} \\ \overline{M} &= \sqrt[n]{\pi_{i=1}^n \chi_{bbt}} \\ \overline{UB} &= \sqrt[n]{\pi_{i=1}^n \chi_{bba}} \end{aligned}$$

dimana:

\overline{LB} : rata-rata geometrik batas bawah nilai fuzzy

\overline{M} : rata-rata geometrik nilai tengah fuzzy

\overline{UB} : rata-rata geometrik batas atas nilai fuzzy

χ_{bbi} : batas bawah dari nilai pendapat pakar ke-i

χ_{bti} : nilai tengah dari pendapat pakar ke-i

χ_{bai} : batas atas nilai pendapat pakar ke-i

n : jumlah pakar

i : pakar ke-i (1 sampai n)

- c) Identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi

- pengembangan komoditas unggulan terpilih melalui survei pakar.
- d) Penilaian faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan komoditas unggulan terpilih untuk pengelompokan faktor internal menjadi kekuatan atau kelemahan dan faktor eksternal menjadi peluang atau ancaman (David and David, 2017).
 - e) Pembobotan faktor-faktor internal dan eksternal dilakukan dengan menggunakan *analytical hierarchy process* (AHP) yang akan digunakan dalam matriks internal-eksternal (Saaty and Vargas, 2012).
 - f) Pengembangan matriks internal-eksternal. Matriks internal dan eksternal dibangun berdasarkan faktor-faktor terpilih, bobot dan nilai skor dari faktor-faktor tersebut. Masing-masing faktor internal dan eksternal dinilai berdasarkan tingkat pengaruh suatu faktor terhadap perkembangan ekonomi berbasis komoditas. Skor akhir suatu faktor adalah nilai skala peringkat dikali bobot suatu faktor. Skor total faktor internal dan faktor eksternal menentukan posisi kondisi pengembangan ekonomi berbasis komoditas saat ini. Posisi keadaan saat ini bisa berada pada kuadran I (Kekuatan-Peluang), kuadran II (Kekuatan-Ancaman), kuadran III (Kelemahan-Peluang), atau kuadran IV (Kelemahan-Ancaman).
 - g) Pengembangan alternatif strategi menggunakan *analysis Strength, Weakness, Opportunity, and Threat* (SWOT). Strategi alternatif dikembangkan dengan menggunakan analisis *Strength-Weakness-Opportunity-Threat* (SWOT) dan hasil posisi pada matriks internal-eksternal. Rincian metode pengembangan strategi berdasarkan analisis SWOT dapat merujuk Stein (2003).
 - h) Alternatif-alternatif strategi yang dikembangkan kemudian dipilih strategi yang mempunyai *leverage* tinggi untuk pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas unggulan. Pemilihan strategi yang memiliki *leverage* tinggi dilakukan dengan menggunakan pemodelan *Interpretive Structural Equation Modelling* (ISM) dengan langkah-langkah seperti diuraikan oleh Kanungo and Bhatnagar (2002), Eriyatno

(2003), Marimin (2005), dan Saxena *et al.* (1992).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi dan penetapan sektor ekonomi dan komoditas yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif yang dapat menggerakkan pertumbuhan ekonomi wilayah di Kabupaten Kepahiang telah dilakukan berdasarkan analisis *Location Quotients* dan *Differential Shift*. Sektor ekonomi yang secara komparatif memiliki keunggulan adalah 1) pertanian, kehutanan dan perikanan, 2) industri pengolahan, 3) pengadaan listrik dan gas, 4) konstruksi, dan 5) penyediaan akomodasi dan makan minum. Sedangkan kategori lapangan usaha yang secara kompetitif memiliki keunggulan meliputi 1) pertanian, kehutanan dan perikanan, 2) pertambangan dan penggalian, 3) industri pengolahan, 4) pengadaan listrik dan gas, 5) jasa keuangan dan asuransi, 6) real estate, dan 7) jasa lainnya. Sektor ekonomi yang dapat diunggulkan karena memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif adalah 1) pertanian, kehutanan dan perikanan, dan 2) industri pengolahan.

Selanjutnya analisis *Location Quotients* dan *Differential Shift* dilakukan terhadap komoditas pada sektor ekonomi pertanian di Kabupaten Kepahiang. Berdasarkan hasil analisis LQ dan DS serta pemeringkatan dengan *fuzzy-AHP* menunjukkan bahwa komoditas kopi dapat menjadi komoditas unggulan di Kabupaten Kepahiang. Komoditas-komoditas yang unggul beserta peringkat dan *cluster* pengembangannya dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan hasil analisis ini dapat diketahui bahwa untuk Cluster 1 memiliki komoditas unggul secara komparatif dan kompetitif yang meliputi komoditas jagung, ubi kayu, ubi jalar, cabai, petsai, durian, jeruk, pisang, kopi, kelapa sawit, lada, kambing, ayam kampung dan itik. Cluster 2 memiliki komoditas yang unggul secara komparatif dan kompetitif meliputi komoditas cabai, pisang, dan ayam petelur. Cluster 3 memiliki komoditas yang unggul secara komparatif dan kompetitif meliputi komoditas padi sawah, kentang, kubis, pisang, pepaya, kopi, lada, sapi potong, kerbau, kambing, ayam kampung dan itik. Sedangkan Cluster 4 memiliki komoditas yang unggul secara

komparatif dan kompetitif meliputi komoditas ubi kayu, pisang dan ayam pedaging.

Pemeringkatan dengan fuzzy-AHP terhadap komoditas yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif menunjukkan bahwa komoditas kopi menjadi komoditas unggulan untuk menopang pengembangan ekonomi wilayah Kabupaten Kepahiang. Selanjutnya proses identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan komoditas kopi ditemukan 21 faktor internal dan 15 faktor eksternal yang dapat mempengaruhi strategi pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas. Penilaian kondisi eksisting dari faktor-faktor internal menghasilkan 10 faktor dapat dikategorikan sebagai kekuatan dan 11 faktor merupakan kelemahan. Sedangkan penilaian kondisi faktor-faktor eksternal menghasilkan 7 faktor sebagai peluang dan 8 faktor sebagai ancaman (Tabel 3).

Tabel 2. Komoditas yang dapat diunggulkan

No	Kecamatan	Komoditas	LQ	DS	
1	Muara Kemumu	Jagung	2.14	0.87	
		Ubi kayu	2.56	2.74	
	Bermani Ilir	Ubi jalar	1.83	0.61	
		Cabai	3.63	0.22	
	Seberang Musi	Petsai	1.23	0.21	
		Durian	2.23	0.02	
			Jeruk	3.93	0.05
			Pisang	1.42	0.01
			Kopi	1.14	0.01
			Sawit	1.01	0.16
Lada			1.01	0.22	
Kambing			1.42	0.26	
Ayam kampung			1.51	0.41	
Itik			2.96	0.03	
2	Kepahiang	Ayam petelur	1.20	0.33	
		Cabai	1.10	0.01	
		Pisang	1.02	0.03	
3	Kabawetan	Padi	1.10	0.19	
		Kentang	2.14	0.01	
	Ujan Mas	Kubis	1.62	0.16	
		Pisang	1.02	0.03	
	Tebat Karai	Pepaya	2.33	0.06	
		Kopi	1.10	0.08	
		Lada	1.13	0.48	
		Sapi potong	4.24	0.23	
		Kerbau	3.73	0.11	
		Kambing	1.72	0.27	
Ayam	1.62	0.48			

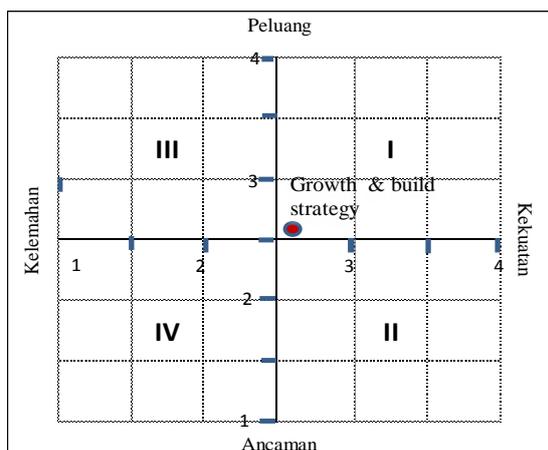
		kampung Itik	1.65	0.62
4	Merigi	Ayam pedaging	4.51	0.26
		Pisang	1.49	0.01
		Ubi kayu	1.20	0.07

Tabel 3. Kondisi faktor internal dan eksternal usaha tani komoditas kopi

Faktor Internal	
Kekuatan	Kelemahan
1) Ketersediaan kemampuan pengolahan produk	1) Kemampuan petani mengakses jaringan pemasaran produk
2) Nilai tambah pengolahan produk	2) Kemampuan petani mengakses informasi pasar produk
3) Produktifitas tanaman	3) Kemampuan manajemen kelompok tani
4) Ketersediaan sarana produksi budidaya	4) Kondisi jalan usaha tani,
5) Kesesuaian lahan dan iklim untuk budidaya	5) Kualitas produk kopi yang dihasilkan,
6) Tingkat pengalaman tenaga kerja budidaya	6) Kemampuan mengakses lembaga pemasaran,
7) Tingkat potensi pendapatan petani	7) Kemampuan mengakses fasilitas pemasaran produk,
8) Teknologi budidaya yang telah dikuasai	8) Kemampuan mengakses pendampingan usaha tani,
9) Tingkat ketersediaan lahan untuk pengembangan	9) Orientasi usaha menuju usaha agribisnis,
10) Kemampuan petani mengakses informasi teknis dari para ahli dan pemerintah	10) Kemampuan untuk melakukan pemupukan dan aplikasi pestisida,
	11) Tingkat kemampuan modal untuk pengembangan.
Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
1) Inovasi produk kopi olahan,	1) Perubahan kondisi iklim,
2) Potensi pasar di luar kabupaten dan pasar internasional,	2) Pola hidup sehat yang menghindari minum kopi,
3) Kebijakan pemerintah untuk pengembangan kopi,	3) Preferensi konsumen terhadap produk kopi dari daerah lain,
4) Ketersediaan teknologi budidaya dan bibit unggul di lembaga penelitian	4) Tingkat keamanan berusaha,
	5) Tingkat konsumsi produk oleh

dan perguruan tinggi,	masyarakat,
5) Tingkat suplai produk sejenis dari daerah lain,	6) Rantai pemasaran yang panjang,
6) Ketersediaan lembaga keuangan untuk mendukung permodalan,	7) Alih fungsi lahan pertanian,
7) Kesempatan kerjasama untuk pemasaran.	8) Ketersediaan pembinaan teknis dari pemerintah.

Analisis Matriks Internal-Eksternal menunjukkan bahwa posisi pengembangan ekonomi berbasis komoditas kopi sebagai unggulan saat ini berada pada kuadran *Strength-Opportunity* (kuadran I) karena skor total faktor internal dan faktor eksternal masing-masing adalah 2,52 dan 2,58 (Gambar 1). Posisi ini menunjukkan bahwa strategi generik untuk mengembangkan komoditas kopi sebagai unggulan wilayah untuk pengembangan ekonomi adalah *growth and build strategy* yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dan sekaligus memperbaiki kelemahan yang ada.



Gambar 1. Posisi pengembangan komoditas unggulan kopi

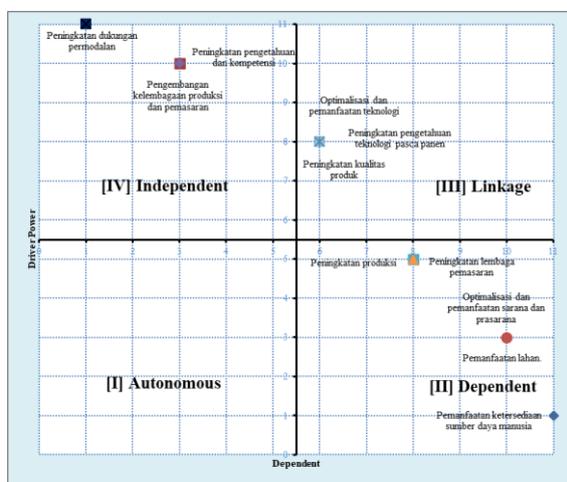
Alternatif-alternatif strategi untuk pengembangan ekonomi berbasis komoditas unggulan kopi yang kemudian dikembangkan adalah:

- 1) Pemanfaatan ketersediaan sumber daya manusia yang telah berpengalaman dan terampil untuk melakukan ekstensifikasi usaha.
- 2) Pengembangan kelembagaan dan peningkatan kerjasama kelembagaan dalam proses produksi dan pemasaran

- 3) Pemanfaatan lahan yang sesuai secara iklim untuk perluasan budidaya tanaman
- 4) Peningkatan pengetahuan dan kompetensi pelaku usaha melalui pelatihan-pelatihan agar produksi dapat meningkat.
- 5) Peningkatan produksi dengan memanfaatkan sepenuhnya ketersediaan pembinaan dari instansi teknis dan tersedianya pengetahuan dan teknologi di lembaga penelitian ataupun perguruan tinggi.
- 6) Meningkatkan fungsi dan menumbuh kembangkan lembaga-lembaga pemasaran pada berbagai tingkatan.
- 7) Peningkatan dukungan permodalan oleh pemerintah melalui penyediaan kredit yang mudah oleh lembaga-lembaga keuangan maupun perbankan.
- 8) Optimalisasi dan pemanfaatan teknologi dan sarana prasarana yang tersedia untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk.
- 9) Peningkatan kualitas produk dengan memanfaatkan ketersediaan baku/bahan produksi yang tersedia cukup besar serta melimpah.
- 10) Peningkatan pengetahuan teknologi pasca panen untuk meningkatkan nilai tambah produk melalui pelatihan-pelatihan.
- 11) Optimalisasi dan pemanfaatan sarana prasarana dan akses teknologi yang tersedia untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk.

Hasil penilaian terhadap hubungan kontekstual alternatif-alternatif strategi pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas unggulan kopi menghasilkan nilai daya pendorong dan tingkat ketergantungan dari masing-masing strategi. Berdasarkan pada daya pendorong dan tingkat ketergantungan dari masing-masing alternatif strategi maka pengelompokkan 11 alternatif strategi dapat diklasifikasikan kedalam 4 kuadran seperti disajikan pada Gambar 2. Pada Gambar 2 terlihat bahwa alternatif strategi [2], [4], dan [7] terletak pada kuadran IV (*Independent*). Alternatif strategi yang masuk dalam kuadran *Independent* adalah "Pengembangan kelembagaan dan peningkatan kerjasama kelembagaan dalam

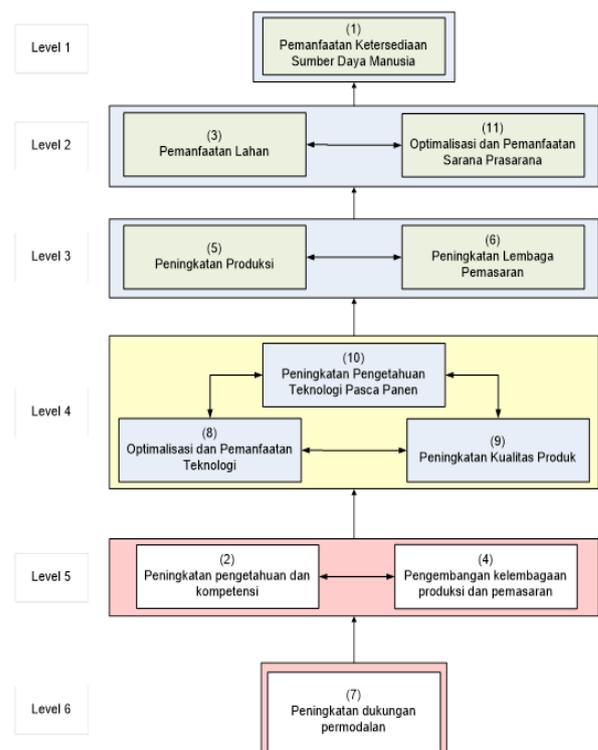
proses produksi dan pemasaran produk dengan memanfaatkan ketersediaan mitra yang ada”, “Peningkatan pengetahuan dan kompetensi pelaku usaha melalui pelatihan-pelatihan agar produksi dapat meningkat” dan “Peningkatan dukungan permodalan oleh pemerintah melalui penyediaan kredit yang mudah oleh lembaga-lembaga keuangan maupun perbankan”. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga alternatif strategi ini memiliki tingkat ketergantungan yang kecil dan kekuatan penggerak yang besar terhadap keberhasilan pengembangan ekonomi wilayah. Sedangkan alternatif strategi [8], [9], dan [10] terletak pada kuadran III (*Linkage*). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga alternatif strategi ini memiliki tingkat ketergantungan yang besar dan sekaligus daya pendorong yang besar. Implementasi ketiga strategi ini harus dilakukan secara hati-hati karena pengaruhnya terhadap pengembangan ekonomi wilayah mungkin agak sulit diprediksi dan tidak stabil. Ketidak stabilan hubungan antara ketiga strategi ini dengan keseluruhan sistem pengembangan terjadi karena ketiga alternatif strategi ini memiliki daya dorong yang tinggi dan pada saat yang sama memiliki tingkat ketergantungan terhadap sistem yang tinggi juga. Alternatif strategi [1], [3], [5], [6], dan [11] termasuk ke dalam kuadran II (*Dependent*). Hal ini menunjukkan bahwa implementasi strategi ini tidak akan merubah pengembangan ekonomi wilayah secara nyata.



Gambar 2. Klasifikasi strategi hasil ISM

Hubungan kontekstual dan level hierarki alternatif-alternatif strategi pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas

unggulan kopi dapat dilihat pada Gambar 3. Struktur hierarki ini menunjukkan bahwa alternatif strategi “Peningkatan dukungan permodalan oleh pemerintah melalui penyediaan kredit yang mudah oleh lembaga-lembaga keuangan maupun perbankan” berada pada posisi tertinggi atau level 6. Hal ini menunjukkan bahwa strategi tersebut merupakan strategi yang memiliki kekuatan penggerak dan pengaruh terbesar dibandingkan dengan strategi lain yang berada pada level yang lebih rendah. Sedangkan strategi yang berada pada level 5 adalah strategi “Pengembangan kelembagaan dan peningkatan kerjasama kelembagaan dalam proses produksi dan pemasaran produk dengan memanfaatkan ketersediaan mitra yang telah ada” dan “Peningkatan pengetahuan dan kompetensi pelaku usaha melalui pelatihan-pelatihan agar produksi dapat meningkat”. Ketiga strategi ini termasuk ke dalam kuadran yang sama yaitu kuadran Independent. Implementasi ketiga strategi ini memiliki *leverage* yang besar terhadap pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas unggulan kopi di Kabupaten Kepahiang, Provinsi Bengkulu.



Gambar 3. Level hierarki strategi alternatif

4. KESIMPULAN

Identifikasi dan penentuan komoditas unggul menghasilkan 20 komoditas unggul karena memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif. Peningkatan dengan fuzzy-AHP terhadap komoditas yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif menunjukkan bahwa komoditas kopi menjadi komoditas unggulan untuk menopang pengembangan ekonomi wilayah Kabupaten Kepahiang.

Strategi pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas unggulan di Kabupaten Kepahiang dapat diimplementasikan dengan menggunakan beberapa strategi yang memiliki *leverage* besar, yaitu 1) Peningkatan dukungan permodalan oleh pemerintah melalui penyediaan kredit yang mudah oleh lembaga-lembaga keuangan maupun perbankan, 2) Pengembangan kelembagaan dan peningkatan kerjasama kelembagaan dalam proses produksi dan pemasaran produk dengan memanfaatkan ketersediaan mitra yang telah ada, dan 3) Peningkatan pengetahuan dan kompetensi pelaku usaha melalui pelatihan-pelatihan agar produksi dapat meningkat. Rekomendasi fokus program untuk dapat dipertimbangkan dalam rangka pengembangan ekonomi wilayah berbasis komoditas unggulan kopi diantaranya adalah 1) Akses pada sumber pembiayaan atau perbankan, 2) Rekayasa kelembagaan pemasaran, dan 3) Pengetahuan dan kompetensi pelaku usaha.

5. REFERENSI

- Arafah, W. and R.C.D. Matheos. 2017. Determining factors of potential economy sectors of Bantaeng Regency in South Sulawesi Province of Indonesia: an analysis using the Location Quotient approach. *International Journal of Business and Management* 12 (7):183-191.
- Chang, D.Y. 1996. Applications of the extent analysis method on fuzzy AHP. *European Journal of Operational Research* 95:649-655.
- David, F.R. and F.R. David. 2017. *Strategic Management: Concept and Cases – a competitive advantage approach*. Pearson Education Limited, Harlow, England.
- Djakapermana, R. D. 2010. *Pengembangan Wilayah Melalui Pendekatan Kesisteman*. IPB Press, Bogor.
- Eriyatno. 2003. *Ilmu Sistem: Meningkatkan Mutu dan Efektifitas Manajemen*. IPB Press, Bogor.
- Eryatno and L. Larasati. 2013. *Ilmu sistem: meningkatkan integrasi dan koordinasi manajemen*. Center for System and Penerbit Guna Widya, Surabaya.
- Hendayani, R. 2003. Aplikasi metode Location Quotients (LQ) dalam penentuan komoditas unggulan nasional. *Informatika Pertanian* 12:1-21.
- Kanungo S., Bhatnagar V.K. 2002. Beyond generic models for information system quality, the use of Interpretive Structural Modelling (ISM). *System Research* 19: 531-549.
- Marimin. 2008. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo, Jakarta.
- Montibeller, G. and A. Franco. 2010. *Multicriteria decision analysis for strategic decision making*, In C. Zopounidis and P.M. Pardalos (Eds), *Handbook of multicriteria analysis*. Springer, Hiedelberg.
- Rigby, D. and D. Cáceres. 2001. Organic farming and the sustainability of agricultural systems, *Agricultural Systems* 68:21-40.
- Rustiadi, E., dan S. Hadi. 2004. Pengembangan Agropolitan sebagai Strategi Pembangunan Perdesaan dan Pembangunan Berimbang. Workshop dan Seminar Nasional Pengembangan Agropolitas sebagai Strategi Pembangunan Perdesaan dan Pembangunan Berimbang. Bogor
- Rustiadi, E., S. Hadi, dan W. M. Ahmad. 2006. *Kawasan Agropolitan: Konsep Pembangunan Desa-Kota Berimbang*. Crespent Press Kampus IPB Baranangsiang P4W-LPPM IPB. Bogor.
- Saaty, T.L. and L.G. Vargas. 2012. *Models, methods, concepts, and applications of the analytical hierarchy process*. Springer, Hiedelberg.
- Saxena J.P., Sushil, P. Vrat. 1992. Hierarchy and classification of program plan elements using Interpretive Structural Modeling: a case study of energy conservation in the Indian Cement Industry. *System Practice* 5(6):651-670.
- Stein, A.W. 2003. *Strategic management for public and nonprofit organizations*. Marcel Dekker Inc, New York.
- Tarigan, R. 2005. *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Zeleny, M. 2011. *MCDM: in search of new paradigms*. In Shi, Y., S. Wang, G. Kou, J. Wallenius (Eds). *New state of MCDM in the 21st century – Selected papers of the 20th International Conference on Multiple Criteria Decision Making 2009*. Springer, Heidelberg, Berlin.