

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Strategi Pengembangan

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategeia* (*stratos* = militer, dan *ag* = memimpin), yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli yang bernama Clausewitz., ia menyatakan bahwa strategi merupakan seni pertempuran untuk memenangkan perang. Oleh karena itu tidak mengherankan apabila istilah strategi sering digunakan dalam kancah peperangan. Istilah strategi ini juga pertama kali digunakan di dunia militer. Kata strategi merupakan kata sifat yang menjelaskan implementasi strategi. Secara umum, kita mendefinisikan strategi sebagai cara mencapai tujuan serta memuat suatu rencana jangka panjang dalam mencapai tujuan (Karlina, 2019). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran.

Menurut Rangkuti (2004) Strategi adalah alat yang digunakan untuk mencapai tujuan. Konsep strategi terus berkembang dalam perkembangannya. Ini dapat dilihat dari perbedaan pendapat tentang strategi selama 30 tahun terakhir. Untuk memperjelasnya, kita dapat melihat perubahan berikut:

1. *Chandler (1962)*

Strategi adalah alat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang, tujuan program tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya.

2. *Learned, Christensen, Andrews, dan Guth (1965)*

Memutuskan keberadaan bisnis adalah salah satu fokus strategi karena strategi berfungsi untuk menciptakan keunggulan bersaing.

3. *Argyris (1985), Mintzberg (1979), Steiner dan Miner (1977)*

Strategi adalah reaksi terus-menerus dan adaptif terhadap baik peluang maupun ancaman dari sumber luar maupun faktor internal yang dapat memengaruhi perusahaan.

4. *Andrews (1980), chaffe (1985)*

Strategi memberikan motivasi bagi pihak-pihak yang bertanggung jawab, termasuk, tetapi tidak terbatas pada, pihak-pihak yang memiliki utang,

manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang secara langsung atau tidak langsung menerima keuntungan atau biaya dari tindakan perusahaan.

5. *Hamel dan Prahalad (1995)*

Perencanaan strategis hampir selalu dimulai dari "apa yang dapat terjadi" daripada "apa yang terjadi" karena inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen membutuhkan kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan. Selain itu, strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus yang dirancang berdasarkan harapan pelanggan tentang masa depan.

Menurut Iskandar Wiryokusumo Pengembangan adalah proses pendidikan baik formal maupun non-formal yang dilakukan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab untuk memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan dasar kepribadian yang seimbang, utuh, dan selaras yang terdiri dari pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan bakat, keinginan, dan kemampuan individu tersebut, sebagai bekal untuk terus meningkatkan, meningkatkan, dan mengembangkan diri sendiri, sambil terus berusaha untuk mencapai tujuan yang sama.

## **2.2 Perencanaan Strategis**

Menurut Subekti *et al.*, (2019) Proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis yaitu:

a. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini, tidak hanya pengumpulan data, tetapi juga pengklasifikasian dan praanalisis. Data dibagi menjadi dua kategori: data internal dan eksternal.

b. Tahap Analisis

Setelah mengumpulkan informasi yang memengaruhi kelangsungan usaha, langkah berikutnya adalah memasukkan semua informasi tersebut ke dalam model kuantitatif perumusan strategi. Pada tahap ini, sangat disarankan untuk menggunakan beberapa model sekaligus untuk mendapatkan analisis yang lebih akurat.

c. Tahap Pengambilan Keputusan

Pada tahap ini, alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi adalah matriks Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (SWOT). Matriks ini dapat menjelaskan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman dari sumber luar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan mereka.

## 2.3 Pengembangan Ekonomi Lokal

Pengembangan ekonomi lokal merupakan sebuah proses yang mencakup pembentukan kelembagaan baru, kemunculan industri-industri yang inovatif, peningkatan kapasitas pekerja untuk memproduksi barang yang lebih berkualitas, identifikasi pasar baru, serta pendirian usaha-usaha baru (Mulyana *et al.*, 2017).

Menurut Munir (2007) *dalam* Ari Susanti *et al.*, (2020) Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) merupakan suatu proses yang bertujuan untuk merumuskan kelembagaan pembangunan di tingkat daerah. Proses ini juga fokus pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam menciptakan produk-produk yang berkualitas lebih baik, serta pengembangan industri dan kegiatan usaha pada skala lokal. Sedangkan Menurut Canzanelli (2001) *dalam* Huda, (2020) Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) adalah suatu proses partisipatif yang mendorong dan memfasilitasi para pemangku kepentingan di tingkat lokal untuk meningkatkan daya saing wilayah. Tujuannya adalah untuk membuka lapangan pekerjaan yang layak serta menciptakan kegiatan ekonomi yang berkelanjutan.

### 2.3.1 Konsep Pengembangan Ekonomi Lokal

Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL), yang juga dikenal sebagai Local Economic Development (LED), merupakan suatu konsep pembangunan ekonomi yang selaras dengan pendekatan pengembangan sosial yang diperkenalkan oleh Midgley pada tahun 1995. PEL adalah proses pembangunan ekonomi yang berfokus pada suatu kawasan atau lokasi, yang dilakukan melalui kerjasama antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta (pasar). Tujuan utamanya adalah untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh (Najiyati *et al.*, 2016).

Pembangunan ekonomi lokal tidak bisa dipisahkan dari pembangunan wilayah pedesaan. Pembangunan pedesaan, sebagai suatu konsep, mencakup keseluruhan aspek pembangunan di daerah pedesaan dengan tujuan utama

meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Sebagai sebuah fenomena, pembangunan pedesaan merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor, seperti faktor fisik, teknologi, ekonomi, sosial-budaya, dan kelembagaan. Sebagai strategi, pembangunan pedesaan dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial, terutama bagi kelompok masyarakat yang kurang beruntung, seperti masyarakat miskin (Putri & Putri, 2022).

### **2.3.2 Kopi Sebagai Motor Penggerak Ekonomi Lokal**

Kopi merupakan produk dengan prospek pasar yang cerah, baik di dalam negeri maupun di pasar internasional. Kopi Indonesia, sebagai komoditas strategis, memiliki daya saing yang tinggi dalam memenuhi permintaan global. Dalam beberapa tahun terakhir, kopi sebagai salah satu komoditas di Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan dan semakin populer di kalangan konsumen. Terdapat peluang besar untuk memajukan ekonomi daerah melalui pengembangan industri kopi, terutama di kawasan-kawasan yang menjadi pusat produksi kopi. Potensi ini semakin menggiurkan, terutama setelah penerapan konsep Agropolitan di berbagai wilayah pedesaan di Indonesia (Alpandari *et al.*, 2024).

## **2.4 Tanaman Kopi**

Kopi arabika (*Coffea arabica*) berasal dari Afrika, tepatnya dari daerah pegunungan Etiopia. Sebagian besar konsumsi kopi di dunia berasal dari spesies kopi arabika (70%) dan kopi robusta (26%). Dikembangkan di luar wilayah asalnya, yaitu Yaman selatan di Jazirah Arab, kopi arabika baru dikenal oleh dunia setelah para saudagar Arab menyebarkannya ke berbagai wilayah. Dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi, buah kopi digunakan untuk membuat minuman kopi seperti yang dilakukan saat ini (Rahardjo, 2021).

### **a. Jenis Kopi**

Ada empat tipe kelompok kopi yang diakui, yaitu kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika, dan kopi ekselsa. Kelompok kopi yang diakui memiliki nilai ekonomi dan diperjualbelikan secara komersial, yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Sementara itu, kelompok kopi liberika dan kopi ekselsa kurang bernilai ekonomi serta kurang komersial. Kopi arabika dan kopi robusta menyuplai sebagian besar perdagangan kopi di dunia. Jenis kopi arabika memiliki kualitas

rasa yang tinggi dan kadar kafein yang lebih rendah dibandingkan robusta sehingga harganya lebih mahal. Kualitas rasa dari kopi robusta berada di bawah kopi arabika, tetapi kopi robusta lebih tahan terhadap penyakit karat daun. Dengan demikian, luas area penanaman kopi robusta di Indonesia lebih besar dibandingkan dengan luas area penanaman kopi arabika sehingga produksi kopi robusta lebih tinggi. Area penanaman kopi arabika terbatas pada lahan dataran tinggi di atas 1.000 m dari permukaan laut agar terhindar dari serangan karat daun kopi. Kopi liberika dan kopi ekselsa dikenal memiliki nilai ekonomis dan komersial yang lebih rendah karena mereka memiliki beragam variasi bentuk dan ukuran biji serta kualitas cita rasanya. Proses seleksi terhadap jenis kopi liberika masih mungkin dilakukan untuk membuktikan nilai komersial dan ekonomisnya agar dikenal oleh masyarakat luas. Pohon kopi liberika tumbuh sangat subur di wilayah berkelembapan tinggi dan panas. Di wilayah tersebut, tanaman kopi arabika tidak dapat tumbuh dengan baik dan sangat menderita akibat serangan berbagai hama dan penyakit. Sementara itu, kopi ekselsa dapat tumbuh di wilayah yang panas serta sedikit kering (Rahardjo, 2021).

b. Taksonomi Kopi

Berikut sistem taksonomi kopi arabika secara lengkap menurut (Rahardjo, 2021)

Kingdom	: <i>Plantae</i> (Tumbuhan)
Subkingdom	: <i>Tracheobionta</i> (Tumbuhan berpembuluh)
Super Divisi	: <i>Spermatophyta</i> (Tumbuhan penghasil biji)
Divisi	: <i>Magnoliophyta</i> (Tumbuhan berbunga)
Kelas	: <i>Magnoliopsida</i> (Tumbuhan berkeping dua/dikotil)
Sub Kelas	: <i>Asteridae</i>
Ordo	: <i>Rubiales</i>
Family	: <i>Rubiaceae</i> (Suku kopi-kopian )
Genus	: <i>Coffea</i>
Spesies	: <i>Coffea arabica L.</i>

c. Syarat Tumbuh ( Kesesuaian Lahan )

Menurut Wardana *et al.*, (2023) syarat tumbuh kopi arabika adalah sebagai berikut:

## 1. Tanah

*Bulk density* menunjukkan kepadatan tanah. Jika tanah lebih padat, air lebih sulit diteruskan atau ditembus ke akar tanaman. Tanah yang lebih padat memiliki densitas massa bulk yang lebih besar daripada tanah yang kurang padat. *Bulk density* tanah mineral biasanya berkisar antara 0,1 dan 0,9 gram/cm<sup>3</sup>; tanah organik biasanya berkisar antara 0,1 dan 0,9 gram/cm<sup>3</sup>. *Bulk Density* (BD) adalah bobot padatan (pada kering konstan) dibagi volume total (padatan + pori). BD ideal untuk tanah berkisar antara 1,3 hingga 1,35 g/cm<sup>3</sup>; untuk tanah berpasir, BD berkisar lebih dari 1,65 g/cm<sup>3</sup>; pada tanah geluh dengan kandungan BO sedang hingga tinggi, BD mungkin lebih kecil dari 1 g/cm<sup>3</sup>; dan pada tanah dengan kandungan BO tinggi, BD mungkin lebih rendah dari 1 g/cm<sup>3</sup>. Apabila tanah terlalu liat, ia dapat menyimpan banyak air, tetapi air tidak mudah meresap karena mengalir ke permukaan tanah dan menyebabkan erosi. Sebaliknya, apabila tanah berpasir, air mudah meresap, tetapi tidak dapat disimpan lama karena kelapisan bawahnya akan terinfiltrasi. Oleh karena itu, lempung adalah jenis tanah yang ideal jika tingkat liat, pasir, dan debunya seimbang. Fraksi organik dari tanah, termasuk tumbuhan dan hewan yang tinggal di dalamnya, yang telah rusak sehingga sulit untuk dibedakan dari bahan aslinya, dikenal sebagai bahan organik tanah, digunakan untuk memperbaiki struktur tanah, meningkatkan suhu tanah, meningkatkan kemantapan agregat, meningkatkan kemampuan menyimpan air, dan menurunkan kepekaan tanah terhadap erosi, dan sebagai sumber energi bagi mikroorganisme.

## 2. Ketinggian Tempat

Setiap jenis kopi membutuhkan suhu atau ketinggian tertentu. Misalnya, kopi robusta dapat tumbuh dengan baik pada ketinggian 400-700 mdpl dengan temperatur rata-rata tahunan 20°–24°C, tetapi beberapa jenisnya juga dapat tumbuh dengan baik dan ekonomis pada ketinggian 0–1000 mdpl. Kopi arabika menghendaki ketinggian tempat antara 500 - 1700 m dpl dengan temperatur rata-rata tahunan 17° - 21° C. Jika kopi arabika ditanam di dataran rendah (kurang dari 500 mdpl), produksi dan mutu kopinya biasanya rendah dan mudah terkena penyakit karat daun.

### 3. Iklim

Tanaman kopi adalah salah satu produk perkebunan terkenal di Indonesia. Selama proses budidaya, dari penentuan lokasi untuk budidaya hingga waktu pasca panen, iklim memainkan peran penting dalam keberhasilan budidaya, mempengaruhi kualitas dan kuantitas tanaman. Selama proses budidaya, unsur iklim yang mempengaruhi pertumbuhan budidaya tanaman kopi meliputi kelembaban udara, temperamen, dan tingkat kelembapan udara. Dalam lingkungan tanaman yang ideal, suhu atau suhu yang ekstrim tidak diperlukan. Akibatnya, suhu atau suhu yang ekstrim dapat mengganggu metabolisme tanaman dan mempengaruhi respons pertumbuhannya. Kerusakan yang disebabkan oleh suhu atau suhu yang ekstrim dapat berupa kelaparan (kelaparan), keracunan (keracunan), luka biokimia (luka biokimia) dan hancurnya protein (*protein breakdown*). Dengan mengetahui bagaimana naungan (vegetatif) mempengaruhi intensitas radiasi matahari dan kecepatan angin yang mempengaruhi kelembaban udara tanaman kopi

#### d. Budidaya Tanaman Kopi

##### 1. Penanaman Tanaman Penaung

Tanaman kopi yang digunakan sebagai penaung sepanjang tahun disebut tanaman penaung tetap karena mereka tahan terhadap pemangkasan, memiliki perakaran yang dalam, bukan tanaman inang hama penyakit kopi yang paling umum, dan tidak merontokkan daun pada musim kemarau. Contoh tanaman penaung tetap adalah gamal dan lamtoro. Tanaman penaung tetap, atau lamtoro, ditanam setahun sebelum tanaman kopi. Lamtoro ditanam utara-selatan. Tanaman penaung lamtoro ditanam dengan jarak awal 3 m x 3 m atau 2 m x 2,5 m. Setelah tanaman kopi dewasa, populasinya berkisar antara 250 dan 400 pohon per hektar (Rahardjo, 2021).

##### 2. Pemangkasan Tanaman Kopi

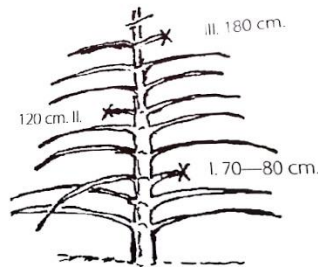
Pemangkasan adalah salah satu tindakan kultur teknis yang selalu dilakukan untuk meningkatkan kesehatan dan produktivitas tanaman kopi. Tindakan ini sangat penting karena berkaitan langsung dengan penyediaan cabang-cabang buah, yang merupakan dasar budidaya tanaman kopi. Pemangkasan tanaman

adalah pemotongan bagian-bagian yang tidak dikehendaki dari tanaman, seperti cabang yang kering, tua, dan tidak berguna (Rahardjo, 2021).

Menurut Rahardjo, (2021) Pemangkasan dibagi menjadi 3 tahap, yaitu :

a. Pemangkasan Bentuk

Saat tanaman kopi muda berumur 1-2 tahun dan belum menghasilkan, pangkasan bentuk dilakukan. Ini dilakukan dengan memenggal batang sekaligus atau secara bertahap serta menyunat beberapa cabang primer.



Gambar 1. Pangkasan Bentuk Pada Tanaman Kopi

Tujuan pemangkasan ini adalah untuk memungkinkan beberapa reproduksi cabang primer tumbuh dari cabang yang disunat untuk membentuk tajuk, atau mahkota pohon. Pemangkasan bentuk untuk tanaman kopi yang tumbuhnya subur dan sehat dilakukan sebagai berikut.

- 1) Pemangkasan batang secara sekaligus pada ketinggian 180 cm dari permukaan tanah.
- 2) Penyunatan tiga cabang primer dilakukan pada ruas ketiga (ditinggalkan dua buku). Cabang primer yang disunat letaknya tersebar ke tiga arah dan ketinggian yang berbeda: 80 cm, 120 cm, dan 180 cm
- 3) Cabang primer yang tidak disunat dibiarkan berbunga dan berbuah. Cabang tersebut dipotong setelah berbuah dua kali.

b. Pemangkasan Produksi

Pangkasan produksi adalah pangkasan yang dibuat pada tanaman yang telah menghasilkan atau berbuah. Pangkasan berat dan ringan terdiri dari wiwil kasar dan halus. Wiwil kasar dilakukan dengan memotong wiwilan (tunas air) yang tidak diperlukan dengan tangan agar ruas yang terpendek

ikut terbuang. Pada musim hujan, pembersihan kasar ini dilakukan setiap bulan sekali, dan pada musim kemarau, pembersihan kasar ini dilakukan dua bulan sekali. Wiwil halus memotong cabang balik, liar, kering, cacing, dan sakit. Wiwil halus ini dilakukan tiga bulan setelah pangkasan berat, dan kemudian dilakukan lagi tiga bulan berikutnya.

Pangkasan berat, juga disebut pangkasan lewat panen atau panglepan, dilakukan segera setelah panen kopi selesai. Cabang tua, sakit, kering, dan tidak berguna dipangkas. Setelah panen, pemangkasan dilakukan secara bersamaan.

c. Pemangkasan Peremajaan (*Rejuvinasi*)

Untuk memperbaiki kondisi tanaman kopi yang telah rusak, pemangkasan peremajaan digunakan. Tujuan dari pemangkasan peremajaan adalah untuk membuat tanaman menjadi lebih baik sehingga mereka dapat meningkatkan produktivitas dan kualitasnya.

Dasar pertimbangan dilakukannya rehabilitasi kebun kopi karena produksi dan mutu hasil biji kopi terlalu rendah. Hal tersebut disebabkan oleh faktor berikut.

- 1) Umur tanaman terlalu tua, tetapi tanaman kopi masih memiliki pertumbuhan batang dan perakaran normal serta sehat.
- 2) Bahan tanaman yang ketinggalan (varietas/klon lama) berasal dari semaian asalan dengan keragaman yang tinggi sehingga mutu hasil juga rendah.
- 3) Populasi tanaman kopi masih cukup lengkap masih di atas 50% dari populasi awal.

3. Pemupukan Tanaman Kopi

Tujuan pemupukan kopi adalah untuk memenuhi kebutuhan unsur hara mikro dan makro. Hara mikro termasuk zink, seng, tembaga, boron, dan kalium, serta hara makro seperti fosfat, kalium, kalsium, dan magnesium. Saat tanaman kopi berada di fase bibit pemupukan, pemupukan dapat dilakukan setiap enam bulan sekali. Berikan 0,5 gram urea, 0,5 gram SP-36, 0,3 gram KCl, dan 0,2 gram kieserit per pohon setiap semester untuk fase bibit. Memupuk bibit dengan membenamkannya atau dilarutkan dalam

air. Dosis 1 gram urea, 2 gram TSP, dan 2 gram KCl diperlukan untuk bibit berumur 1 hingga 3 bulan. Bibit berumur 3 hingga 8 bulan hanya diberi 2 gram urea setiap dua minggu sekali. Sebagai larutan, diberikan dengan kadar 0,2% sebanyak 50-100 mililiter per bibit setiap dua minggu. Tanaman kopi berumur lebih dari satu tahun dipupuk dua kali setahun, pada awal musim hujan dan akhir musim hujan. Pekebun menaburkan pupuk melingkar ke dalam lubang pemupukan 5-10 cm atau 30-50 cm di bawah kanopi kopi. Kemudian, tutup lubang dengan tanah. Tanaman memerlukan unsur hara mikro seperti seng dan boron, yang bertanggung jawab untuk pembentukan polen dan gula. Sejak tanaman berumur satu tahun, pekebun harus mulai memberikan pupuk hayati. Sebaiknya satu minggu sebelum pemupukan kimia diberikan pupuk hayati. (Wardana *et al.*, 2023)

#### 4. Panen Buah Kopi

Panen kopi adalah langkah terakhir dalam proses budidaya tanaman kopi sebelum pengolahan buah kopi menjadi biji kopi kering. Ini harus dilakukan dengan hati-hati agar hanya buah kopi yang masak (yaitu buah kopi merah) yang dipanen dan memiliki kualitas biji yang baik. Buah kopi hijau dan kuning tidak termasuk dalam kategori buah kopi yang masak (Rahardjo, 2021).

##### a. Waktu Panen Kopi

Buah kopi tidak masak pada waktu yang sama. Oleh karena itu, buah kopi merah dipanen secara bertahap dan pada saat yang tepat. Penanaman kopi biasanya dimulai dari Mei hingga September, tergantung pada iklim setempat. Selain iklim, jenis kopi memengaruhi waktu panen kopi, sehingga waktu panen kopi robusta dan arabika berbeda. Untuk Pulau Jawa, panen robusta biasanya sekitar Juli hingga September, sedangkan panen arabika biasanya sekitar Mei hingga Juli (Rahardjo, 2021).

##### b. Cara Panen Kopi

Buah kopi yang telah masak (berwarna merah) dipetik dengan tangan. Semua dompolan buah kopi merah di pohon dipetik satu per satu. Buah

kopi merah yang dipetik kemudian dimasukkan ke dalam keranjang (Rahardjo, 2021).

Menurut Rahardjo, (2021) beberapa istilah yang biasa dijumpai dalam panen buah kopi adalah :

- 1) Petik Bubuk, Petik bubuk adalah petik yang dilakukan sebelum merah buah dipetik. Hama penggerek buah kopi (PBKo) biasanya membuat buah merah cepat. Sebelum dijemur, buah-buah hasil petik bubuk ini direndam dalam air panas.
- 2) Petik Merah, Petik merah hanya memetik buah kopi merah setelah beberapa bulan petik bubuk. Pemanenan ini dilakukan berulang kali, sekitar lima hingga tujuh kali, bahkan kadang-kadang lebih dari sepuluh kali (untuk wilayah yang basah). Interval waktu antara panen adalah antara 10 hingga 20 hari sekali, biasanya 14 hari sekali. Salah satu keuntungan sistem petik merah adalah biji kopi yang dihasilkan berkualitas tinggi dan rendemen biji kopi yang tinggi, masing-masing 22-24% untuk kopi robusta dan 16-18% untuk kopi arabika.
- 3) Petik lelesan, untuk mencegah hama penggerek buah kopi (PBKo/bubuk) mengambil buah yang jatuh di tanah saat dipetik merah.
- 4) Petik Racutan, Petik racutan terjadi pada akhir panen buah kopi setiap tahun, sekitar bulan September. Semua buah kopi sisa tanaman yang masih hijau dipetik (racut). Tujuan petik racutan adalah untuk menghentikan siklus hidup hama penggerek buah kopi. Buah kopi dipetik lelesan setelah dipetik, sehingga tidak ada buah kopi lagi di kebun, baik di pohon maupun di tanah.

## **2.5 Lingkungan Internal dan Eksternal**

Lingkungan internal adalah upaya untuk menemukan kekuatan dan kelemahan bisnis. Kekuatan adalah ketika suatu perusahaan memiliki kemampuan untuk melakukan semua tugasnya dengan baik karena memiliki sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain yang membedakannya dari pesaingnya dan kebutuhan pasar yang dipenuhi atau yang ingin dipenuhi oleh perusahaan. Dengan

kata lain, kekuatan adalah kemampuan unik, atau keunggulan kompetitif, yang memberikan perusahaan keunggulan di pasar. Dalam situasi di mana organisasi memiliki sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara signifikan menghambat kinerja efektifnya, disebut kelemahan (Selian *et al.*, 2021). Faktor Internal terdiri dari kekuatan (kekuatan) dan kelemahan (kelemahan). Faktor internal biasanya mencakup (a) pengalaman berhasil atau gagal, (b) keuangan atau anggaran, (c) sumber daya yang dimiliki, dan (d) kelemahan dan kekuatan. (Sasoko & Mahrudi, 2023).

Lingkungan eksternal merupakan langkah penting dalam mengenali dan memahami peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi (Kusumaningrum & Maulidya, 2024). Dalam analisis SWOT, faktor eksternal terdiri dari peluang (peluang) dan ancaman (ancaman). Faktor eksternal termasuk lingkungan, peraturan, tren, budaya, ideologi, sosial politik, ekonomi, dan peristiwa yang sedang terjadi, anggaran atau modal, dan teknologi baru (Sasoko & Mahrudi, 2023)

## **2.6 Sentra Kopi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia sentra adalah tempat yang terletak di titik pusat (pertanian, industri, kota, dan lain-lain) (KBBI, 2024). Sentra kopi adalah kawasan atau wilayah tertentu yang menjadi pusat produksi dan pengolahan kopi, memiliki potensi alam, sumber daya manusia, serta dukungan infrastruktur yang menunjang kegiatan agribisnis kopi. Menurut Suryana (2003), sentra produksi merupakan wilayah yang secara geografis dan ekonomi memiliki keunggulan dalam menghasilkan suatu komoditas tertentu, yang kemudian menjadi fokus pengembangan ekonomi lokal.

Dalam konteks kopi, sentra ini mencakup aktivitas mulai dari budidaya tanaman kopi, pengolahan pascapanen, hingga pemasaran hasil kopi, baik di tingkat lokal maupun global. Sentra kopi sering kali memiliki ciri khas tersendiri, seperti jenis kopi unggulan, teknik pengolahan tradisional, dan pengakuan sebagai daerah penghasil kopi berkualitas.

## **2.7 Faktor Internal**

Dalam pengkajian ini yang menjadi faktor internal adalah perilaku petani dalam berbudidaya kopi sesuai *Good Agriculture Practice* (GAP), luas lahan,

pengalaman bertani, tingkat pendidikan, umur, sarana yang ada, prasarana yang ada dan kesesuaian lahan.

#### **a. Umur**

Umur merupakan data yang mencakup informasi tentang tanggal, bulan, dan tahun kelahiran seseorang. Informasi ini menunjukkan lama kehidupan seseorang dalam satuan tahun. Usia dapat memengaruhi individu dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, usia juga bisa dijadikan sebagai indikator keberhasilan dalam kegiatan usahatani. Petani yang berada dalam usia produktif umumnya dapat bekerja lebih optimal dibandingkan dengan petani yang telah memasuki usia tidak produktif (Gusti *et al.*, 2022).

#### **b. Tingkat Pendidikan**

Pendidikan adalah proses yang berperan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam menghadapi serta menyelesaikan berbagai permasalahan. Oleh karena itu, tingkat pendidikan formal petani responden berpengaruh terhadap perilaku mereka, yang mencakup aspek pengetahuan, sikap, dan keterampilan dalam mengelola usahatannya, baik dalam diversifikasi pola tanam maupun dalam menjalankan usaha di luar sektor pertanian (Andrie dan Novianty, 2021).

Pendidikan adalah proses yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan seseorang. Tingkat pendidikan mengacu pada jenjang pendidikan formal terakhir yang telah ditempuh, seperti SD, SMP, SMA, atau perguruan tinggi. Pendidikan memiliki peran penting dalam membentuk pola pikir individu. Petani dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki pemikiran yang lebih progresif dibandingkan dengan petani yang memiliki latar belakang pendidikan lebih rendah (Gusti *et al.*, 2022).

#### **c. Luas Lahan**

Menurut Anisa dan Syafitri (2006) dalam Zahara T *et al.*, (2021), pengertian luas lahan adalah luas tanah atau lahan yang digunakan untuk menanam suatu komoditas mencerminkan area yang diperuntukkan bagi budidaya tanaman tersebut. Sementara itu, luas panen merujuk pada lahan yang telah mencapai masa panen. Tanaman yang ditanam secara berulang memiliki siklus panen yang berulang pula, dan akan ditanam kembali apabila hasil panennya tidak mencukupi.

#### **d. Pengalaman Bertani**

Pengalaman merupakan rangkaian peristiwa yang terhubung dan menjadi bagian dari kehidupan seseorang. Pengalaman dapat berfungsi sebagai pembelajaran yang berharga, memberikan bekal untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Selain itu, pengalaman mencakup berbagai kejadian yang dialami individu sepanjang hidupnya, yang dapat diambil hikmahnya dan dijadikan Pelajaran (A. Prasetya & Hidayat, 2020).

Pengalaman bertani merujuk pada durasi waktu yang dihabiskan petani dalam mengelola usahatannya. Petani yang telah lama terjun dalam bidang pertanian umumnya memiliki pemahaman dan wawasan yang lebih mendalam mengenai kondisi lahan dibandingkan dengan petani yang masih baru dalam dunia pertanian (Gusti *et al.*, 2022).

#### **e. Perilaku Petani**

Perilaku merupakan serangkaian aksi atau respons individu terhadap lingkungannya, baik yang berasal dari dalam diri maupun faktor eksternal. Perilaku dapat diamati dari berbagai perspektif orang lain, mencerminkan bagaimana seseorang merespons situasi tertentu. Selain itu, perilaku juga merupakan hasil interaksi berbagai faktor yang saling berkaitan, seperti pola pikir, pengalaman, emosi, dan kondisi biologis yang memengaruhi tindakan seseorang. Adapun beberapa aspek perilaku yaitu,

1. Pengetahuan
2. Sikap
3. Keterampilan

#### **f. Sarana dan Prasarana**

Penyediaan prasarana dan sarana pertanian merupakan bagian dari upaya pembangunan sektor pertanian serta ketahanan pangan nasional yang didasarkan pada prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dan Undang-Undang Dasar Tahun 1945 (UUD 1945). Prasarana yang dimaksud mencakup lahan, sumber daya air, akses jalan, serta alat dan mesin pertanian, sedangkan sarana meliputi benih, pupuk, pestisida, permodalan, dan asuransi pertanian

### **g. Kesesuaian Lahan**

Kesesuaian lahan adalah tingkat kesesuaian sebidang lahan untuk penggunaan tertentu (Yasar *et al.*, 2022). Menurut Hardjowigeno dan Widiatmaka (2007), dalam (Pradana *et al.*, 2013). kesesuaian lahan adalah kecocokan suatu lahan untuk tipe penggunaan lahan (jenis tanaman dan tingkat pengelolaan) tertentu. Kesesuaian lahan dapat dievaluasi berdasarkan kondisi saat ini (kesesuaian lahan aktual) atau setelah dilakukan perbaikan (kesesuaian lahan potensial). Untuk budidaya kopi, lahan yang sesuai memiliki curah hujan antara 1.500 hingga 2.000 mm per tahun, dengan periode kering (<60 mm/bulan) selama 2-3 bulan. Ketinggian yang ideal bervariasi tergantung jenis kopi, yakni 300-500 mdpl untuk kopi liberika dan robusta, serta 1.000-1.500 mdpl untuk kopi arabika. Selain itu, kemiringan lahan yang disarankan adalah 0-8%.

### **2.8 Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan singkatan dari empat aspek utama, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Metode ini digunakan untuk menilai berbagai faktor yang memengaruhi spekulasi bisnis. Beberapa pakar menyatakan bahwa analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis klasik yang menawarkan pendekatan sederhana dalam merumuskan strategi yang tepat. Dengan menggunakan instrumen ini, para praktisi dapat lebih mudah mengidentifikasi potensi yang dapat dimanfaatkan serta aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusan. (Fatimah, 2020).

Analisis SWOT merupakan proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merancang strategi perusahaan. Pendekatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) sekaligus meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) serta ancaman (*Threats*). Pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan visi, misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, perencana strategis (*strategic planner*) perlu menganalisis berbagai faktor dalam kondisi yang ada saat ini, suatu proses yang dikenal sebagai Analisis Situasi. Salah satu model paling populer dalam analisis situasi adalah Analisis SWOT. (Rangkuti, 2004).

### 2.8.1. Faktor Faktor Analisis SWOT

Menurut Fatimah, (2020) analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

#### 1. *Strengths* ( **Kekuatan** )

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor utama, salah satunya adalah *Strengths* atau kekuatan, yang mencerminkan aspek positif dalam suatu organisasi. Faktor kekuatan ini merupakan keunggulan atau kompetensi khusus yang dimiliki oleh organisasi dan menjadi nilai tambah dalam persaingan. Keunggulan ini semakin jelas ketika organisasi memiliki sesuatu yang lebih menonjol dibandingkan para pesaingnya serta mampu memberikan kepuasan bagi stakeholder maupun pelanggan.

#### 2. *Weaknesses* ( **Kelemahan** )

*Weaknesses* merujuk pada kondisi atau aspek yang menjadi kekurangan dalam suatu organisasi. Secara umum, keberadaan kelemahan dalam organisasi adalah hal yang wajar. Namun, yang lebih penting adalah bagaimana organisasi merancang kebijakan yang efektif untuk meminimalkan atau bahkan menghilangkan kelemahan tersebut. Selain itu, kelemahan juga dapat diubah menjadi keunggulan yang unik, yang tidak dimiliki oleh organisasi lain.

#### 3. *Opportunities* ( **Peluang** )

Peluang adalah kondisi eksternal di luar organisasi yang bersifat menguntungkan dan dapat dimanfaatkan untuk mendorong kemajuan perusahaan atau organisasi. Untuk mengidentifikasi peluang yang tersedia, Anda dapat membandingkan analisis internal perusahaan—termasuk kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*)—dengan analisis internal dari para pesaing. Hal ini membantu dalam menentukan faktor eksternal mana yang dapat dijadikan sebagai peluang strategis.

#### 4. *Threats* ( **Tantangan** )

*Threats* atau ancaman merupakan kebalikan dari peluang (*opportunities*). Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi menghambat jalannya suatu organisasi atau perusahaan. Ancaman ini dapat berasal dari berbagai kondisi lingkungan yang kurang menguntungkan bagi organisasi. Jika tidak segera ditangani, ancaman dapat menimbulkan dampak

jangka panjang yang berisiko menjadi hambatan dalam mencapai visi dan misi organisasi atau perusahaan.

Proses analisis SWOT terdiri dari empat kuadran utama, masing-masing dengan strategi yang berbeda sesuai dengan karakteristiknya. Kuadran tersebut mencerminkan kombinasi antara kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*), yang digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengambilan keputusan. Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2, setiap kuadran memiliki pendekatan tersendiri dalam menyusun langkah strategis yang optimal (Rangkuti, 2004).



Gambar 2. Kuadran Analisis SWOT

- a) Kuadran 1 : Situasi ini sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki kombinasi kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan secara optimal. Dalam kondisi ini, strategi yang paling tepat adalah menerapkan kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) untuk memperluas pasar, meningkatkan kapasitas, serta memperkuat posisi perusahaan dalam industri.
- b) Kuadran 2 : Meskipun perusahaan menghadapi berbagai ancaman, masih terdapat kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan. Strategi yang tepat dalam situasi ini adalah menggunakan kekuatan tersebut untuk menangkap peluang jangka panjang melalui strategi diversifikasi, baik dalam pengembangan produk maupun ekspansi

pasar. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengurangi risiko dan tetap kompetitif di tengah tantangan yang ada.

- c) Kuadran 3 : Perusahaan memiliki peluang pasar yang sangat besar, namun masih menghadapi berbagai kendala atau kelemahan internal. Situasi bisnis dalam kuadran ini serupa dengan *Question Mark* dalam matriks BCG ( *Boston Consulting Group* ). Oleh karena itu, strategi utama yang perlu diterapkan adalah mengatasi permasalahan internal agar dapat memanfaatkan peluang pasar secara optimal. Sebagai contoh, Apple pernah menerapkan strategi evaluasi kembali teknologi yang digunakan dengan meluncurkan produk-produk baru di industri *microcomputer*.
- d) Kuadran 4 : Situasi ini sangat merugikan karena perusahaan dihadapkan pada berbagai ancaman eksternal serta kelemahan internal.

## 2.9 Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan pengkajian terhadap hasil penelitian terdahulu sebagai pandangan, acuan, perbandingan implementasi dengan dasar pengayaan teori serta sebagai materi untuk memaksimalkan penelitian yang sedang dilaksanakan dan ini merupakan manfaat dari kajian pustaka. Adapun beberapa hasil pengkajian terdahulu yang relevan terhadap Strategi pengembangan sentra kopi menggunakan analisis SWOT dapat dilihat pada Tabel 4

**Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Metode	Hasil
1	Ahmad Alwi Rafi’u Agastya, Aminah Happy Monontho fa Ariyani ( 2023 )	Strategi Pengembangan Kawasan Agropolitan Komoditas Kopi Di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis SWOT untuk menilai kondisi internal dan eksternal.</li> <li>• Proses Hierarki Analitik (AHP) untuk prioritas strategi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Area kopi agropolitan Wonosalam berada di kuadran III.</li> <li>• Strategi fokus pada memanfaatkan peluang dan mengatasi kelemahan.</li> <li>• Strategi yang direkomendasikan: memberikan informasi pasar kepada petani dan bisnis.</li> </ul>

---

**Lanjutan Tabel 1**

---

2	Bagio, Emmia Tambarta Kembaren, Fadly, Suryadi (2023)	Strategi Pengembangan Bubuk Kopi Gayo di Kabupaten Aceh Tengah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian menggunakan teknik FGD (<i>Focus Group Discussion</i>) untuk pengumpulan data untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.</li> <li>• Studi ini berfokus pada pengembangan strategi untuk produk bubuk kopi Gayo berdasarkan matriks SWOT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Luas perkebunan kopi meningkat dari 717 Ha menjadi 1.337 Ha.</li> <li>• Produksi kopi naik dari 557 ton menjadi 681 ton.</li> <li>• Produktivitas menurun dari 0,78 menjadi 0,49 Ton/Ha.</li> <li>• Analisis SWOT mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal untuk kopi. Analisis AHP menentukan prioritas strategis untuk pembangunan.</li> <li>• Penelitian mengidentifikasi kebutuhan untuk pengembangan produk inovatif dalam kopi Gayo, yang saat ini didominasi oleh penjualan kacang hijau.</li> <li>• Ini menyarankan strategi untuk meningkatkan kehadiran pasar kopi Gayo melalui pameran dan peningkatan praktik produksi.</li> <li>• Studi ini menekankan pentingnya dukungan modal dan penelitian untuk diversifikasi penawaran produk kopi.</li> <li>• Rekomendasi termasuk segmentasi pasar kopi berdasarkan preferensi konsumen dan standarisasi proses sertifikasi.</li> <li>• Makalah ini diakhiri dengan seruan kepada instansi pemerintah untuk membuat peta jalan untuk pengembangan perkebunan kopi nasional.</li> </ul>
3	Dina Yulasty Lamefa, Sukardi, Sapta	Strategi Pengembangan Agroindustri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel yang bertujuan untuk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini mengidentifikasi penurunan produksi kopi robusta di Jember karena kualitas dan tingkat produksi yang lebih rendah</li> </ul>

---

**Lanjutan Tabel 1**

	Raharja (2020)	Kopi di Kabupaten Kerinci	<p>memilih informan utama</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• untuk analisis kualitatif.</li> <li>• Metode strategis termasuk matriks Internal- Eksternal dan analisis SWOT untuk penentuan posisi agribisnis</li> <li>• Proses Hierarki Analitik (AHP) digunakan untuk memprioritaskan strategi.</li> <li>• Metode SWOT mengidentifikasi strategi yang menggabungkan kekuatan dan peluang. Hasil AHP menunjukkan kriteria optimis dan bobot target untuk peningkatan kinerja</li> </ul>	<p>dibandingkan dengan daerah lain.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ini bertujuan untuk meninjau strategi pengembangan untuk agribisnis dalam produksi kopi robusta.</li> <li>• Analisis SWOT memprioritaskan strategi yang menggabungkan kekuatan dan peluang, dengan fokus pada peningkatan produktivitas dan pengembangan agribisnis terintegrasi.</li> <li>• Metode AHP menunjukkan kriteria optimis untuk meningkatkan kinerja sektor pertanian dan meningkatkan produktivitas.</li> </ul>
4	Dwi Nurul Amalia, Rozaina Ningsih (2021)	Strategi Pengembangan <i>Marketing Mix</i> Dengan Analisis Swot Pada Gerai Kopi Liberika Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini menggunakan <i>sampling purposive</i> di outlet kopi Liberika di Tanjung Jabung Barat untuk pengumpulan data.</li> <li>• Data dikumpulkan melalui wawancara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studi ini menganalisis implementasi bauran pemasaran di gerai kopi Liberika, menunjukkan strategi efektif yang ada</li> <li>• Hasil menunjukkan bahwa gerai kopi Liberika telah meningkatkan kualitas yang dirasakan melalui bauran pemasaran 7P yang dijalankan dengan baik.</li> <li>• Penelitian mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui analisis</li> </ul>

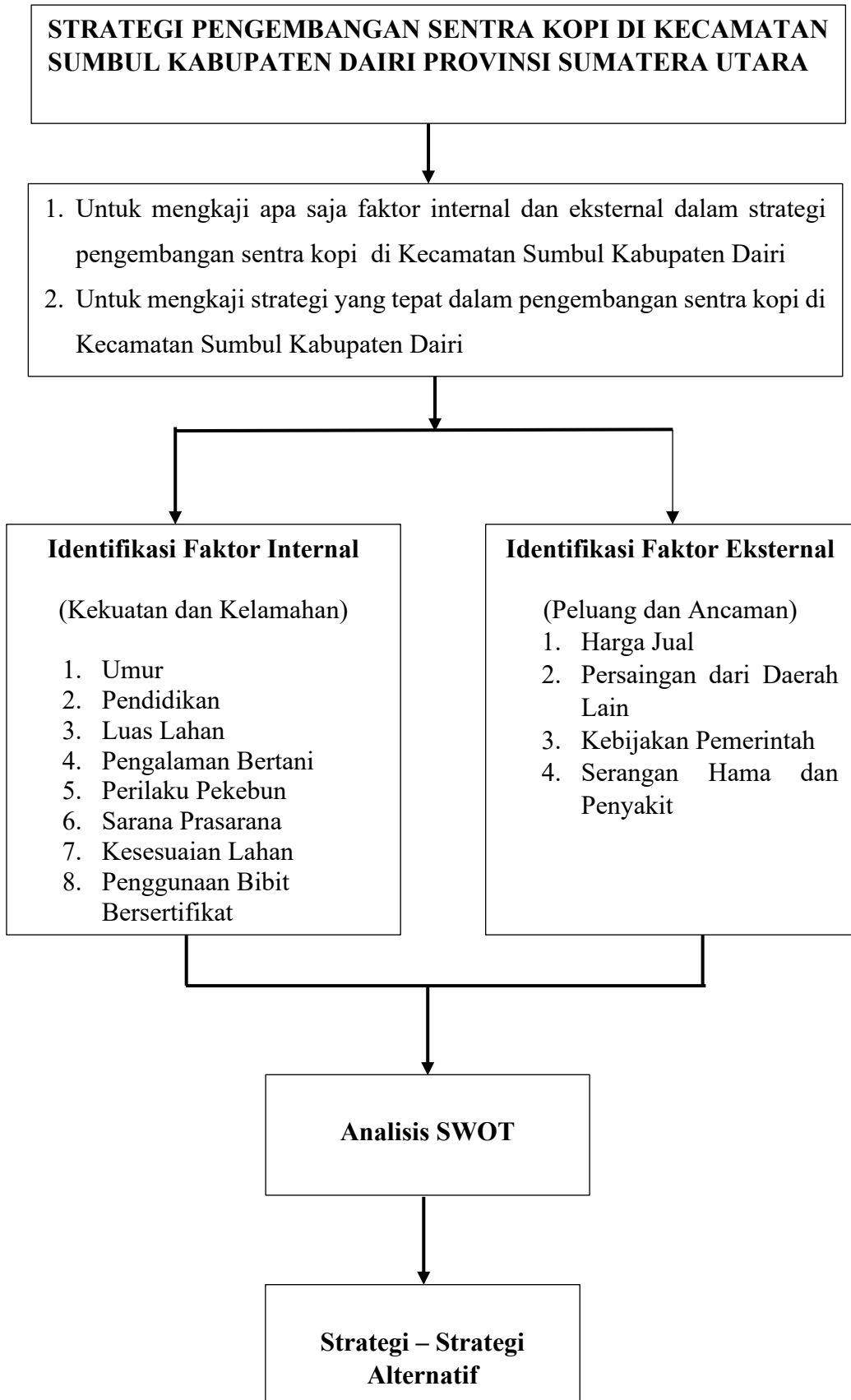
**Lanjutan Tabel 1**

			<p>terstruktur menggunakan kuesioner dan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wawancara mendalam dengan responden.</li> <li>• Penelitian ini menggunakan metode observasi dan survei untuk menganalisis kondisi gerai kopi Liberika Strategi bauran pemasaran dianalisis menggunakan analisis SWOT</li> </ul>	<p>SWOT untuk mengembangkan strategi outlet kopi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umpan balik konsumen menyoroti kepuasan dengan kualitas produk, harga, dan proses layanan di gerai kopi Liberika.</li> </ul>
5	Marina Taropi, Dwi Praptomo Sudjatmiko, Muhammad Nursand (2023)	Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Di Desa Karang Sidemen Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menganalisis data tanpa menggeneralisasi kesimpulan.</li> <li>• Teknik pengumpulan data meliputi survei, wawancara, kuesioner, dan pengamatan.</li> <li>• Analisis menggunakan analisis SWOT.</li> <li>• Responden dipilih menggunakan pengambilan sampel kuota, berjumlah 30 petani kopi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studi ini mengidentifikasi kekuatan internal seperti kopi berkualitas tinggi dan kondisi pertumbuhan yang sesuai.</li> <li>• Kelemahan termasuk kopi yang belum diproses dan penggunaan teknologi yang terbatas.</li> <li>• Peluang eksternal terdiri dari harga kopi yang stabil dan meningkatnya permintaan pasar. Ancaman termasuk serangan hama dan kondisi cuaca yang tidak dapat diprediksi.</li> <li>• Strategi utama yang diusulkan fokus pada peningkatan produksi dan peningkatan kualitas kopi.</li> </ul>

## **2.10 Kerangka Pikir**

Kerangka pikir penelitian merupakan tahapan pemikiran secara kronologis dalam menjawab atau menyelesaikan pokok permasalahan penelitian berdasarkan pemahaman teori dan konsep-konsep dalam bentuk bagan alir yang disertai dengan penjelasan singkat mengenai bagan tersebut (Arif, 2017).

Menurut Sugiyono, (2019), kerangka pikir ini adalah model yang masuk akal tentang bagaimana hipotesis terhubung dengan elemen berbeda yang telah diakui sebagai masalah signifikan. Perencanaan sistem mengharapkan untuk bekerja dengan tugas terakhir. Kerangka pikir adalah bagaimana pengkaji menjelaskan dalam bentuk diagram/gambar pengaruh antara konsep/variabel yang telah dikemukakan. Kerangka pikir ini disusun berdasarkan kepada tinjauan pustaka dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dan terkait. Kerangka pikir dalam pengkajian strategi pengembangan sentra kopi menggunakan analisis SWOT di Kecamatan Sumbul Kabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara adalah sebagai berikut.



Gambar 3. Kerangka Pikir