

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Kopi

Kopi (*Coffea sp*) adalah salah satu komoditas perkebunan Indonesia yang selalu diminati tidak hanya oleh masyarakat dalam negeri namun juga oleh masyarakat luar negeri sehingga pasar terbuka lebar. Tanaman kopi berasal dari negara Ethiopia di Benua Afrika. Kopi mulai diperkenalkan di dunia pada abad ke-17 di India. Kemudian menyebar ke Benua Eropa dan dilanjutkan ke negara lain termasuk Indonesia. Tanaman kopi secara garis besar dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu: kopi robusta, kopi arabika, dan kopi liberika. Kopi arabika (*Coffea arabica*) adalah kopi yang paling baik mutu cita rasanya. Tanda-tandanya adalah biji picak dan daun hijau tua dan berombak-ombak. Kopi arabika (*Coffea arabica*) banyak ditanam pada ketinggian 1000 mdpl (Nurawan *et al.*, 2022).

Menurut Permentan No 49 Tahun 2014 tentang Pedoman Teknis Budidaya Kopi yang Baik (GAP), terdapat beberapa syarat tumbuh pada tanaman kopi arabika yakni, sebagai berikut:

a. Iklim

- Tinggi tempat 1.000 s/d. 2.000 mdpl.
- Curah hujan 1.250 s/d. 2.500 mm/th.
- Bulan kering (curah hujan < 60 mm/bulan) 1-3 bulan.
- Suhu udara rata-rata 15-25 °C.

b. Tanah

- Kemiringan tanah kurang dari 30 %.
- Kedalaman tanah efektif lebih dari 100 cm.
- Tekstur tanah berlempung (loamy) dengan struktur tanah lapisan atas remah.

c. Sifat kimia tanah (terutama pada lapisan 0-30 cm) :

- Kadar bahan organik > 3,5% atau kadar C > 2%.
- Nisbah C/N antara 10-12.
- Kapasitas Pertukaran Kation (KPK) > 15 me/100 g tanah.

- Kejenuhan basa > 35%.
- Ph tanah 5,5-6,5.
- Kadar unsur hara N, P, K, Ca, Mg cukup sampai tinggi

2.1.1.1. Teknik Budidaya Kopi Sesuai GAP

1. Persiapan Lahan

Menurut Permentan No 49 Tahun 2014 tentang Pedoman Teknis Budidaya Kopi yang Baik (GAP) dalam melakukan persiapan lahan ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Pertama, yaitu pembukaan lahan, dilakukan dengan membongkar pohon-pohon, tunggul, akar dan membersihkan gulma. Kemudian dikumpulkan dan ditumpuk disatu tempat dipinggir lahan. Pembersihan gulma dapat dilakukan secara manual atau kimiawi menggunakan herbisida secara bijaksana. Kemudian lakukan pembuatan jalan dan saluran drainase serta pembuatan teras pada lahan yang memiliki kemiringan lebih dari 30%.

Kedua, pertimbangkan jarak tanam dan ukuran lubang tanam. Jarak tanam untuk tanaman kopi Arabika bervariasi tergantung pada jenisnya. Secara umum, jarak tanam yang umum digunakan adalah 2x1,5 m, 2,5x2,5 m, atau 3x2 m. Saat menyiapkan lubang tanam, lubang tersebut harus digali enam bulan sebelum penanaman. Ukuran ideal lubang tanam adalah 60 cm x 60 cm di permukaan dan 40 cm x 40 cm di dasar, dengan kedalaman 60 cm. Lubang tanam harus disiapkan enam bulan sebelum musim tanam. Tanah yang digali harus dijemur di bawah sinar matahari untuk membunuh mikroorganisme.

Ketiga, tujuan dari lubang rorak adalah untuk mengumpulkan dan menyerap aliran air permukaan ke dalam tanah, memperlambat laju aliran permukaan, dan berfungsi sebagai media penyimpanan bahan organik, yang merupakan sumber nutrisi bagi tanaman. Rorak dibuat setelah benih ditanam di ladang, dengan jarak 40-60 cm dari batang pohon kopi, berukuran panjang 120 cm, lebar 40 cm, dan kedalaman 40 cm.

Keempat, penanaman tanaman penabung bermanfaat bagi tanaman kopi yakni untuk mengurangi intensitas cahaya matahari agar tidak terlalu panas, mengurangi perbedaan temperatur antara siang dan malam, menjaga iklim mikro lebih stabil, sumber bahan organik, penahan angin dan erosi, serta meningkatkan

kualitas kopi. Pohon penaung harus memenuhi beberapa kriteria, seperti sistem perakaran yang dalam, percabangan yang mudah diatur, serta daun berukuran kecil yang tidak mudah rontok agar cahaya tersebar merata. Selain itu, sebaiknya termasuk leguminosa berumur panjang, menghasilkan banyak bahan organik, dan dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak tanpa mengandung senyawa alelopati atau menjadi inang hama penyakit kopi. Tanaman penaung yang biasa digunakan untuk kopi yaitu lamtoro (*Leucaena spp*), gamal (*Gliricidia sepium*), dadap (*Egthrina sp.*) dan sengon (*Paraserianthes falcataria*).

2. Pemupukan

Pemupukan berperan penting dalam meningkatkan ketahanan tanaman terhadap kondisi ekstrem seperti kekeringan atau pembuahan berlebihan, sekaligus meningkatkan produktivitas dan kualitas hasil kopi secara berkelanjutan. Kebutuhan pupuk bervariasi tergantung lokasi, fase pertumbuhan, dan varietas, dengan dua jenis utama yaitu organik (kompos/pupuk kandang 10-20 kg/pohon/tahun) dan anorganik. Aplikasinya harus memenuhi prinsip ketepatan waktu, jenis, dosis, dan metode—khususnya pupuk organik yang sangat efektif di tanah dengan bahan organik rendah (<3.5%). Pemupukan dilakukan dua kali setahun (awal dan akhir musim hujan), atau lebih sering di daerah basah untuk mencegah pencucian hara. Untuk pupuk tablet lepas lambat (PMLT), cukup diberikan sekali setahun.

Pemupukan jangan dilakukan saat hujan karena dapat tercuci oleh aliran air hujan sebelum tanaman mampu memanfaatkannya. Pekebun menaburkan pupuk melingkar dibawah kanopi kopi atau 30-50 cm dari batang kopi, kedalam lubang pemupukan 5-10 cm kemudian ditutup kembali dengan tanah. Pekebun sebaiknya memberikan pupuk hayati sejak tanaman berumur 1 tahun. Waktu pemberian pupuk hayati sebaiknya 1 minggu sebelum pemupukan kimia (Hendrawan *et al.*, 2022).

3. Pemangkasan

Dalam budidaya kopi di Indonesia, sistem pemangkasan batang tunggal lebih umum diaplikasikan dibanding batang ganda karena berbagai keunggulannya, seperti mempertahankan tinggi tanaman yang optimal untuk perawatan, merangsang regenerasi cabang produktif secara berkesinambungan, serta

meningkatkan penetrasi cahaya dan sirkulasi udara dalam kanopi. Sistem ini juga meminimalkan fluktuasi produksi (*biennial bearing*) dan risiko kematian tanaman akibat *overbearing die-back*, sekaligus meningkatkan ketahanan terhadap kekeringan.

Pemangkasan pada tanaman kopi Arabika terdiri dari 2 jenis, yaitu pangkas bentuk dan pangkas pemeliharaan. Adapun cara melakukan pemangkasan bentuk untuk teknik pembentukannya dimulai dengan memangkas batang utama setinggi 1 meter pada fase TBM/TM I, diikuti pemotongan tiga cabang primer (80-100 cm) sebagai "Etape I" dengan menyisakan ruas 2-3. Tunas yang tumbuh kemudian diseleksi, sementara wiwilan di batang dibuang untuk memperkuat struktur. Tahap selanjutnya melibatkan pembentukan "Etape II" (120-140 cm) dan "Etape III" (160-180 cm) dengan pola mirip logo *Mercedes Benz (Merici)*.

Adapun pemangkasan lewat panen/pemeliharaan bertujuan untuk mempertahankan keseimbangan kerangka tanaman yang diperoleh dari pangkasan bentuk dengan cara menghilangkan cabang-cabang tidak produktif. Untuk pangkasan pemeliharaan, fokusnya pada penghilangan cabang tidak produktif (cabang tua, balik, liar, atau terserang hama) sambil mempertahankan selektif cabang B3, dengan teknik pemotongan dekat batang pada ruas bertunas.

4. Pengendalian hama dan penyakit

Rendahnya produktivitas kopi antara lain disebabkan oleh serangan Organisme Pengganggu Tanaman (OPT). Serangan OPT dapat menimbulkan kerugian secara ekonomis baik kualitas maupun kuantitas. Pengendalian Hama Terpadu (PHT) pada tanaman kopi meliputi penanganan nematoda parasit yang ditandai gejala kerdil, daun menguning, dan pembusukan akar. Untuk pencegahan, disarankan menggunakan varietas yang tahan hama.

Sedangkan tanaman terserang dapat diatasi dengan pupuk kandang (10 kg/pohon/6 bulan) dan aplikasi jamur *Paecilomyces lilacinus strain 251* (20 g/pohon/6 bulan). Penggerek Buah Kopi (PBKo) dikendalikan melalui metode kultur teknis seperti petik bubuk (memetik buah terserang 15-30 hari sebelum panen), lelesan (memungut buah jatuh), dan racutan (pemetikan total akhir musim). Pengaturan naungan dan penggunaan agen hayati *Beauveria bassiana* (2,5 kg biakan padat/ha atau 100 g spora/ha, 3x aplikasi/musim) juga efektif. Untuk

penyakit karat daun, penggunaan varietas tahan penyakit dikombinasikan dengan pemupukan berimbang dan manajemen kanopi menjadi solusi berkelanjutan.

5. Pemanenan

Kualitas biji kopi yang optimal diperoleh dari buah yang sehat, bernas, dan dipetik saat matang sempurna (petik merah), ditandai dengan perubahan warna kulit menjadi merah tua. Buah matang memiliki karakteristik daging buah yang lunak, berlendir, serta kandungan gula tinggi yang memberikan rasa manis, berbeda dengan buah muda yang masih keras dan kurang manis akibat kadar gula yang belum maksimal. Proses pematangan berlebihan justru mengurangi lendir karena terjadi penguraian senyawa gula dan pektin secara alami.

Secara teknis, panen buah merah memberikan berbagai keunggulan seperti kemudahan pengupasan kulit, rendemen lebih tinggi, biji lebih bernas dan berukuran besar, waktu pengeringan lebih singkat, serta mutu fisik dan cita rasa yang lebih unggul. Sebaliknya, panen buah hijau/kuning (belum matang) atau buah hitam (terlalu matang) akan menurunkan kualitas fisik dan rasa. Setelah dipanen, buah kopi harus segera diolah karena penundaan pengolahan berdampak signifikan terhadap penurunan mutu.

2.1.2 Strategi Pengembangan

Strategi merupakan cara-cara yang berkaitan dengan adanya pelaksanaan gagasan atau perencanaan serta implementasi melalui kegiatan-kegiatan yang berada dalam kurun waktu tertentu (Putra dalam Nur Safitri *et al.*, 2023). Istilah strategi juga dapat diartikan sebagai rencana berskala besar dan berorientasi jangka panjang untuk mencapai tujuan perusahaan (Pearce II & Robinson dalam Nur Safitri *et al.*, 2023).

Menurut Rangkuti (2009) Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang dalam beberapa tahun. Berikut beberapa konsep strategi menurut para ahli :

1. *Chandler (1962)* mengatakan strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

2. *Agryris (1985), Mintzberg (1979), Steiner dan Miner (1977)* Strategi didefinisikan sebagai respons yang berkelanjutan dan adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal, serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.
3. *Porter (1985)* menyampaikan bahwa strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.
4. *Hamel dan Prahalad (1995)* Arti strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (berkelanjutan dan terus meningkat) berdasarkan perspektif apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Oleh karena itu, perencanaan strategis hampir selalu dimulai dari “apa yang mungkin terjadi,” bukan “apa yang telah terjadi.” Kecepatan inovasi pasar yang cepat dan perubahan pola konsumsi konsumen menuntut kompetensi inti dalam bisnis.

Strategi pengembangan adalah serangkaian tindakan yang memerlukan keputusan dari manajemen puncak agar dapat diimplementasikan. Selain itu, strategi pengembangan memengaruhi masa depan jangka panjang suatu organisasi, biasanya setidaknya selama lima tahun. Oleh karena itu, strategi pengembangan secara alami berorientasi pada masa depan. Strategi ini memiliki fungsi formulasi dan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh perusahaan, David (2004) dalam Afridhal (2017).

2.1.2.1 Perencanaan Strategi

Menurut Rangkuti (2009) Perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan memanfaatkan peluang yang ada. Proses menganalisis, merumuskan, dan mengevaluasi strategi-strategi ini disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal mereka secara objektif, sehingga mereka dapat mengantisipasi perubahan dalam lingkungan eksternal. Dalam proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis (Subekti *et al.*, 2019) yaitu:

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini tidak hanya melibatkan pengumpulan data, tetapi juga pengelompokan data dan analisis awal. Pada tahap ini, data dibagi menjadi dua kategori: eksternal dan internal.

2. Tahap Analisis

Setelah mengumpulkan informasi yang memengaruhi kelangsungan bisnis, tahap berikutnya melibatkan penggunaan semua informasi ini dalam model kuantitatif untuk merumuskan strategi. Penggunaan beberapa model secara bersamaan pada tahap ini akan memberikan analisis yang lebih lengkap dan akurat.

3. Tahap Pengambilan Keputusan

Alat yang digunakan untuk mengompilasi faktor-faktor strategis pada tahap ini adalah matriks SWOT. Matriks ini secara jelas menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat diselaraskan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Berbagai alternatif strategis akan diidentifikasi pada tahap ini, dan strategi akhir akan diputuskan.

2.1.3 Lingkungan internal dan eksternal

Lingkungan eksternal adalah sekelompok faktor atau kondisi yang berada diluar organisasi tetapi mempengaruhi dalam beberapa hal. Kondisi yang dimaksud bisa yang berkaitan dengan regulasi, pergerakan pesaing, situasi ekonomi dan permintaan *stake holder* (Riyanto, 2021). Mengenali dan memahami peluang dan ancaman yang dihadapi oleh suatu organisasi merupakan langkah penting dalam menganalisis lingkungan eksternal (Kusumaningrum dan Maulidya, 2024). Untuk mengidentifikasi faktor-faktor ini, pertimbangkan lingkungan, peraturan, tren, budaya, ideologi, politik sosial, ekonomi, peristiwa terkini, dan perkembangan teknologi (Sasoko dan Mahrudi, 2023).

Lingkungan internal merupakan sistem sosial yang terdiri dari beberapa komponen yang berasal dari dalam organisasi. Komponen-komponen ini meliputi sumber daya manusia dan non-manusia, serta organisasi itu sendiri. Lingkungan internal mempengaruhi hasil kinerja dan menentukan keberlanjutan organisasi di masa depan (Selian *et al.*, 2021).

Amirullah dalam Selian *et al.* (2021) juga menjelaskan bahwa lingkungan internal terdiri dari faktor-faktor di dalam organisasi yang mencerminkan kekuatan dan kelemahannya. Dengan mengidentifikasi hal ini, setiap organisasi dapat merencanakan strategi untuk bersaing melalui keunggulan organisasional. Kekuatan dan kelemahan ini dapat berupa sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain yang dimiliki organisasi dibandingkan pesaingnya dan yang memenuhi kebutuhan pasar yang ingin dilayani.

2.1.3.1 Karakteristik Pekebun

1. Umur

informasi tentang tanggal, bulan, dan tahun kelahiran seseorang. Hal ini menunjukkan berapa lama seseorang telah hidup. Usia dapat memengaruhi pengambilan keputusan seseorang. Usia juga dapat menjadi acuan untuk keberhasilan aktivitas pertanian. Petani yang berada dalam usia produktif cenderung bekerja lebih efisien daripada mereka yang sudah tidak berada dalam usia produktif (Gusti *et al.*, 2021).

2. Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan individu. Tingkat pendidikan merujuk pada tingkat pendidikan formal tertinggi yang dicapai, seperti sekolah dasar, sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas, dan pendidikan tinggi. Pendidikan dapat secara signifikan mempengaruhi cara berpikir seseorang. Petani dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung berpikir lebih maju dibandingkan dengan petani yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah (Gusti *et al.*, 2021).

3. Pengalaman Bertani

Pengalaman bertani merupakan lama waktu yang digunakan petani dalam menekuni usaha usahatani. Petani yang sudah lama berkecimpung dalam kegiatan berusahatani biasanya memiliki pemahaman dan pengetahuan mengenai kondisi lahan yang lebih baik dibandingkan dengan petani yang baru saja berkecimpung dalam dunia pertanian. Seperti yang disampaikan oleh Agatha dan Wulandari dalam Gusti *et al.* (2021) Petani yang memiliki pengalaman bertahun-tahun dalam kegiatan pertanian akan lebih selektif dan teliti dalam memilih inovasi

mana yang akan diterapkan, serta lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan terkait kegiatan pertanian mereka. Namun, petani yang kurang berpengalaman cenderung mengambil keputusan lebih cepat karena mereka biasanya lebih bersedia mengambil risiko.

4. Luas Lahan

Secara umum, dikatakan bahwa semakin luas area lahan yang diolah atau ditanami, semakin besar produksi yang dihasilkan oleh lahan tersebut. Pengaruh luas lahan melampaui tingkat efisiensi pertanian dan berdampak pada upaya transfer dan penerapan teknologi dalam pengembangan pertanian. Jika kepemilikan lahan terfragmentasi menjadi petak-petak kecil, akan sulit untuk melaksanakan upaya pengembangan pertanian. Petani umumnya memiliki kendali yang lebih besar atas tanah mereka dibandingkan saat bekerja berdasarkan keputusan kolektif. Hal ini berarti kurangnya motivasi untuk bekerja sama dan mengambil risiko menyebabkan petani bertindak secara mandiri (Rozi *et al.*, 2020).

2.1.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau usaha bisnis. Empat faktor yang dipertimbangkan merupakan komponen utama dari analisis ini, dan secara kolektif membentuk akronim yang kita kenal, SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman). Teknik analisis ini dikembangkan oleh seorang pemimpin proyek penelitian di Universitas Stanford bernama Albert Humphrey (Sasoko dan Mahrudi, 2023).

Analisis SWOT adalah sebuah alat pengidentifikasi berbagai faktor bekerja secara sistematis untuk merumuskan strategi-strategi yang ada pada perusahaan. Berbagai situasi dan kondisi akan dihadapi oleh perusahaan baik itu secara internal maupun eksternal sehingga hal itu harus dapat dijadikan solusi bagi perusahaan untuk merancang dan menentukan perencanaan strategis untuk menyusun sistem pemasaran yang relatif mempunyai daya guna serta tepat guna (Hidayat, 2021).

Analisis SWOT berfokus pada kondisi internal dan eksternal dalam suatu organisasi, yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan

rencana kerja (Rafi dan Ariyani, 2023). Tujuan analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama suatu perusahaan atau organisasi (Sasoko dan Mahrudi, 2023).

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan didefinisikan sebagai keunggulan tersendiri yang memberikan nilai tambah bagi suatu perusahaan atau lembaga dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan atau lembaga dapat dianggap kuat jika menunjukkan lima indikator kunci: fondasi pemasaran yang kokoh, struktur keuangan yang baik, kapasitas produksi yang memadai, potensi pertumbuhan, dan sumber daya manusia yang efisien (Cipta dan Hatamar, 2020).

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan diidentifikasi oleh ketidakhadiran kompetensi dan dapat digambarkan sebagai hal yang merugikan. Memahami kelemahan suatu perusahaan atau lembaga sama pentingnya dengan mengidentifikasi kekuatannya, karena kemampuan suatu perusahaan atau lembaga untuk bersaing dengan pesaingnya tidak dapat didasarkan pada kelemahannya, melainkan pada kekuatannya. Oleh karena itu, kelemahan harus diidentifikasi sedini mungkin agar dapat diatasi dan berpotensi diubah menjadi kekuatan (Cipta dan Hatamar, 2020).

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah kondisi yang menguntungkan yang memungkinkan suatu perusahaan atau lembaga untuk mencapai tujuannya. Sama halnya dengan kekuatan, peluang merupakan aspek positif yang dapat dimaksimalkan untuk mengembangkan strategi dalam mencapai tujuan. Peluang muncul dari kondisi eksternal yang memungkinkan perusahaan atau lembaga untuk memanfaatkan kekuatan mereka dalam mencapai tujuan yang menguntungkan (Cipta dan Hatamar, 2020).

4. Ancaman (*Threat*)

Ancaman adalah situasi yang tidak menguntungkan yang mengancam aktivitas suatu perusahaan atau lembaga. Karena sifatnya, ancaman harus dihindari karena dapat menimbulkan risiko yang berpotensi menyebabkan kegagalan. Kemunculan ancaman dapat mengurangi efektivitas dan efisiensi perusahaan dan lembaga (Cipta dan Hatamar, 2020).

Proses analisis SWOT dibagi menjadi empat kuadran utama, masing-masing dengan strategi yang berbeda (Rangkuti, 2009). Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

- a) Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan memiliki sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang tepat dalam situasi ini adalah kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*).
- b) Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang direkomendasikan adalah memanfaatkan kekuatan tersebut untuk memanfaatkan peluang jangka panjang melalui strategi diversifikasi (produk/pasar).
- c) Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi juga menghadapi beberapa hambatan dan kelemahan internal. Kondisi bisnis di Kuadran 3 mirip dengan kategori *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategis perusahaan adalah meminimalkan masalah internal agar dapat memanfaatkan peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi tinjauan teknologi, menawarkan produk baru di industri *mikrokomputer*.
- d) Kuadran 4 : Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan karena perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

2.1.4.1 Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal suatu perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan bagaimana suatu perusahaan dapat beradaptasi dengan peluang dan ancaman eksternal menggunakan kekuatan dan kelemahannya. Matriks ini menghasilkan empat kelompok alternatif strategis yang mungkin. Dengan kata lain, matriks ini dapat digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dan kebijakan di dalam perusahaan (Kamaluddin, 2020).

2.2 Hasil Pengkajian Terdahulu

Pengkajian terdahulu adalah kajian yang berakaitan atau relevan dengan pengkajian ini. Fungsi dari pengkajian terdahulu adalah sebagai bahan rujukan untuk menyediakan referensi dalam membandingkan dan mengkaji hasil penelitian serupa, serta menganalisis hasil berdasarkan variabel, indikator, dan metode yang digunakan. Hasil kajian sebelumnya disajikan dalam Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Pengkajian Terdahulu

| No. | Judul | Faktor-faktor yang dikaji | Hasil |
|-----|---|---|---|
| 1 | Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Robusta (<i>Coffea Canephora</i>) di Desa Ratau Balai Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar (Asrori <i>et al.</i> , 2023). | 1. Faktor internal : a) Kekuatan :Lahan luas. Kualitas biji baik. Cita rasa khas. Tingginya permintaan pasar. b) kelemahan : Modal terbatas. Kurangnya pengetahuan teknologi pertanian. Infrastruktur belum memadai. Akses pelatihan minim. Produksi belum optimal. 2. Faktor eksternal : a) peluang : Permintaan pasar terus meningkat. Potensi ekspor besar. Dukungan pemerintah. Potensi budidaya kopi robusta yang besar. b) ancaman : Perubahan iklim ekstrem. Persaingan dari daerah lain. Serangan hama dan | Dari analisis faktor internal dan eksternal, disimpulkan bahwa: Strategi pengembangan diperlukan untuk meningkatkan produksi, akses pasar, dan kualitas kopi. Peningkatan pelatihan dan penggunaan teknologi modern penting untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Dukungan pemerintah dan penyuluhan yang lebih baik diperlukan untuk memaksimalkan |

Lanjutan Tabel 1.

| No. | Judul | Faktor-faktor yang dikaji | Hasil |
|-----|--|---|---|
| | | penyakit. Fluktuasi harga kopi yang tidak stabil. | potensi usahatani kopi robusta di Desa Rantau Balai. |
| 2 | Analisis Strategi Pengembangan Usahatani Agribisnis Kopi (Studi Kasus : Kopi Arabika Enrekang) (Alfin <i>et al.</i> , 2024). | 1. Faktor internal : a) Kekuatan : Cita rasa kopi khas, iklim ideal, proses pengolahan unik, ketersediaan lahan. b) kelemahan : Teknologi pertanian manual. Kurangnya pemupukan karena biaya yang tinggi. Pemeliharaan tanaman yang rendah. Jaringan pemasaran yang terbatas. 2. Faktor eksternal : a) peluang : Aksesibilitas ke daerah penghasil kopi mudah, Permintaan kopi tinggi. Kualitas kopi yang dihasilkan. Pasar domestik dan internasional yang luas. b) ancaman : Persaingan dari daerah lain. Fluktuasi iklim yang tidak dapat diprediksi. Harga kopi yang rendah. | Analisis SWOT : Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan > Kelemahan, dan peluang > ancaman, menunjukkan potensi pertumbuhan usahatani kopi arabika di Dusun Karang. Strategi Pengembangan : Manfaatkan lahan dan iklim untuk meningkatkan produksi dan kualitas. Tingkatkan promosi dengan menonjolkan proses pengolahan dan cita rasa khas kepada wisatawan. |
| 3 | Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika di Kabupaten Simalungun (Siadari <i>et al.</i> , 2020). | SDM: Peningkatan kapasitas pelaku agribisnis kopi. b) Budidaya: Penerapan teknik budidaya sesuai GAP. c) Pengolahan Pascapanen: Penanganan hasil panen untuk meningkatkan kualitas. d) Pemasaran: Strategi pemasaran untuk perluasan jaringan dan branding. e) Kelembagaan: | Prioritas Strategi: Peningkatan kapasitas SDM sebagai prioritas utama. Analisis AHP: Gunakan metode Analytic Hierarchy Process (AHP) untuk menentukan prioritas strategi dan subkriteria. Konsistensi Data: Nilai inkonsistensi \leq |

Lanjutan Tabel 1.

| No. | Judul | Faktor-faktor yang dikaji | Hasil |
|-----|--|---|--|
| | | Efektivitas lembaga terkait agribisnis. | 0,1 menunjukkan Rekomendasi: Kembangkan model pelatihan, penyuluhan, dan dukungan kelembagaan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing kopi arabika. |
| 4 | Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Arabika Di Kecamatan Ronggur Nihuta Kabupaten Samosir (Ginting <i>et al.</i> , 2024). | Faktor internal : a) kekuatan : lahan, bibit, sarana-prasarana, modal dan pengalaman bertani tersedia. b) kelemahan : modal terbatas, pengetahuan SDM kurang, akses transportasi belum memadai. 2. Faktor eksternal : a) peluang : letak geografis strategis, harga stabil, pasar tersedia, permintaan tinggi. b) ancaman : persaingan produk kopi daerah lain, perubahan iklim, minimnya penyuluhan. | Kekuatan pengembangan usahatani kopi meliputi ketersediaan lahan dan pengalaman bertani. Peluangnya ditunjukkan oleh kondisi geografis yang mendukung dan permintaan kopi yang tinggi. Strategi yang direkomendasikan mencakup: Pemanfaatan lahan secara optimal. Peningkatan pengetahuan pemeliharaan kopi. Penggunaan bibit unggul dan teknologi. Implikasi penelitian: Peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani, serta perlunya peran penyuluh pertanian dalam pendampingan. |

Lanjutan Tabel 1.

| No. | Judul | Faktor-faktor yang dikaji | Hasil |
|-----|---|---|---|
| 5 | Strategi Pengembangan Usahatani Kopi di Desa Karang Sidemen Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah (Taropi <i>et al.</i> , 2023). | kurang penguasaan teknologi. Faktor eksternal : a) Peluang : harga stabil, lokasi dekat wisata, tenaga kerja tersedia, permintaan pasar naik, potensi lahan besar. b) ancaman : serangan hama dan penyakit, cuaca tidak menentu, penyuluh pertanian terbatas, pesaing berkembang. | Analisis SWOT: Kopi robusta di Lembang berpotensi besar, tetapi perlu peningkatan kualitas. Rekomendasi Kebijakan: Perkuat subsistem hulu, budidaya, dan hilir untuk menciptakan nilai tambah. Pendampingan Petani: Rutin dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan pengetahuan petani tentang budidaya dan pemasaran. Pemberdayaan Koperasi: Dorong petani memanfaatkan koperasi untuk harga jual yang lebih kompetitif. Peningkatan Pendapatan: Stabilitas harga melalui kemitraan jelas akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani. |

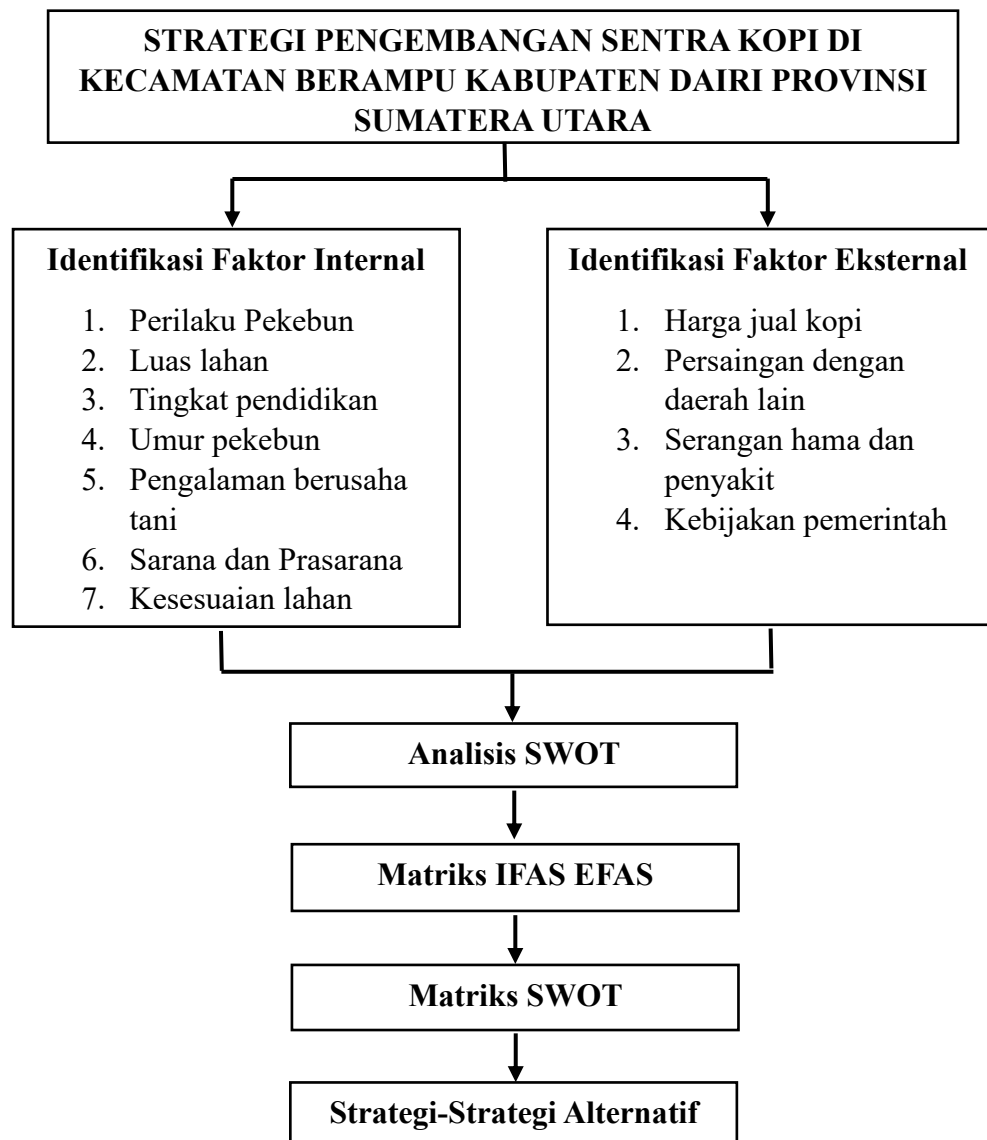
Dari Tabel 1, terlihat bahwa faktor internal dan eksternal yang relevan dalam pengkajian mengenai pengembangan sentra kopi didukung oleh kekuatan seperti ketersediaan lahan, kualitas kopi, dan kondisi geografis yang ideal. Namun, tantangan utama terletak pada kelemahan internal seperti keterbatasan modal, teknologi, dan pengetahuan petani, serta ancaman eksternal seperti perubahan iklim dan persaingan pasar. Untuk mengatasi kelemahan internal dan

memanfaatkan peluang eksternal, perlu dirumuskan strategi yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, kualitas, dan daya saing kopi yang pada akhirnya mendorong peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani. Kebaruan dalam pengkajian ini terletak pada pemilihan tempat yakni di Kecamatan Berampu, selain itu juga, pengkaji melakukan pendekatan secara komprehensif dengan melibatkan petani, pemerintah, penyuluh dan pelaku usaha.

2.3 Kerangka Pikir

Kecamatan Berampu memiliki potensi untuk pengembangan kopi arabika, namun produktivitasnya masih rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala, seperti rendahnya adopsi *Good Agriculture Practices* (GAP) oleh petani, pengolahan kopi yang masih konvensional, serta fluktuasi harga kopi yang memengaruhi usaha tani. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang memanfaatkan potensi lokal sekaligus mengatasi berbagai kendala yang ada. Strategi ini harus berbasis pada analisis mendalam terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Pendekatan analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, yang kemudian menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan. Proses pengkajian melibatkan pengumpulan data primer melalui wawancara dan observasi, serta data sekunder dari literatur dan dokumen terkait.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, alternatif strategi dirumuskan dan dievaluasi untuk menentukan rencana pengembangan yang paling tepat. Berikut adalah kerangka berpikir dari pengkajian ini:



Gambar 2. Kerangka Pikir