

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu tempat yang memiliki sumber daya yang cukup potensial untuk dikembangkan, dimana potensi pertanian merupakan salah satu sektor yang menjadi prioritas pengembangan dan diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Hal ini dilatar belakangi karena sebagian besar mata pencaharian penduduk bertumpu pada sektor pertanian yang terdiri dari subsektor tanaman pangan dan sub sektor perkebunan (Purwiantoro ddk, 2016). Subsektor perkebunan mempunyai peranan yang cukup besar dalam pengembangan sektor pertanian. Oleh sebab itu pengembangan disektor perkebunan juga terus mengalami peningkatan, dan salah satu tujuan utama pengembangan disektor ini adalah meningkatkan produksi dan mutu produksi.

Sektor tanaman perkebunan yang berhasil dikembangkan saat ini adalah tanaman kopi. Kopi merupakan komoditas tropis utama yang diperdagangkan di seluruh dunia dengan kontribusi setengah dari total ekspor komoditas tropis. Popularitas dan daya tarik dunia terhadap kopi terutama dikarenakan rasanya yang unik serta didukung oleh faktor sejarah, tradisi, sosial, dan kepentingan ekonomi. Selain itu, kopi adalah salah satu sumber alami kafein yaitu zat yang dapat menstimulasi otak, meningkatkan kemampuan kognitif dan daya ingat. Selain kandungan asam klorogenat dalam kafein dikaitkan dengan kemampuan untuk menekan resiko diabetes dan penyakit jantung. Minuman dengan bahan dasar ekstrak biji kopi pada tahun 2013 sekitar 2,25 milyar gelas setiap hari di seluruh dunia dengan berbagai jenis kopi yang dikonsumsi, International Coffee

Organization (ICO) memperkirakan bahwa kebutuhan bubuk kopi dunia sekitar 8,77 juta ton (ICO,2015).

Ada berbagai jenis-jenis kopi yang terkenal dan dikonsumsi di dunia yaitu kopi arabika, kopi robusta, Kopi ekselsa, racemosa, dan liberica (african coffee) dan Kopi luwak.

Kopi arabika (*arabica coffee*) Kopi yang berasal dari Brasil dan Etiopia ini menguasai 70 persen pasar kopi dunia. Kopi arabika memiliki banyak varietas, tergantung negara, iklim, dan tanah tempat kopi ditanam. Seperti kopi toraja, mandailing, kolumbia, brasilia, dan lain sebagainya. Antara kopi arabika yang satu dan yang lain punya perbedaan rasa, Kopi robusta Menguasai 30 persen pasar dunia. Kopi ini tersebar di luar Kolumbia, seperti di Indonesia dan Filipina. Sama seperti arabika, kondisi tanah, iklim, dan proses pengemasan kopi ini akan berbeda untuk setiap negara dan menghasilkan rasa yang sedikit banyak juga berbeda, Kopi ekselsa, racemosa, dan liberica (*african coffee*) Merupakan jenis kopi yang berada di antara arabika dan robusta. Kopi tersebut saat ini masih dalam tahap pengembangan, Kopi luwak Merupakan kopi yang berasal dari biji kopi arabika atau robusta yang dimakan oleh luwak. Luwak akan menelan buah kopi (berwarna merah) dan memprosesnya dengan enzim yang ada di perutnya. Biji dari buah kopi itu lalu terbuang bersama kotorannya.

Indonesia menjadi negara penghasil kopi terbesar ketiga pada tahun 2012, kemudian posisi tersebut digeser oleh Colombia dan Indonesia menjadi urutan keempat di dunia dari semua negara eksportir kopi setelah Brasil, Vietnam dan Colombia (ICO, 2015). Menurut Direktur Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian (Kementan) ketertinggalan Indonesia, dalam hal produktivitas produksi

kopi karena masalah teknik perkebunan kopi di Indonesia yang masih tradisional (MedanBisnis, Selasa 14 Juli 2015). Produktivitas kopi Indonesia saat ini adalah 0,552 ton/ha dengan total produksi kopi 685.090ton dan luas tanaman kopi Indonesia sebesar 1.241.710 ha. Sedangkan produktivitas kopi Vietnam saat ini adalah 2,175 ton/ha dengan total produksi sebesar 1.395.600ton dan luas tanaman kopi sebesar 641.700 ha (General Statistic Office of Vietnam, 2015).

Kopi arabika adalah salah satu dari beragam jenis kopi yang dibudidayakan secara global, pada mulanya kopi arabika berasal dari wilayah Ethiopia dan dibawa oleh pedagang Arab ke Yaman. Kalah itu orang-orang Arab mempopulerkan penyeduhan ekstrak biji kopi dengan air panas yang bertujuan untuk menghasilkan minuman yang menyegarkan. Kemudian setelah memasuki abad ke-15 barulah biji kopi arabika menyebar ke daratan Eropa dan menjadi populer hingga saat ini sampai di Indonesia yang saat ini juga menyebar di berbagai provinsi di Indonesia.

Keunggulan kopi arabika; harga lebih mahal 2-3 kali dari kopi robusta, menguasai 70% pasar kopi dunia, kafein rendah, rasa asam dengan karakter rasa asli yang kuat, tanaman kopinya hidup didataran tinggi, kopi arabika Indonesia termasuk kopi arabika terbaik di dunia karena karakter rasanya yang khas dan menjadi primadona pasar kopi di dunia.

Jenis-jenis kopi arabika terbaik di Indonesia sangat beragam sebagai berikut: Kopi Arabika Gayo Aceh, Kopi asal Aceh ini mempunyai tekstur yang encer dan tidak terlalu pekat dengan rasa asam yang pas. Kopi arabika Kintamani Sesuai dengan namanya, kopi Arabika Kintamani berasal dari daerah Bali, kopi ini memiliki cita rasa yang unik, yaitu rasa asam dan segar dari buah-buahan menjadi ciri khasnya. Kopi arabika Toraja, ciri khas dari kopi Toraja adalah rasa pahit yang

dimilikinya hanya terasa saat kopi diteguk dan akan hilang setelahnya tanpa meninggalkan bekas atau *after taste effect*. Kopi Arabika Java Ijen Raung, Jenis Kopi ini mempunyai ciri khas yang unik yaitu terdapat cita rasa yang sedikit pedas dengan aroma bunga hutan. Kopi Liberika Rangsang Meranti, jenis kopi yang berasal dari Kota Riau. Kopi ini sangat populer di Malaysia dan Singapura. Kopi Arabika Flores Bajawa, mempunyai ciri khas kekentalan yang cukup pekat dengan tingkat keasaman yang rendah. Kopi Robusta Temanggung, mempunyai ciri khas yang berbeda dari yang lain. Jenis kopi ini mempunyai aroma tembakau dengan dominasi rasa yang pahit. Rasa pahit itulah yang menjadikan jenis kopi robusta ini banyak digemari.

Tabel 1.2 menyajikan hasil proyeksi produksi dan permintaan serta kondisi surplus atau defisit pasokan kopi arabika di Indonesia. Dari hasil proyeksi produksi dan permintaan kopi arabika di Indonesia pada tahun 2015-2019, diketahui pada periode tersebut Indonesia akan mengalami surplus kopi sehingga mencapai rata-rata 312.528 ton kopi pertahunnya. Pada tahun 2015 surplus kopi di Indonesia diperkirakan sebesar 324.837 ton namun ditahun 2019 diproyeksikan menurun menjadi 293.051 ton.

Tabel 1.1 produksi dan permintaan konsumen terhadap kopi arabika di Indonesia dari tahun 2015-2019

tahun	Produksi(ton)	Permintaan(ton)	Surplus (ton)
2015	693.724	368.887	324.837
2016	702.480	381.849	320.631
2017	711.067	394.932	316.135
2018	719.551	411.568	307.983
2019	727.923	434.922	293.051

Sumber: Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian

Produk kopi merupakan komoditas ekspor terbesar kedua di dunia, arabika dan robusta adalah dua jenis kopi yang paling diminati dipasar global, jika dilihat dari tingkat konsumsinya sekitar 70% penduduk di dunia adalah konsumen kopi arabika dimana memiliki cita rasa mild dan aromatik, sedangkan sisahnya 30% penduduk di dunia adalah konsumen kopi robusta dimana memiliki rasa lebih pahit dan kadar kafein 50% lebih tinggi dari pada kopi arabika.

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Tabel 1.2 Data Ekspor kopi indonesia pada tahun 2015-2019

tahun	Ekspor(ton)	Nilai(000 us \$)
2015	502.021	1.197.735
2016	414.651	1.008.549
2017	467.799	1.187.157
2018	279.961	815.933
2019	359.052	883.123

Sumber: BPS Indonesia

Masalah Atau Kendalah Produksi Pemasaran Produk Agribisnis seperti:

Kesinambungan Produksi, salah satu penyebab timbulnya berbagai masalah pemasaran hasil pertanian berhubungan dengan sifat dan ciri khas produk pertanian, yaitu pertama, volume produksi yang kecil karena diusahakan dengan skala usaha kecil (*small scale farming*), kedua produksi bersifat musiman sehingga hanya tersedia pada waktu-waktu tertentu. Kurang memadainya pasar, hal ini berhubungan dengan cara penetapan harga dan pembayaran. Praktik pemasaran dengan cara borongan terjadi karena keadaan keuangan petani yang masih rendah,

Rendahnya Kemampuan Tawar-Menawar, kemampuan petani dalam penawaran produk yang dihasilkan masih terbatas karena keterbatasan modal yang dimiliki, sehingga ada kecenderungan produk-produk yang dihasilkan dijual dengan harga yang rendah. Berfluktuasinya harga, harga produksi hasil pertanian yang selalu berfluktuasi bergantung dari perubahan yang terjadi pada permintaan dan penawaran. Naik turunnya harga dapat terjadi dalam jangka pendek yaitu per bulan, per minggu, bahkan perhari, atau dapat terjadi dalam jangka panjang. Kurangnya Informasi Pasar, informasi pasar merupakan faktor yang menentukan apa yang diproduksi, dimana, mengapa, bagaimana, dan untuk siapa produk dijual dengan keuntungan terbaik. Rendahnya kualitas produk yang dihasilkan karena penanganan yang dilakukan belum intensif. Rendahnya kualitas sumber daya manusia di pedesaan tidak pula didukung oleh fasilitas pelatihan yang memadai, sehingga penanganan produk mulai dari panen sampai pascapanen tidak dilakukan dengan baik, salah satunya masih terjadi di provinsi Bali saat ini

Berbagai bentuk kesalahan manajemen SDM seperti: tidak jelasnya informasi mengenai data, menganggap remeh terhadap pelatihan SDM, gegabah dalam merekrut karyawan baru, pemberian job deskripsi yang tidak lengkap, menjanjikan hal yang tidak sesuai, kebijakan SDM yang kurang memadai, tidak atau kurang menaati aturan undang-undang ketenagakerjaan.

Sertifikasi indikasi geografis (SIG) kopi merupakan standar awal yang dibuat atas kontribusi dari perwakilan perusahaan, eksportir, petani dan stake holder sektor kopi dengan tujuan untuk peningkatan produktivitas, efisiensi dan akses pasar, kondisi pekerja dan keluarganya serta perlindungan terhadap sumber daya alam seperti hutan primer, air, tanah, keragaman hayati dan sumber energi. Keterbukaan

program sertifikasi indikasi geografis memberi akses kepada produsen kopi atau petani kopi untuk mengenalkan akses pasar kopi melalui skema perbaikan usaha yang berkelanjutan. Selain itu, sertifikasi indikasi geografis memberikan harga premium yang diwujudkan dengan membantu melakukan efisiensi usahatani kopi, meningkatkan kualitas kopi, dan mengontrol biaya produksi kopi serta menjaga karakteristik atau reputasi kopi sesuai indikasi geografisnya (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2016).

Bali merupakan salah satu produksi kopi di Indonesia yang di akui pasar domestik maupun pasar ekspor seperti Asia dan Eropa. Jenis kopi yang di usahakan yaitu kopi arabika dan robusta, namun kopi yang pertama kali mendapatkan sertifikasi indikasi geografis yakni jenis kopi arabika kintamani, Sertifikasi indikasi geografis kopi arabika Kintamani sejak tahun 2008 dengan tujuan untuk menjaga kekhasan atau keunikan serta kualitas kopi arabika kintamani Bali yang memiliki ciri dan kualitas yang baik. Berdasarkan Ditjen HAKI (2008) menyatakan bahwa kopi arabika Kintamani merupakan produk yang pertama kali mendapatkan HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) indikasi geografis hal ini menjamin perlindungan yang lebih baik serta memberikan dari pendapatan yang sepadan kepada produsen-produsennya.

Usahatani kopi arabika merupakan usahatani yang paling menonjol pada kawasan agropolitan, produksi kopi arabika merupakan komoditas yang diekspor ke beberapa negara, seperti Amerika Serikat, Korea, Taiwan dan beberapa negara di Timur Tengah. Kopi grade 1-2 yang diekspor dalam bentuk kopi OC, sedangkan grade 3-4 diolah menjadi kopi bubuk untuk pasar lokal. Sebagai komoditas ekspor kopi arabika Desa Catur Kintamani sudah memiliki sertifikat IG (Indikasi

Geografis) yang dapat digunakan sebagai jaminan kualitas produk kepada konsumen dari komoditas tersebut, hal ini memperkuat pendapatannya Surif, (2006), bahwa untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen terutama di luar negeri, produk yang dipasarkan harus mempunyai keunggulan dibandingkan produk yang sama di pasar internasional.

Kopi arabika desa Catur telah di ekspor oleh pihak ketiga ke Jepang, Korea Selatan, dan Taiwan. Desa catur merupakan Salah satu wilayah yang mendapatkan sertifikasi indikasi geografis kopi arabika di Bali. BPS Provinsi Bali (2017) menyebutkan bahwa kintamani memiliki luas lahan perkebunan kopi 5.656 ha dan produksi sebanyak 2134, 48 ton pada tahun 2017 dengan jenis kopi arabika. Hasil produksi kopi arabika kintamani dipasarkan hingga pasar Internasional, sehingga permintaan tidak hanya dipengaruhi oleh pasar domestik, tetapi juga dipengaruhi oleh permintaan pasar Internasional.

Perkembangan usaha tani kopi di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli mempunyai potensi yang sangat besar karena sangat didukung oleh lahan yang masih sangat luas untuk bisa di buka perkebunan kopi dalam skala besar. Sektor perkebunan di desa Catur mempunyai potensi untuk dikembangkan, karena sumber daya alam dan kreatifitas masyarakat lokal pada bidang pertanian cukup memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat serta mendukung pembangunan daerah (Yao and Mushi, 2015).

Desa Catur merupakan salah satu sentra penghasil kopi arabika kintamani dan populasi terbanyak yang mendapatkan sertifikasi indikasi geografis. Kopi arabika yang merupakan sumber pendapatan penting bagi petani, karena produksi kopi arabika lebih tinggi di banding tanaman perkebunan lainnya. Hal tersebut kopi

arabika telah menjamin dari segi harga dan pasar yang jelas dengan sertifikasi indikasi geografis. Potensi mutu cita rasa kopi arabika dari kintamani cukup baik karena ukuran bijinya besar-besar, aroma kopi rasa jeruk dan tidak terlalu pahit.

Dari segi sarana dan prasarana kendala yang dihadapi oleh pemerintah dan masyarakat adalah tidak ada balai penelitian untuk komoditi kopi. Sumber daya manusia yang masih minim dan rendah dalam bidang pemasaran dan pengolahan hasil pertanian juga menjadi kendala yang dapat menghambat pengembangan produksi kopi di Kabupaten Bangli.

Desa Catur memiliki lahan di dataran tinggi yang memiliki potensi cukup baik untuk mengembangkan tanaman kopi arabika. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Kopi Arabika Di Desa Catur Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

1. 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat di kemukakan beberapa masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana faktor eksternal dan internal bagi pengembangan usaha kopi arabika di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.
2. Alternatif strategi apa yang dilakukan untuk pengembangan usaha produksi kopi arabika di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli

1. 3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan usaha kopi arabika di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

2. Mengidentifikasi alternatif strategi dalam pengembangan usaha produksi kopi arabika di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

1. 4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian secara teoritis digunakan sebagai bukti empiris bagi Pengembangan ilmu pengetahuan (Sugiyono,2012). Manfaat teoritis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu untuk membuktikan teori dan mendukung penelitian sebelumnya tentang potensi dan strategi pengembangan perusahaan kopi arabika di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

1.4.2 Manfaat Praktis

1 Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman dan mempertanggung jawabkan permasalahan yang diteliti khususnya penelitian tentang strategi pengembangan usaha kopi arabika. Disamping itu, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian Universitas Mahasaraswati Denpasar.

2 Bagi Mahasiswa.

Sebagai bahan referensi pengetahuan bagi mahasiswa tentang strategi pengembangan usaha kopi arabika.

3 Bagi Pemerintah.

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan sumbangan pemikiran terhadap kebijakan yang di ambil pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan petani pada khususnya dan kesejahteraan masyarakat pada umumnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kopi

Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua spesies pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*).

Menurut Rukmana (2014), terdapat beberapa jenis-jenis kopi yang terkenal dan di budidayakan di dunia yaitu kopi arabika dan kopi robusta, Kopi ekselsa, racemosa, dan liberica (*african coffee*) dan Kopi luwak.

1 Kopi Arabika

Kopi arabika (*arabica coffee*) Kopi yang berasal dari Brasil dan Etiopia ini menguasai 70 persen pasar kopi dunia. Kopi arabika memiliki banyak varietas, tergantung negara, iklim, dan tanah tempat kopi ditanam. Bisa ditemukan kopi toraja, mandailing, kolumbia, brasilia, dan lain sebagainya. Antara kopi arabika yang satu dan yang lain punya perbedaan rasa.

2 Kopi Robusta

Kopi robusta Menguasai 30 persen pasar dunia. Kopi ini tersebar di luar Kolumbia, seperti di Indonesia dan Filipina. Sama seperti arabika, kondisi tanah, iklim, dan proses pengemasan kopi ini akan berbeda untuk setiap negara dan menghasilkan rasa yang sedikit banyak juga berbeda.

3 Kopi Ekselsa, Racemosa, Dan Liberica (*African Coffee*)

Kopi ekselsa, racemosa, dan liberica (*african coffee*) Merupakan jenis kopi yang berada di antara arabika dan robusta. Kopi tersebut saat ini masih dalam tahap pengembangan.

4 Kopi Luwak

Kopi luwak Merupakan kopi yang berasal dari biji kopi arabika atau robusta yang dimakan oleh luwak. Luwak akan menelan buah kopi (berwarna merah) dan memprosesnya dengan enzim yang ada di perutnya. Biji dari buah kopi itu lalu terbangun bersama kotorannya.

2.2 Jenis-Jenis Kopi Arabika

Kopi arabika (*coffea arabica*), juga dikenal sebagai kopi arab, kopi semak araba tau kopi gunung adalah spesies dari genus coffea, spesies ini diyakini sebagai spesies kopi pertama yang dibudidayakan dan merupakan kultivar dominan mewakili sekitar 60 % dari produksi kopi global, jenis kopi lain yang banyak dibudidayakan adalah kopi robusta, kurang asam, lebih pahit dan lebih berkafein tinggi dibanding kopi arabika. Kopi arabika berasal dari Ethiopia. Kopi ini tercatat pertama kali di budidayakan di yaman dan didokumentasikan pada abad ke 12. Coffea arabika disebut (bunn) dalam Bahasa arab yang di ambil dari Bahasa oromo “buna”

Tanaman kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Kopi terdiri dari beberapa jenis diantaranya Arabica, Robusta, Liberika dan Excelsa. Sesuai dengan iklim, tanaman kopi yang dikembangkan di Indonesia adalah arabika dan robusta. Salah satu lokasi pengembangan kopi arabika di Indonesia adalah di kabupaten Bangli. Produksi kopi di Bangli, sudah dilakukan hingga menjadi kopi bubuk, dan siap dijual. Kualitas kopi arabika bubuk dapat ditentukan dengan sifat fisik dan kimia yang dimiliki. Sifat fisik diperoleh dengan melakukan uji organoleptik, sedangkan sifat kimia diperoleh dengan melakukan analisis proksimat. Penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis sifat kimia dari kopi arabika bubuk asal kabupaten Bangli. Pengambilan Sampel dilakukan di desa catur, kecamatan kintamani. Sampel kemudian dianalisis di Laboratorium Analisis. Komponen kimia yang dianalisis adalah kadar air (2,32%-3,64%), kadar abu(4,10% – 4,54%), protein(12,6% – 13,7%), lemak (11,5% - 14,7%), karbohidrat (65 % - 68,3%), sari kopi(22,2% - 25,6%), dan kadar kafein (1,17% - 1,32%). Semua komponen kimia kopi tersebut telah memenuhi Standar Nasional Indonesia (N Farhaty 2016). Kopi arabika mengandung sejumlah antioksidan yang dapat meningkatkan kadar kolesterol baik atau HDL dalam tubuh. Keberadaan HDL mampu menekan jumlah kolesterol jahat dan mengurangi resiko peradangan yang menjadi penyebab timbulnya penyakit jantung (triarko, asfirmanto dan tarsoen 2013).

Tanaman kopi arabika pendek menyerupai perdu dengan ketinggian 2-3 meter. Batang berdiri tegak dengan bentuk membulat. Pohonnya memiliki percabangan yang banyak. Warna daun kopi arabika hijau mengkilap seperti memiliki lapisan lilin. Daun yang telah tua berwarna hijau gelap.

Kopi arabika mulai berbunga setelah musim hujan. Bunga tumbuh pada ketiak daun. Bunga kopi berwarna putih dan bisa melakukan penyerbukan sendiri, tidak ada perbedaan bunga jantan dan betina. Dari bentuk kuncup hingga menjadi buah yang siap panen membutuhkan waktu 8-11 bulan.

Pohon kopi arabika mempunyai perakaran tunjang yang dalam. Guna akar yang dalam ini untuk menopang pohon agar tidak mudah roboh dan bertahan pada kondisi kekeringan. Pertumbuhan akar ditentukan sejak pohon dipindahkan dari pembibitan. Pohon yang perakarannya tidak tumbuh dengan baik, akan mengganggu produktivitas (Bhara L.A.M 2005)

Jenis-jenis kopi arabika terbaik di Indonesia sangat beragam sabagai berikut:

1. Kopi Arabika Gayo Aceh

Aceh merupakan salah satu penghasil biji kopi terbaik di Indonesia, yaitu Kopi Gayo. Dinamakan Kopi Gayo, karena kopi ini ditanam di daerah dataran tinggi Gayo yang mempunyai ketinggian 1200-1700 Mdpl.

Kopi asal Aceh ini mempunyai tekstur yang encer dan tidak terlalu pekat dengan rasa asam yang pas. Kopi ini sangat cocok dinikmati bagi penggemar kopi yang tidak terlalu suka kopi dengan rasa yang asam. Kopi Gayo ini disajikan dengan cara tradisional yang menarik. Jika kopi yang lain dibuat dengan cara diseduh, kopi jenis ini justru direbus dalam panci hingga mendidih, lalu disajikan ke dalam gelas yang telah diisi gula dan susu.

2. Kopi arabika kintamani

Sesuai dengan namanya, kopi Arabika Kintamani berasal dari daerah Bali. Kopi ini memiliki cita rasa yang unik, yaitu rasa asam dan segar dari buah-buahan menjadi ciri khasnya.

Kopi Arabika Kintamani memiliki kekentalan yang sedang serta rasa yang ringan dan lembut. Saat ini, negara Jepang, Arab dan Eropa menjadi tujuan utama ekspor kopi asal Bali ini.

3. Kopi arabika toraja

Kopi Toraja menjadi salah satu kopi yang telah dikenal masyarakat dunia. Negara Jepang dan Amerika merupakan dua negara yang sudah menjadi pelanggan utama ekspor kopi Toraja. Ciri khas dari kopi Toraja adalah rasa pahit yang dimilikinya hanya terasa saat kopi diteguk dan akan hilang setelahnya tanpa meninggalkan bekas atau *after taste effect*. Kopi yang tumbuh di daerah Sulawesi

ini mempunyai rasa *earthy*, yaitu adanya sensasi rasa tanah atau hutan serta rasa asam yang rendah.

4. Kopi Arabika Java Ijen Raung

Kopi Arabika Java Ijen Raung ini tidak lain merupakan kopi hasil produksi petani di daerah Jawa Timur. Jenis Kopi ini mempunyai ciri khas yang unik yaitu terdapat cita rasa yang sedikit pedas dengan aroma bunga hutan. Awalnya jenis kopi khas daerah Bondowoso ini pertama kali diekspor pada tahun 2011 hanya satu container. Tetapi kian tahun, peminat kopi dengan rasa sedikit pedas ini semakin meningkat. Bahkan pada tahun 2016, Indonesia telah mengekspor sebanyak 43 kontainer yang setara dengan 800 ton lebih biji kopi.

5. Kopi Liberika Rangsang Meranti

Kopi Liberika Rangsang Meranti adalah jenis kopi yang berasal dari Kota Riau, ciri khas jenis kopi ini mengeluarkan aroma khas coklat yang lembut saat masih biji aroma yang dikeluarkan sangat harum, Kopi ini sangat populer di Malaysia dan Singapura.

Berdasarkan data Dinas Perindustrian Pemerintah Riau, kopi ini telah mengantongi sertifikat Indikator Grafis (GI). Kopi Liberika Rangsang Meranti dinyatakan sebagai salah satu hasil pertanian terbaik oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Nasional RI.

6. Kopi Arabika Flores Bajawa

Jenis kopi asal Flores, Nusa Tenggara Timur ini mempunyai ciri khas kekentalan yang cukup pekat dengan tingkat keasaman yang rendah. Bahkan jenis kopi ini mempunyai rasa dominan coklat dan vanilla dengan memberikan after taste effect seperti kacang-kacangan. Jenis kopi ini sudah diekspor ke negara Amerika.

7. Kopi Robusta Temanggung

jenis kopi Robusta asal daerah Temanggung ini mempunyai ciri khas yang berbeda dari yang lain. Jenis kopi ini mempunyai aroma tembakau dengan dominasi rasa yang pahit. Rasa pahit itulah yang menjadikan jenis kopi robusta ini banyak digemari. Bahkan saat ini Indonesia telah mengekspornya ke beberapa negara seperti Amerika Latin, negara-negara kawasan Timur Tengah dan Eropa.

2.2.1 Teknik Budidaya Kopi Arabika

1. Pemilihan Bahan Tanam

Mutu bahan tanam sangat besar pengaruhnya terhadap daya hasil suatu tanaman, termasuk kopi yang merupakan tanaman tahunan. Faktor-faktor pendukung seperti tanah, iklim dan pemeliharaan yang baik belum menjamin akan memberikan hasil yang memuaskan apabila bahan tanam yang digunakan bukan jenis unggul yang memiliki daya hasil tinggi dan sesuai dengan kondisi lingkungan setempat. Bahan tanam dimaksudkan adalah bahan genetik tertentu dari suatu jenis tanaman yang digunakan sebagai sumber bahan tanaman. Dalam pemilihan bahan tanam sangat penting diperhatikan kondisi agroklimat yang ada. Karena setiap varietas / klon menghendaki lingkungan yang spesifik yang bisa berbeda satu dengan yang lainnya.

Bibit unggul tidak akan memberikan hasil yang memuaskan bila ditanam di daerah yang tidak sesuai bagi bibit unggul tersebut. Biasanya petani menggunakan benih kopi dari tanaman yang nampak lebih superior dibanding tanaman kopi lain di sekitarnya. Dari cara pemilihan yang sederhana ini biasanya akan diperoleh bahan tanam unggul apabila sifat baik tanaman tersebut terus diwariskan. Namun apabila sifat baik tersebut muncul karena pengaruh lingkungan setempat maka

apabila ditanam di daerah lain belum tentu menghasilkan bibit unggul sesuai yang diharapkan. Karena itu sebaiknya menggunakan bahan tanam yang sudah dianjurkan dan merupakan rekomendasi dan yang sudah dilengkapi dengan persyaratan lingkungan yang dikehendaki sehingga sifat unggulnya dapat diandalkan.

2. Persiapan Lahan

Kegagalan penanaman kopi dapat disebabkan banyak faktor. Selain karena bibit yang kurang baik, persiapan lahan yang kurang memenuhi syarat sering menjadi faktor utama kegagalan tersebut. Kegiatan persiapan lahan untuk penanaman kopi Arabika pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan persiapan lahan untuk kopi Robusta. Persiapan lahan diperlukan agar bibit yang sudah dipindahkan ke lapangan dapat cepat tumbuh dengan baik dan segera mampu menghadapi keadaan lingkungan lapangan yang sangat beragam terutama lingkungan yang kurang menguntungkan.

Areal pertanaman dapat berasal dari tanah bukaan baru (hutan cadangan), tanah terlantar, tanah tegalan, areal peremajaan, konversi maupun rotasi dari komoditi lain. Selama persiapan lahan di lapangan ini, areal masih bisa dimanfaatkan untuk penanaman tanaman sela yang berumur pendek seperti jagung, kacang tanah dan lainnya. Kegiatan pokok persiapan lahan meliputi:

- Pembukaan lahan
- Pembuatan teras
- Penanaman Pohon penanung
- Pembuatan lubang tanam

2.2.2 Pascah Panen

1 Proses Basah (*Full Washed*)

Pada proses basah, biji kopi yang sudah dipetik masuk ke dalam proses pemisahan (sortasi). Di tahap ini, biji kopi dimasukkan ke dalam air dan jika biji kopi mengapung, ini menandakan biji kopi tersebut cacat. Biji kopi yang cacat ini kemudian dipisahkan dari biji kopi yang lain.

Setelah dilakukan pemisahan antara biji kopi yang cacat dan yang baik, langkah selanjutnya adalah pengupasan kulit dan daging biji kopi dengan menggunakan pulper atau alat pengupas. Saat dikupas dengan mesin *pulper*, biji kopi akan dimasukkan ke dalam bak penampung yang sudah diisi oleh air. Proses ini dilakukan untuk melarutkan lendir yang masih menempel pada kulit kopi (*parchment*). Setelah itu, kopi-kopi yang sudah dibersihkan ini masuk ke tahap berikutnya yaitu proses perendaman. Perendaman biasanya dilakukan selama 12 - 34 jam, tergantung dari faktor kelembapan dan suhu udara di lingkungan tersebut. Selama proses perendaman, air rendaman ini diganti sebanyak satu kali.

Setelah perendaman selesai, tahap selanjutnya adalah penjemuran. Proses ini dilakukan untuk mengurangi kadar air pada biji kopi agar berada pada rasio 10-12%. Setelah kering, biji kopi disimpan terlebih dahulu untuk diistirahatkan atau *resting*, dimana pada tahap ini biji kopi dimasukkan ke dalam huller untuk melepaskan kulit *parchment* (disebut juga *pergamino*). Proses ini disukai petani kopi karena kemungkinan gagalnya sangat kecil. Kopi yang diolah secara basah (*washed*) biasanya akan menghasilkan seduhan yang *clean* atau karakter rasa yang lebih jernih. Selain itu, umumnya kopi yang menggunakan proses ini memiliki

aroma yang lebih kuat, body ringan, aftertaste lebih berkesan dan acidity lebih tinggi.

2 Giling Basah (*Semi Washed/Wet Hulled*)

Proses ini merupakan proses pasca-panen yang khas di Indonesia, terutama di daerah Sumatera Utara dan Toraja. Langkah pertama pada metode giling basah adalah pengupasan daging buah ceri kopi dengan menggunakan mesin. Setelah dikupas, biji kopi direndam di dalam air selama 1-2 jam agar bersih. Setelah selesai direndam, biji kopi diangkat lalu dijemur. Pada tahap ini, biji kopi harus sering dibalik agar tingkat kekeringannya merata. Di Sumatera, proses penjemuran tahap pertama memakan waktu sekitar 2-3 hari hingga kulit parchment terbuka. Saat kulit *parchment* terbuka, biji kopi akan mengering lebih cepat jika dibandingkan dengan proses basah (*washed*).

Proses selanjutnya adalah pengupasan kulit *parchment*. Serupa dengan proses basah, pengupasan ini dilakukan dengan menggunakan huller. Setelah selesai, biji kopi akan menjalani proses penjemuran yang kedua. Penjemuran ini dilakukan hingga kadar air di dalam kopi mencapai 10-12%. Angka tersebut adalah angka panduan standar yang digunakan di seluruh industri kopi, untuk menghindari kopi menjadi busuk atau rusak karena terlalu kering. Pada metode basah, aroma tanah akan memberikan rasa bitter, namun pada metode semi-washed sedikit berbeda. Aroma tanah ini menghasilkan aroma spicy serta profil yang kuat.

3 Proses Kering (*Natural/Dry Process*)

Metode pengolahan kopi yang paling sederhana dan paling organik adalah proses kering (*dry processing*). Proses kering ini sering disebut juga sebagai proses natural, karena selain simpel, buah kopinya pun tetap utuh. Bayangkan seperti

mengeringkan buah anggur hingga menjadi kismis. Selain itu proses fermentasinya juga tidak menggunakan air seperti halnya pada proses basah atau giling basah yang sudah kami jabarkan sebelumnya. Proses kering dilakukan ketika biji kopi yang telah dipetik, disortasi dan langsung dijemur dengan kulitnya, tanpa melakukan proses pengupasan dan pencucian.

Penjemuran pada proses kering ini dilakukan selama 5-6 minggu. Setelah kering, kopi baru digiling. Hal inilah yang kemudian membuat metode dry wash atau natural dapat menghasilkan cita rasa yang lebih beragam. Untuk mendapatkan kopi dengan kompleksitas rasa tertentu, dibutuhkan pengawasan yang lebih ketat. Metode ini mengharuskan petani untuk membalik biji kopi secara berkala saat penjemuran. Selain itu, petani pun harus sigap terhadap tantangan cuaca. Kopi pada proses ini rentan sekali terserang jamur karena iklim Indonesia yang sangat lembab.

4 *Pulped Natural atau Honey*

Proses ini ditemukan pertama kali di Brasil, yang dikenal dengan istilah Cereja Descascada, yang berarti ceri yang dikupas. Proses ini hampir mirip dengan proses basah (washed), namun di tahap ini lendir pada ceri kopi dihilangkan dengan menggunakan alat pencuci, tanpa melalui proses fermentasi sama sekali. Ceri kopi, memiliki lima lapisan yaitu kulit (*pulp*), lendir (*mucilage*), perkamen (*parchment*), kulit berwarna perak (*chaff*), dan biji kopi (*coffee bean*).

2.2.3 Pengolahan Kopi Arabika

Adapun urutan dari proses produksinya dapat dijelaskan sebagai berikut: Sortasi Buah Kopi Tahap pertama yang harus dilalui adalah penyortiran buah kopi yang telah didapatkan dari panen. Pemilihan buah kopi yang telah dipanen dikategorikan menjadi dua macam, yaitu buah inferior dan buah superior. Warna

yang ada pada buah kopi juga termasuk ke dalam penyortiran, pisahkan buah yang masih bewarna merah dan buah yang bewarna hijau. Penyortiran yang dilakukan bisa sangat berpengaruh terhadap kualitas biji kopi yang nanti dihasilkan.

1 Pengeringan

Dengan proses pengeringan, biji kopi yang dihasilkan harus dikeringkan terlebih dahulu sebelum dikupas. Hal ini berbeda dari cara basah yang mengupas biji kopi terlebih dahulu baru dikeringkan. Biji kopi yang dikeringkan biasanya memakan waktu kurang lebih dua minggu hingga kadar air yang tersisa sangat sedikit. Penjemuran atau pengeringan perlu diperhatikan sehingga mendapatkan biji kopi kering yang diinginkan biji kopi kering yang diinginkan sedikit. Penjemuran atau pengeringan perlu diperhatikan sehingga mendapatkan biji kopi kering yang diinginkan.

2 Pengupasan Kulit Buah

Setelah kering sesuai kadar yang diinginkan, masuk ke dalam tahap pengupasan kulit buah. Dalam hal ini kamu bisa menggunakan mesin atau dengan cara menumbuk untuk memisahkan kulit buah dari bijinya. Tahap ini bisa dikatakan berhasil atau tidak tergantung dengan tahap pengeringan yang telah dilakukan sebelumnya. Jika kamu keliru dalam tahap pengeringan, maka saat pengupasan kulit buah juga bisa gagal karena kadar air yang ada pada buah kopi sangat berpengaruh.

3 . Pemilihan Biji Kopi

Di awal kamu sudah melakukan penyortiran, di tahap ini kamu juga perlu untuk melakukan penyortiran karena tidak semua biji kopi yang sudah dikupas dari

kulitnya menghasilkan biji kopi yang baik. Oleh karena itu di proses ini kamu perlu untuk melakukan penyortiran ulang.

4 . Pengemasan

Ini bisa dikatakan jadi tahap akhir dari pengolahan buah menjadi biji kopi. Caranya sederhana bukan? Biji kopi yang sudah disortir bisa langsung dikemas untuk kemudian dipasarkan ke banyak tempat. Pastikan di tahap ini kamu menggunakan kemasan kopi yang baik sehingga produk milikmu tetap aman dan terjaga setelah diproses dengan sangat baik. Saat ini semakin banyak konsumen yang tertarik untuk membeli biji kopi asli daripada kopi bubuk. Alat-alat penggiling kopi sederhana sudah banyak dijual di pasaran sehingga konsumen bisa punya pengalaman untuk menikmati kopi versinya.

2.3 Agribisnis

Agribisnis, dengan perkataan lain, adalah cara pandang ekonomi bagi usaha penyediaan pangan. Sebagai subjek akademik, agribisnis mempelajari strategi memperoleh keuntungan dengan mengelola aspek budidaya, penyediaan bahan baku, pascapanen, proses pengolahan, hingga tahap pemasaran. Agribisnis itu adalah suatu sistem yang utuh mulai sub-sistem penyediaan sarana produksi dan peralatan pertanian; sub-sistem usahatani; sub-sistem pengolahan atau agroindustri dan sub-sistem pemasaran. Agar sub-sistem ini bekerja dengan baik maka diperlukan dukungan sub-sistem kelembagaan sarana dan prasarana serta sub-sistem penunjang dan pembinaan.

Berikut enam subsistem agribisnis dari hulu sampai hilir

1 Subsistem Penyediaan dan Penyaluran Sarana Produksi

Subsistem ini mencakup semua kegiatan perencanaan, pengolahan, pengadaan dan penyaluran sarana produksi untuk memungkinkan terlaksananya penerapan teknologi usahatani dan pemanfaatan sumber daya pertanian yang optimal.

2 Subsistem Budiaya dan Usahatani

Kegiatan yang ditangani oleh subsistem ini mencakup kegiatan pembinaan dan pengembangan usahatani rakyat maupun usahatani sekala besar.

3 Subsistem Pengolahan Hasil dan Agroindustry

Lingkup kegiatan agroindustry ini tidak hanya aktifitas pengolahan sederhana ditingkat petani, tetapi menyangkut keseluruhan kegiatan mulai dari penanganan pasca panen produk pertanian sampai pada pengolahan lanjutan dengan maksud untuk menambah nilai tambah dari produksi primer tersebut.

4 Subsistem Pemasaran Hasil Pertanian Subsistem ini mencakup kegiatan distribusi dan pemasaran hasil usahatani dan agroindustry baik pasar domestik maupun untuk pasar luar negeri atau ekspor.

5 Subsistem Prasarana

Subsistem ini merupakan salah satu faktor penunjang dari keempat subsistem yang ada diatas agar dapat menjalankan fungsi dan perannya sesuai dengan keperluan di lokalita subsitem agribisnis.

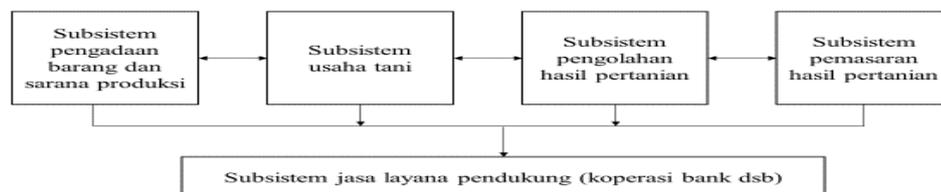
6 Subsistem pembinaan

Subsistem ini merupakan salah satu tugas dari aparaturnya birokrasi pemerintahan untuk menciptakan kegiatan usaha sesuai dengan sistem perekonomian yang diamanatkan oleh undang undang dasar 1945 dan GBHN berupa pembinaan sumber daya manusia dan sumberdaya lainnya.

Keenam subsistem diatas harus terintegrasi dari hulu sampai hilir untuk efektifitas dan efisiensi dalam pencapaian sebuah tujuan bersama. Namun, dalam praktiknya keenam subsistem tersebut tidak harus ada. Subsistem prasarana dan subsistem pembina bersifat sebagai pendukung subsistem pokok dalam agribisnis yang terdiri dari subsistem saprodi, usahatani, pengolahan hasil (agroindustri), dan subsistem pemasaran.

Keterkaitan antara subsistem-subsistem agribisnis dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor internal dalam sistem agribisnis biasanya merupakan faktor-faktor yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan agribisnis atau agroindustri, terdiri dari aktivitas pengadaan input (benih, pupuk, pestisida, alat dan mesin pertanian, permodalan dan kredit, irigasi); proses pengolahan (peningkatan nilai tambah), baik yang terjadi di lini *onfarm* (sumber daya lahan, sumber daya manusia, teknologi dan manajemen) maupun *off-farm* (pengolahan hasil pertanian, kemitraan dan penyimpanan); proses pemasaran (harga dan mutu produk); serta distribusi.

Gambar 2.1 keterkaitan antara subsistem-subsistem agribisnis



2.4 Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis merupakan kegiatan merencanakan, mengerjakan, dan mengawasi suatu bisnis atau usaha (James A.F Stoner DKK 1996). Tujuan dari aktivitas tersebut adalah agar tujuan usaha bisa tercapai. Manajemen bisnis juga bisa diartikan segala usaha yang dilakukan sesuai dengan rencana semata untuk mencapai target penjualan

Berikut macam-macam Jenis manajemen bisnis

1 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah pengaturan keuangan yang dilakukan untuk menyeimbangkan arus masuk keluar, segala hal terkait dengan termasuk penjualan, pembelian utang dan piutang, harus dicatat dengan baik untuk memudahkan pemeriksaan dan pembuatan laporan keuangan.

2 Manajemen SDM

Manajemen perusahaan besar pasti ada banyak orang yang bekerja dan terlibat secara langsung didalamnya, kalau semua orang kalau tidak ada sistem yang mengatur, kekacauan akan terjadi. Misal tidak datang tepat waktu hingga tidak mampu melakukan pekerjaan sesuai dengan job deskripsi yang diberikan.

3 Manajemen Pemasaran

Pemasaran juga harus diatur dengan baik, kalau sampai orang yang bekerja dipemasaran ini tidak mampu melakukan pekerjaannya, produk akan sulit laku. Itulah kenapa manajemen pemasaran sangat penting untuk menentukan aneka strategi agar produk diterima dan menarik perhatian calon konsumen.

4 Manajemen Operasional

Manajemen operasional berhubungan dengan kegiatan sehari-hari dan produksi. Misal operasional untuk pembuatan barang mulai dari bahan baaku sampai ke mesin dan listrik. Selanjutnya untuk belanja perusahaan seperti kertas hingga ke pantry. Semua harus diatur dengan baik agar kegiatan diperusahaan berjalan lancar.

Berikut adalah beberapa langkah-langkah dalam manajemen bisnis:

1. *Planning* (Perencanaan)

Fungsi yang pertama adalah *planning* atau perencanaan. Untuk membangun bisnis tentu diperlukan semacam rencana, seperti rencana pemasaran, produk yang dijual, promo yang akan ditawarkan, pembukuan atau lainnya. Perencanaan ini harus dicatat dengan baik. Karena ini yang akan menjadi patokan pergerakan bisnis ke depan.

Hal yang biasanya salah dalam memulai usaha adalah mereka tidak merencanakan proses pembukuan pada saat memulai bisnis mereka. Padahal proses pembukuan yang baik akan membuat Anda bisa melihat data keuangan secara faktual yang akan membantu Anda untuk membuat perencanaan bisnis secara keseluruhan berdasarkan data keuangan.

2. *Organizing* (Pengelompokan)

Organizing atau pengelompokan bisa terkait dengan tenaga kerja. Maksudnya adalah jika sudah ada rencana maka kelompok kerja harus dibuat. Pastikan mereka memiliki porsi kerja yang sama di bidang masing-masing. Seperti tim pemasaran, tim administrasi, tim gudang dan lain sebagainya. Keteraturan semacam ini untuk menjadikan proses kerja teratur dan tidak rancu dengan yang lain. Selain itu proses evaluasi-nya lebih mudah karena tinggal meminta laporan dari ketua timnya. Nah

ini merupakan momentum yang baik untuk menilai sejauh mana tim bekerja. Jika pun tidak sesuai dengan spesifikasi-nya maka tim bisa dipindahkan ke posisi yang lebih tepat. Jika fungsi manajemen pengelompokan ini berhasil dilakukan juga bisa menjadi pendukung tercapainya tujuan bisnis. Sebaliknya jika tim tidak bekerja dengan baik, pihak pimpinan bisa mengambil inisiatif untuk mengganti atau bisnis akan kolaps.

3. *Staffing*

Staffing ini terkait dengan sumber daya yang ada di perusahaan seperti bahan baku produk, mesin produksi, sarana pendukung dan lain sebagainya. Ini juga harus teratur supaya mampu menjadikan usaha lebih maju lagi. Maka dari itu pengaturan sumber daya yang tepat harus disesuaikan dengan kebutuhan usaha. Ini bisa dilakukan hanya jika ada manajemen yang baik di perusahaan tersebut. Jika tidak ada, sumber daya akan terpakai untuk hal yang tidak prioritas yang efeknya modal membengkak. Ini yang terkadang membuat finansial perusahaan menjadi kolaps sedangkan hasil kerja sama sekali tidak efektif dan efisien. Risikonya jika tidak mendapatkan suntikan modal maka bisnis akan segera gulung tikar. Tentu kondisi ini tidak diinginkan. Maka dari itu, perlu dilakukan manajemen bisnis secepatnya. Supaya terjadi pengaturan fungsi penggunaan sumber daya yang baik.

4. *Directing*

Fungsi manajemen bisnis yang ke empat adalah fungsi *directing*. Maksudnya ialah tindakan pimpinan yang terus menyemangati timnya agar bisa bekerja sesuai dengan rencana yang sudah disepakati di awal. Karena terkadang di awal kerja gairah karyawan semangat tetapi jika sudah memasuki tahap akhir malah menurun. Ini yang bisa menyebabkan kerugian perusahaan. Dalam fungsi manajemen ini

pimpinan harus turun langsung melihat progres kerja timnya. Jika perlu berikan pemahaman jika terjadi sistem kerja yang tidak sesuai dengan rencana.

5. *Controlling*

Controlling atau pengawasan adalah fungsi manajemen bisnis yang terakhir. *Controlling* semata observasi apakah sistem kerja dilakukan sesuai kerja atau tidak. Dengan adanya pengawasan inilah poin-poin penting yang akan dijadikan evaluasi harus dicatat. Begitu juga dengan kesulitan-kesulitan yang dialami.

2.5 Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam penegembangan usaha untuk merealisasikannya disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. David 2004 dalam Muhamad Afridhal, 2017.

Strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen. Hunger, 2003 dalam Muhamad Afridhal, 2017.

Berikut Adalah Manfaat Kopi Arabika Menurut Dewi Angraini (2020) kopi arabika mempunyai beberapa manfaat seperti:

1 Mengurangi Kadar Kolesterol,

Di dalam tubuh terdapat dua jenis kolesterol, yakni kolesterol baik dan jahat. Kolesterol jahat umumnya tidak diperlukan oleh tubuh. Dalam jumlah berlebihan, kolesterol jahat bisa menjadi penyebab berbagai penyakit, seperti stroke, serangan jantung, maupun gangguan kardiovaskuler lainnya.

Kopi arabika mengandung sejumlah antioksidan yang dapat meningkatkan kadar kolesterol baik atau HDL dalam tubuh. Keberadaan HDL mampu menekan jumlah kolesterol jahat dan mengurangi resiko peradangan yang menjadi penyebab timbulnya penyakit jantung.

2 . Mencegah Terjadinya Kanker

Berapa cangkir Anda mengonsumsi kopi dalam sehari? Sejumlah penelitian yang melibatkan 67 ribu perempuan menunjukkan bahwa mereka yang mengonsumsi 4 cangkir kopi dalam waktu sehari cenderung terhindar dari kanker. Tidak ada salahnya jika Anda mengonsumsi kopi, sebab kopi mampu mencegah terjadinya kanker paru-paru, pankreas, payudara, hingga prostat. Kesimpulan penelitian sejumlah ahli tersebut terbukti dan mendekati hasil 100%.

Kandungan senyawa antioksidan yang ditemukan pada kopi arabika efektif melawan sel-sel kanker. Tidak hanya itu, kemampuan melakukan regenerasi sel, menjaga keseimbangan nutrisi tubuh, juga turut membantu terkendalinya metabolisme dan mencegah resiko kanker serta penyakit lainnya.

3 . Mencegah Timbulnya Parkinson

Penyakit menyerang syaraf ini memang berbahaya. Pasalnya parkinson telah mengancam 1% populasi manusia di atas usia 60 tahun. Parkinson dicirikan sebagai berikut: Tremor, Hilang refleks, Gerakan melambat, Otot kaku, Perubahan pola

berbicara, Gangguan keseimbangan tubuh, Kandungan kafein pada kopi arabika berpotensi menurunkan gejala parkinson. Sebab kafein inilah yang menghambat degenerasi neuron dopaminergik pada otak yang menjadi penyebab penyakit parkinson.

4 . Menghambat Resiko Penuaan Dini

Kopi arabika ternyata berpotensi memelihara kesehatan kulit. Riset menunjukkan orang yang rajin mengonsumsi kopi sebanyak 2-3 kali dalam sehari telah menghambat proses penuaan dini sebanyak 10% dibandingkan dengan orang yang tidak mengonsumsi. Kandungan kafein dan antioksidan kopi terbukti dapat menangkal radikal bebas pada kulit. Kedua kandungan kopi tersebut juga berpotensi menjaga elastisitas kulit sehingga kulit terasa lebih kencang.

2.6 Matriks SWOT

Menurut Umar (2001) matriks SWOT merupakan salah satu dari lima matching tool pada tahapan matching stage yang berfungsi sebagai alat yang penting untuk membantu para manager mengembangkan empat tipe alternatif strategi yaitu *Strength-Opportunity* (S-O), *Weakness-Opportunity* (W-O), *Strength-Threats* (S-T), dan *Weakness-Threats* (W-T). Matriks ini merupakan *key factor* untuk lingkungan eksternal dan internal. *Key factor* merupakan bagian yang utama sehingga membutuhkan evaluasi dan penelitian yang baik terhadap faktor-faktor yang ada.

Menurut Freddy Rangkuti 2014 matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun strategis perusahaan.

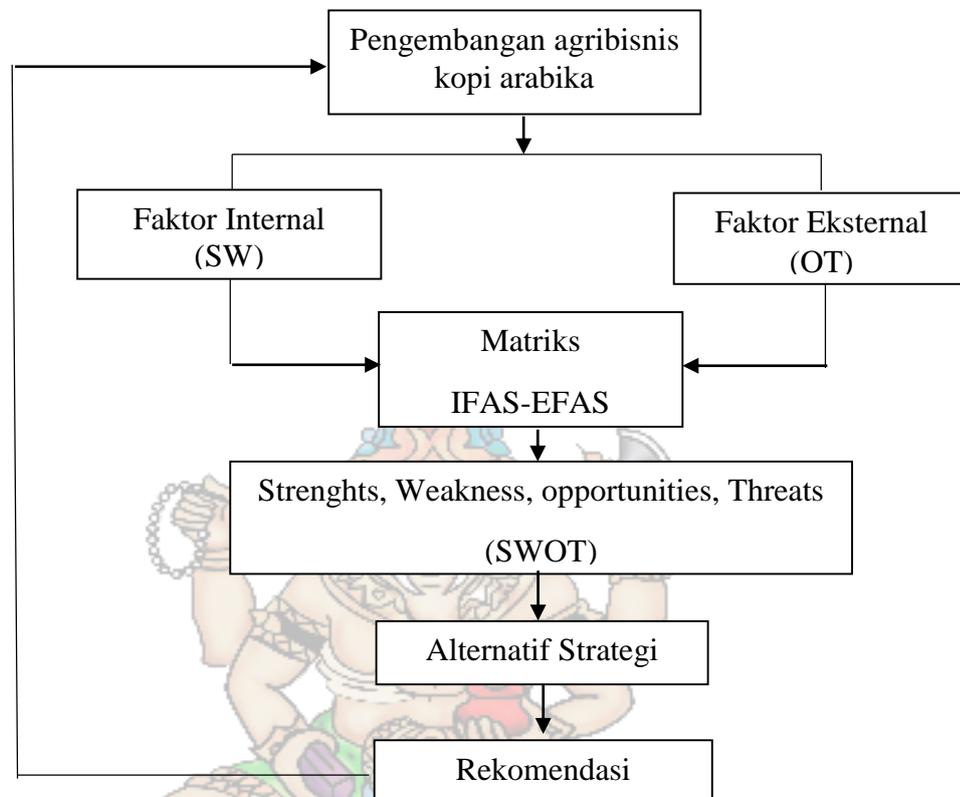
1. Strategi SO: strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST: strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO: strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT: strategi ini berdasar pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.7 Kerangka Berpikir

Desa Catur merupakan desa yang kegiatannya berbasis pada usaha pengembangan kopi arabika yang berada di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Dalam mengembangkan usaha kopi arabika diperlukan suatu manajemen strategi guna untuk mendapatkan hasil yang maksimal, sehingga kopi arabika bisa berkembang dengan baik.

Evaluasi kondisi internal dan eksternal perlu dilakukan untuk mengetahui kondisi manajemen perusahaan baik dari segi pengolahan dan pengembangan yang dibutuhkan dalam perusahaan. Analisis internal dan eksternal berguna untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di dalam pengembangan usaha kopi arabika di desa Catur. Tahap selanjutnya adalah informasi yang diperoleh kemudian dimasukkan dalam matriks *Internal Faktor Summary* (IFAS) dan *Eksternal Faktor Analisis Summary* (EFAS) dan setelah itu matriks IFAS dan EFAS dipadukan dalam matriks IE untuk mengetahui kopi berada pada posisi kuat,

sedang, atau lemah. Kemudian matrik SWOT yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada desa Catur.



Gambar 2. 2 kerangka pemikiran peneliti

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

Nama	Judul	Tujuan	Metode	Hasil	Perbedaan
Ari arsyad i fattarani, Elvira iskandar, fajri 2017.	Strategi pengembangan usaha pengolahan kopi arabika, kampung kopi gayo, aceh tengah regency 2017	(1). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi alternatif dan merumuskan strategi prioritas yang tepat dijalankan oleh kampung kopi gayo, kabupaten aceh tengah	Analisis SWOT	Hasil penelitian adalah (1). Dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas kopi arabika. (2). Mempertahankan mitra yang lama dan menjajaki kemitraan yang baru. (3). Memperbaiki dan meningkatkan strategi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang semakin maju. (4). Memperluas urutan prioritas.	(1). Lokasi Dan Waktu Penelitian. (3). Metode penelitian (4). Dalam penelitian terdahulu sudah memiliki beberapa mitra kerja dan akan menjajaki kemitraan yang baru. (5). Dalam penelitian saya masih dalam proses persiapan pertumbuhan usaha.
Khalida utami, salmiha, dan lily fauziah	strategi Pengembangan usaha kopi arabika di desa baru kecamatan pantan cuaca, kabupaten gayu	(1) alasan petani kopi arabika tidak melakukan kegiatan pengolahan kopi arabika di Kabupaten gayu (2) strategi pengembangan kopi arabika sebagai usaha koperasi di Kabupaten gayu.	Analisis SWOT.	(1) alasan petani kopi arabika melakukan kegiatan pengolahan kopi arabika di Kabupaten Gayu antara lain : kurang meningkatkan pendapatan, proses pengolahan kopi arabika yang rumit, para petani kekurangan pengetahuan, tidak ada kepastian pasar dan dukungan pemerintah masih kurang, (2) strategi pengembangan kopi arabika sebagai usaha koperasi di Kabupaten Gayu adalah melakukan kerja sama dengan petani kopi arabika, kelompok tani, pemerintah desa, Dinas pertanian, Dinas Pekerjaan Umum dan lembaga keuangan yang bertindak sebagai sasaran pengguna	(1). Judul Penelitian (2). Lokasi Dan Waktu Penelitian. (3). Metode penelitian. (4). Dalam penelitian terdahulu belum melakukan usaha kopi arabika dengan alasan kurang peningkatan pendapatan, proses pengolahan yang rumit, kurangnya dukungan pemerintah dan sebagainya. (5). Dalam penelitian saya sudah dalam proses persiapan

				program, pengelola program, fasilitator dan pengontrol sehingga dapat membantu perwujudan usaha kopi arabika yang berkembang.	pertumbuhan usaha.
Yodhy Purwo ko Jati (2015)	Strategi Pengembangan Usaha Pengelol aan kelompok Manung gal IV Desa catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli .	(1). untuk mendeskri psikan potensi pengelolaa n kopi (2). penyusuna n strategi pengemba ngan pengelolaa n kopi arabika yang dilakukan oleh kelompok tani manunggal IV Desa catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli .	Analisis SWOT.	(1). strategi agresif (S-O) mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kapasitas produksi, dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan. (2). strategi diversifikasi (S-T), pemindahan lokasi ke tempat yang strategis, menjalin kerjasama dengan pihak swasta, (3). strategi (W-O), pengembangan produk melalui upaya diversifikasi usaha, memperluas pangsa pasar, meningkatkan keterampilan karyawan melalui pelatihan oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat. (4). strategi (W-T), mengatur sistem manajemen yang baik, mempererat hubungan kerjasama dengan pemerintah maupun swasta.	(1). Judul Penelitian. (2). Lokasi Dan Waktu Penelitian. (3). Metode penelitian. (4). Dalam penelitian terdahulu membahas tentang olahan kopi (5). Dalam penelitian saya membahas pengolaan kopi yang dikelola oleh kelompok tani manunggal untuk kebutuhan bubuk kopi arabika bagi anggotanya.
Rina Sari, Sy Ahyana Raesi, Lora Triana, Afriansih Putry 2017	Potensi pengembangan usaha kopi arabika kabupaten tana darat sumatera barat	Tujuan dari penelitian Rina,Sari adalah mendeskri psikan usaha kopi arabika, mengidenti fikasi pengembangan usaha kopi arabika	Analisis SWOT	Hasil analisis usaha tani menunjukkan 1. bahwa pada tahun 2016 diperoleh pendapatan sebesar 4.516.081/ha. Peranan dinas pertanian kabupaten tanah datar dan instansi terkait (lembaga keuangan dan dinas koperasi perindustrian) 2. perdagangan dan UKM juga sangat mendukung. Daerah	1.Hasil penelitian indikator kekuatan (0,215),indikator kelemahan(0,015), indikator peluang (0,167),indikator ancaman (0,178) 2. strategi pengembangan usaha kopi

				pemasaran produk arabika berada antara lain batusangkar, pada kuadrat 1 jakarta, riau, dan jambi, artinya alternatif kendalah yang dihadapi strategi SO adalah harga yang (strenght opportunity) dalam sangat fluktuatif)dalam penelitian ini menggunakan 5 subsistem agribisnis,	
Erwan derman 2016	Strategi pengembangan usaha kopi arabika	Tujuan pengkajian adalah menganalisis lingkungan internal, eksternal usaha kopi arabika lembang di gapoktan mekarsari dan merumuskan strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan oleh gapoktan mekarsi. pengkajian dilakukan di desa mekarwan g, kecamatan lembung, kabupaten lembang.	Analisis SWOT	Hasil penelitian menunjukkan strategi yang perlu diterapkan untuk strategi pengembangan usaha kopi arabika lembang adalah strategi insentif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif, jika posisi perusahaan dengan produk yang ada hendaknya ditingkatkan.	1. Hasil penelitian indikator kekuatan (0,215), indikator kelemahan (0,015), indikator peluang (0,167), indikator ancaman (0,178) 2. strategi pengembangan usaha kopi arabika berada pada kuadrat 1 artinya alternatif strategi SO (strenght opportunity) dalam penelitian ini menggunakan 5 subsistem agribisnis, subsistem hulu, subsistem budidaya, subsistem pasca panen, subsistem pemasaran dan subsistem jasa penunjang