

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI ARABIKA**  
**DIDESA CATUR, KECAMATAN KINTAMANI, KABUPATEN**  
**BANGLI**



**UNMAS DENPASAR**

**OLEH:**

**: ANTONIUS GADDI**

**: 1803542010017**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**  
**FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MAHASARASWATI**  
**DENPASAR**

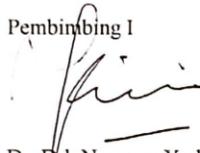
**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul : Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika  
Didesa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli  
Nama : Antonius Gaddi  
NPM : 1803542010017  
Program Studi : Agribisnis

Denpasar, 23 Desember 2021

Pembimbing I



Dr. Drh. Nyoman Yudiariani, S.KH.M. Agb  
NIDN. 080286802

Pembimbing II



Luh Putu Kirana Pratiwi, S.P.M Agb  
NIDN. 0810099201

Mengetahui,

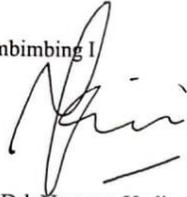
Dekan Fakultas Pertanian Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar



Dr. Putu Pajar Karika Lestari SP.M. Agb  
Nidn. 0826089001

**Skripsi Ini Telah Mendapat Persetujuan Dosen Pembimbing Untuk Diajukan  
Kepada Panitia Dosen Penguji**

Pembimbing I



Dr. Drh. Nyoman Yudiariyani, S.KH.M.Agb  
NIDN: 080286802

pembimbing ii



Luh Putu Kirana Pratiwi, S.P.M Agb  
NIDN: 0810099201

Mengeahui

Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Pertanian Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Ketua



Dr. Ir. Made Sukerta, M.Si.  
NIDN. 0831126220



Sekretaris



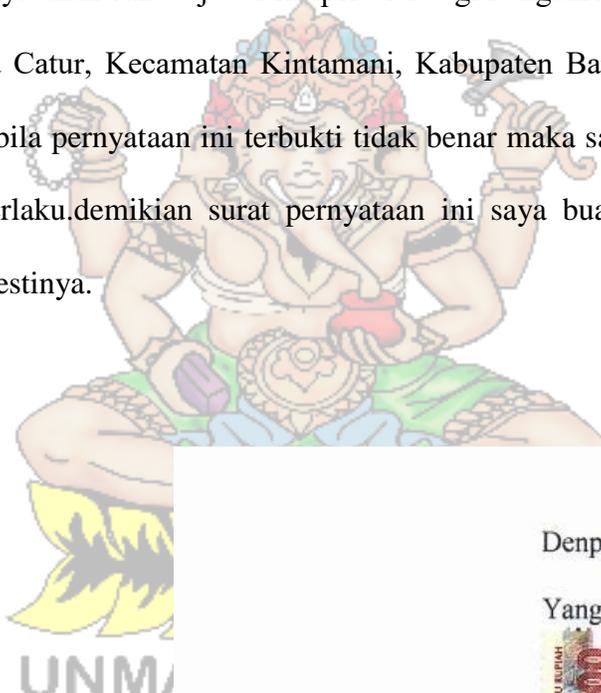
Dr. Ir. I Ketut Sumantra, MP.  
NIDN. 0031126142

Tanggal Lulus: 23 Desember 2021

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Antonius Gaddi  
Npm : 1803542010017  
Fakultas : Pertanian Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa judul skripsi” Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika Didesa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli ”benar bebas dari plagiat dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku,demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Denpasar, 23 Desember 2021

Yang Membuat Pernyataan



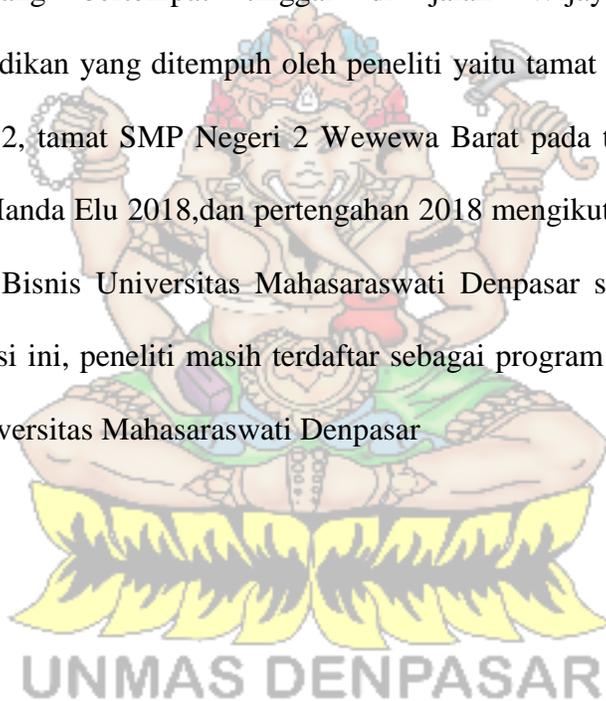
Antonius Gaddi  
1803542010017

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap saya Antonius Gaddi panggilan Anton, Lahir Kareka Mangeda, Kecamatan Wewewa Barat, Kabupaten Sumba Barat Daya, Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) pada tanggal 4 Juli 1998, dari pasangan suami istri, bapak Petrus Dappa Ngara, dan Yuliana Dada Gole. Anak kedua dari tujuh bersaudara.

Peneliti sekarang bertempat tinggal di jalan Wijaya Kusuma no 19 Denpasar. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu tamat SDK Kalembu Kutura pada tahun 2012, tamat SMP Negeri 2 Wewewa Barat pada tahun 2015, dan tamat SMA Swasta Manda Elu 2018, dan pertengahan 2018 mengikuti program S1 Fakultas Pertanian Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar sampai dengan dengan penulisan skripsi ini, peneliti masih terdaftar sebagai program S1 Fakultas Pertanian Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar



## ABSTRAK

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor paling penting di Indonesia yang menyumbangkan devisa cukup besar bagi Indonesia. Produksi kopi di Indonesia masih berfluktuasi. Kabupaten Bangli merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Bali yang mempunyai potensi cukup besar untuk mengembangkan komoditas kopi arabika. Namun demikian, ada beberapa kendala mengembangkan agribisnis kopi arabika di CV Abian. Kintamani Bangli yaitu pemanfaatan sumberdaya lahan, aspek budidaya, aspek panen dan pasca panen, serta aspek kelembagaan. 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. Penelitian tersebut dilakukan dari bulan Juli 2021 sampai dengan September 2021. Penentuan Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja atau *purposive*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah berjumlah 55 orang. Jumlah responden internal 45 orang dan eksternal 10 orang. Metode yang digunakan dalam menentukan responden yaitu metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis SWOT. Berdasarkan analisis SWOT dalam penelitian ini menghasilkan sepuluh faktor kekuatan, sepuluh faktor kelemahan, sepuluh faktor peluang dan sepuluh faktor ancaman. Berdasarkan diagram SWOT diketahui bahwa pengembangan agribisnis kopi arabika berada pada kuadran I yang memiliki arti bahwa strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan agribisnis kopi arabika yaitu menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Tiga strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan agribisnis kopi arabika pada CV.Abian di desa Catur Kintamani Bangli yaitu mengembangkan sumber daya yang dimiliki, meningkatkan kerja sama antara pemerintah dan petani, serta mengembangkan manajemen pemasaran.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan, Analisis SWOT, Usaha, Kopi arabika.

UNMAS DENPASAR

## ABSTRACT

*Coffee is one of the most important export commodities in Indonesia that contributes considerable foreign exchange to Indonesia. Coffee production in Indonesia is still fluctuating. Bangli Regency is one of the regencies in Bali Province that has considerable potential to develop arabica coffee commodities. Nevertheless, there are some obstacles to developing arabica coffee agribusiness in CV Abian. Kintamani Bangli is the utilization of land resources, aspects of cultivation, aspects of harvest and post-harvest, and institutional aspects. The purpose of this study is 1). identifying internal and external factors in the development of arabica coffee business in Catur village, Kintamani Subdistrict, Bangli Regency 2). Identify alternative strategies in the development of arabica coffee production business in Catur village, Kintamani Subdistrict, Bangli regency. The study was conducted from July 2021 to September 2021. The determination of the location of the study is determined intentionally or purposively. The number of respondents in this study was 55 people. The number of internal respondents is 45 people and external 10 people. The method used in determining respondents is the purposive sampling method. The analytical method used in this study is using swot analysis methods. Based on SWOT analysis in this study resulted in ten strength factors, ten weakness factors, ten odds factor and ten threat factors. Based on the SWOT diagram it is known that the development of arabica coffee agribusiness is in quadrant I which means that the strategy that can be addressed to develop arabica coffee agribusiness is to use power and take advantage of existing opportunities. Three strategies that can be applied to develop arabica coffee agribusiness on CV. Abian in The Village of Catur Kintamani Bangli is developing the resources owned, increasing cooperation between the government and farmers, and developing marketing management.*

*Keywords: Strategy, Development, SWOT Analysis, Business, Arabica Coffee.*

UNMAS DENPASAR

## RINGKASAN

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. Ada dua jenis kopi yang cukup terkenal di Indonesia yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Kopi arabika adalah salah satu dari beragam jenis kopi yang dibudidayakan secara global, 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.

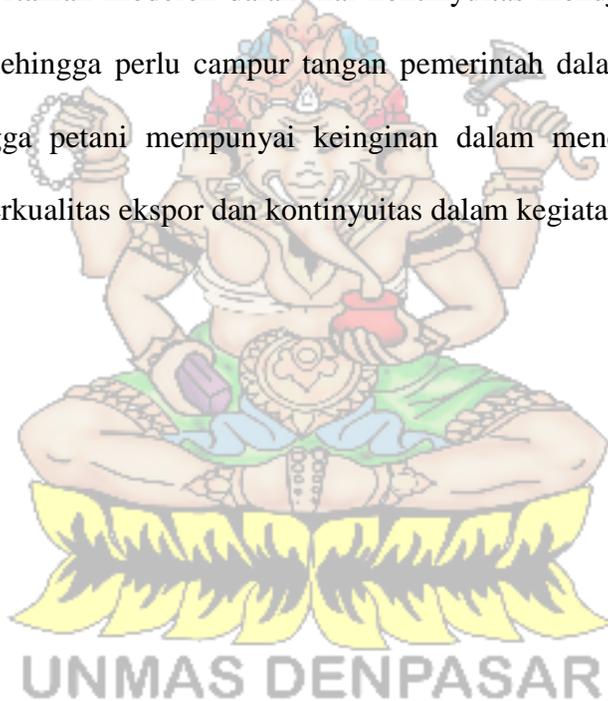
Kopi arabika desa Catur telah di ekspor oleh pihak ketiga ke Jepang, Korea Selatan, dan Taiwan. Desa Catur merupakan Salah satu wilayah yang mendapatkan sertifikasi indikasi geografis kopi arabika di Bali. BPS Provinsi Bali (2017) menyebutkan bahwa Kintamani memiliki luas lahan perkebunan kopi 5.656 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. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu 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.

Penelitian ini dilakukan di desa catur, kecamatan kintamani, kabupaten bangli, lokasi penelitian di tentukan secara sengaja (*purposive*), responden dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode (*simple random sampling*), responden internal sebanyak 45 orang dan responden eksternal sebanyak 10 orang, data diperoleh dari wawancara terkait dari strategi pengembangan agribisnis kopi arabika dan berhubungan dengan faktor-faktor internal dan eksternal

Hasil penelitian menunjukkan analisis strategi pengembangan agribisnis kopi arabika menemukan: 1) Indikator kekuatan: Jumlah produksi kopi arabika (0,234). Menemukan indikator kelemahan: Harga sarana produksi mahal (0,144), menemukan Indikator peluang: Kondisi agrolimat yang khas di kintamani tersertifikasi indikasi geografis menjadi dasar (0,175). Menemukan indikator ancaman: Kontinuitas menuju pasar ekspor (0,197). Strategi pengembangan agribisnis kopi arabika berada pada kuadran 1 yang artinya strategi yang dapat dilaksanakan pada kuadran ini adalah bertumbuh dan membangun, strategi SO (*Strenght Opportuniti*). Alternatif strategi adalah: Manfaatkan ketersediaan lahan untuk melakukan perluasan pengembangan agribisnis kopi (S1, S7, O1, O4,.) Memanfaatkan pengaruh sosial dan budaya sebagai salah satu potensi pengembangan agribisnis dalam memasarkan produk kopi arabika yang berkualitas (S1, S5, S8, O2, O5), Meningkatkan kemampuan petani dalam pengembangan kopi arabika melalui penyuluhan (S4, S6, O3, O4,.)

Saran 1) Bagi petani diharapkan kelemahan –kelemahan yang ada seharusnya dapat ditindak dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Dalam hal ini dibutuhkan komitmen yang jelas dari para petani dan pengambilan kebijakan oleh Dinas pertanian untuk mengembangkan agribisnis kopi arabika dalam rencana dan program pengembangan. 2) Bagi Pemerintah, Pemerintah selaku pemberi kebijakan pasar diharapkan pada pertanian moderen ini mampu mengambil bagian dalam menciptakan pertanian moderen dalam hal kontinyuitas menuju pasar ekspor masih belum efektif sehingga perlu campur tangan pemerintah dalam proses ekspor kopi arabika, sehingga petani mempunyai keinginan dalam menciptakan produk kopi arabika yang berkualitas ekspor dan kontinyuitas dalam kegiatan ekspor.



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa karena atas karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan bukan hanya karena usaha penulis sendiri melainkan berkat bantuan dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr.Ir. Made Sukerta, M.Si. Selaku dekan Fakultas Pertanian, Universitas Mahasaraswati Denpasar.
2. Ibu Dr. Drh. Nyoman Yudiariani. S.KH.M. Agb. Selaku dosen pembimbing pertama yang telah bersedia untuk membimbing, memeriksa dan memberikan petunjuk serta saran dalam penyusunan skripsi ini
3. Ibu Luh Putu Kirana Pratiwi, S.P.M Agb. Selaku dosen pembimbing kedua yang telah bersedia untuk meluangkan waktu untuk membimbing, memeriksa dan memberikan petunjuk serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Dosen Fakultas Pertanian Dan Bisnis yang memberikan bekal pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Pertanian Universitas Mahasaraswati Denpasar.
5. Orang tua yang telah mendoakan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini atas segala dukungan dan Doa, sehingga penulisan ini dapat selesai sesuai waktu yang di tentukan.

6. Kepada petani yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dukungan yang semangat.

Akhir kata, penulis berharap agar Proposal yang telah disusun ini dapat memberikan manfaat serta tambahan pemikiran bagi kita semua khususnya untuk dunia pendidikan dan ilmu pertanian Agribisnis.



Denpasar.....2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul</b> .....	
<b>Lembar Persetujuan Skripsi</b> .....	<b>I</b>
<b>Lembar Persetujuan Panitia Skripsi</b> .....	<b>II</b>
<b>Pernyataan Bebas Plagiat</b> .....	<b>III</b>
<b>Daftar Riwayat Hidup</b> .....	<b>IV</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>V</b>
<i>Abstrack</i> .....	<b>VII</b>
<b>Ringkasan</b> .....	<b>VII</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>X</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>XII</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>XV</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>VII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Kopi .....	11
2.2 Jenis-Jenis Kopi Arabika .....	12
2.2.1 Teknik Budidaya Kopi Arabika .....	16
2.2.2 Pascah Panen .....	18
2.2.3 Pengolahan Kopi Arabika .....	20
2.3 Agribisnis .....	22
2.4 Manajemen Bisnis .....	25
2.5 Strategi Pengembangan .....	28

2.6 Matriks Swot .....	30
2.7 Kerangka Berpikir .....	31
2.8 Penelitian Terdahulu .....	33
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	36
3.2 Jenis Dan Sumber Data .....	36
3.2.1 Jenis Data .....	36
3.2.2 Sumber Data .....	37
3.3 Penentuan Responden .....	37
3.3.1 Populasi .....	37
3.3.2 Sampel .....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	39
3.5 Operasional Variabel .....	41
3.6 Metode Analisis Data .....	43
3.6.1 Matriks EFAS .....	43
3.6.2 Matriks IFAS .....	45
3.6.3 I-E Matriks .....	46
3.6.4 Matriks SWOT .....	48
<b>BAB 4 GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Kondisi Geografis Lokasi Penelitian .....	50
4.2 Kondisi Demografis Desa Catur Tahun 2021 .....	51
4.2.1 Jumlah Penduduk Desa Catur Tahun 2021 .....	51
4.2.2 Jumlah Pendidikan Di Desa Catur Tahun 2021 .....	51
4.3 Keadaan Sosial Dan Budaya .....	53
<b>BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
5.1 Karakteristik Responden .....	54
5.1.1 Karakteristik Responden Internal Berdasarkan Umur .....	54
5.1.2 Karakteristik Responden Eksternal Berdasarkan Umur .....	55
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Internal Dan Eksternal .....	55

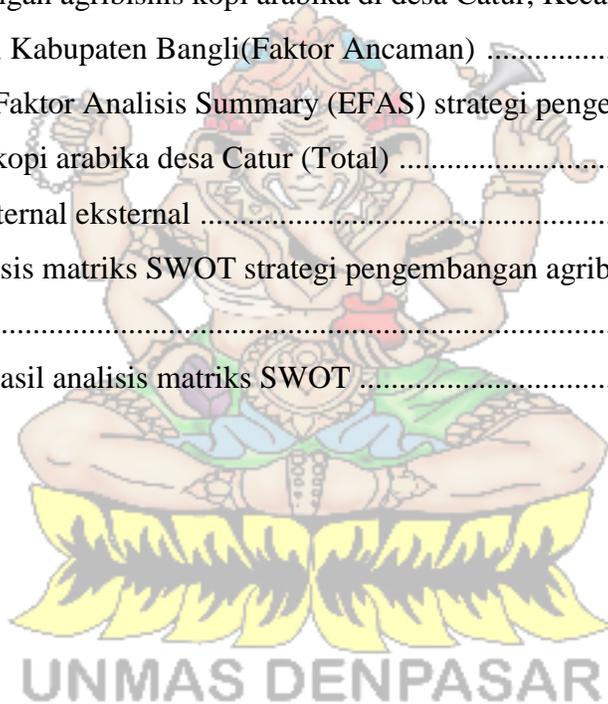
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan Kopi Arabika	57
5.2 Analisis Matriks Ifas Dan Efas .....	57
5.2.1 Matriks Internal Factor Analisis Summary (IFAS).....	57
5.2.2 Matriks Eksternal Factor Analisis Summary (EFAS) .....	60
5.2.3 Matriks Internal Dan Eksternal .....	62
5.2.4 Analisis Matriks SWOT .....	64
5.2.5 Alternatif Strategi .....	67
5.2.5.1 Strategi SO .....	67
5.2.5.2 Strategi ST .....	67
5.2.5.3 Strategi WO .....	68
5.2.5.4 Strategi WT .....	68
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
6.1 Kesimpulan .....	69
6.2 Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>



## DAFTAR TABEL

1.1 Produksi Dan Permintaan Konsumen Terhadap Kopi Arabika Di Ndongesia Dari Tahun 2015-2019 .....	4
1.2 Data Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2015-2019.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
3.1 Data Responden Eksternal Penelitian .....	40
3.2 Operasional Variable .....	42
3.3 Matriks EFAS .....	45
3.4 Matriks IFAS.....	47
3.5 Matris Internal-Eksternal .....	48
3.6 Matriks SWOT .....	49
4.1 jumlah penduduk desa Catur tahun 2021 .....	51
4.2 Jumlah pendidikan didasa Catur, kecamatan Kintamani, kabupaten Bangli tahun 2021 .....	52
4.3 Mata pencaharian pokok di desa Catur 2021 .....	53
5.1 Karakteristik umur responden internal, desa Catur, kecamatan Kintamani, kabupaten Bangli .....	54
5.2 Karakteristik responden eksternal .....	55
5.3 Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan desa Catur, kecamatan Kintamani, kabupaten Bangli .....	55
5.4 Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan responden eksternal desa Catur, kecamatan Kintani, kabupaten Bangli .....	56
5.5 Karakteristik petani berdasarkan luas lahan kopi arabika di desa Catur, kecamatan Kintamani kabupaten Bangli .....	57
5.6 Internal analisis factors analisis summary(ifas) strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di desa Catur, kecamatan Kintamani, kabupaten Bangli(Faktor Kekuatan) .....	58
5.7 Internal Analisis Faktors Analisis Summary(IFAS) strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di desa Catur, kecamatan Kintamani	

kabupaten Bangli(Faktor Kelemahan) .....	59
5.8 Internal Analisis Faktors Analisis Summary(IFAS) strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di desa Catur, kecamatan Kintamani, kabupaten Bangli (Total) .....	59
5.9 Eksternal Analisis Faktors Analisis Summary(EFAS) strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di desa Catur, kecamatan Kintamani, kabupaten Bangli(Faktor Peluang) .....	60
5.10 Eksternal Analisis Faktors Analisis Summary(EFAS) strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli(Faktor Ancaman) .....	61
5.11 Eksternal Faktor Analisis Summary (EFAS) strategi pengembangan agribisnis kopi arabika desa Catur (Total) .....	62
5.12 Matriks internal eksternal .....	63
5.13 Hasil analisis matriks SWOT strategi pengembangan agribisnis kopi arabika .....	65
5.14 Lanjutan hasil analisis matriks SWOT .....	66



## DAFTAR GAMBAR

2.1 Keterkaitan Antara Subsistem Agribisnis .....	26
2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	34
4.1 Peta Lokasi Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli ....	50



# **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.

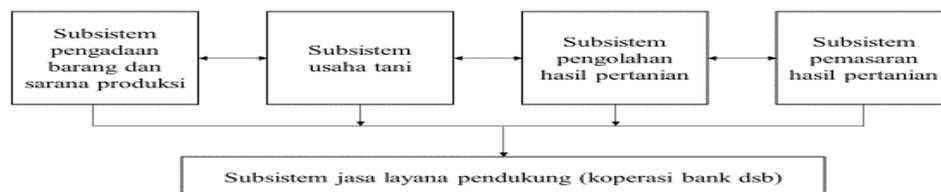
## 6 Subsistem pembinaan

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 baku sampai ke mesin dan listrik. Selanjutnya untuk belanja perusahaan seperti kertas hingga ke pantry. Semua harus diatur dengan baik agar kegiatan di perusahaan 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.

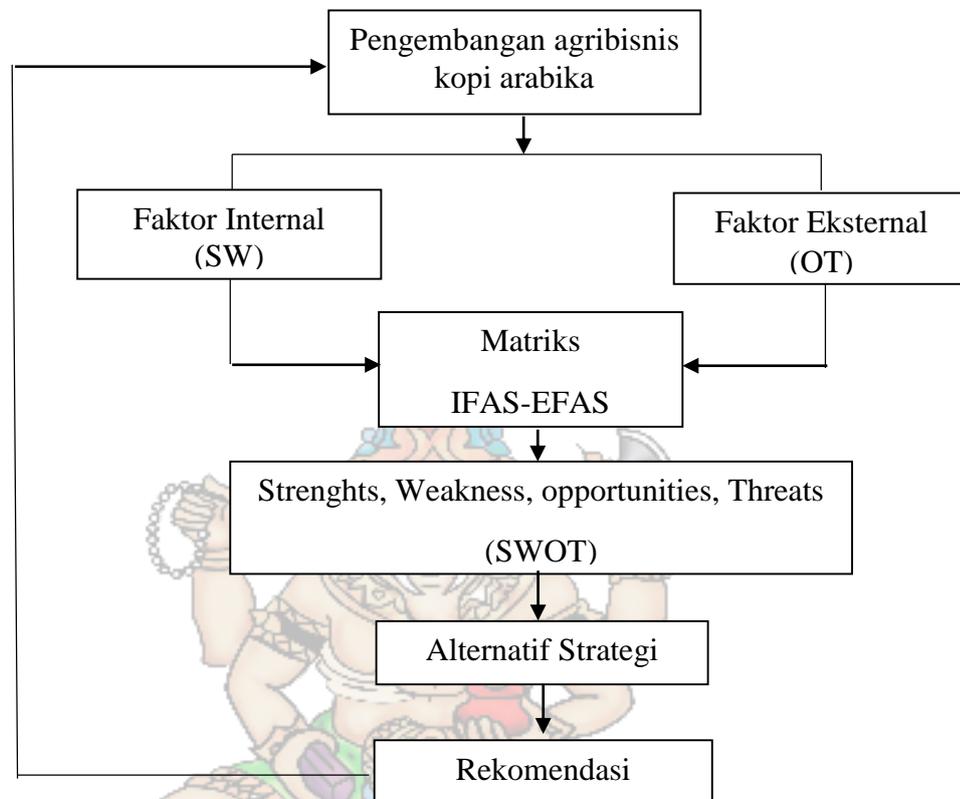
1. Strategi SO: strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST: strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO: strategi 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 Pengelolaan kelompok tani Manunggal IV Desa catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli .	(1). untuk mendeskripsikan potensi pengelolaan kopi (2). penyusunan strategi pengembangan pengelolaan 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 mendeskripsikan usaha kopi arabika, mengidentifikasi 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 antara lain batusangkar, jakarta, riau, dan jambi, kendala yang dihadapi adalah harga yang sangat fluktuatif	arabika berada pada kuadrat 1 artinya alternatif strategi SO (strenght opportunity) 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

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan Di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Adapaun waktu penelitian dilaksanakan pada bulan juli 2021 sampai dengan selesai. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) yakni suatu metode yang dilakukan secara sengaja yang didasarkan atas pertimbangan bahwa :

1. Desa catur salah satu desa yang merupakan penghasil kopi arabika sejak 2010 sampai saat ini.
2. Petani Di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli melakukan produksi kopi arabika secara konsisten setiap tahun.
3. Belum pernah dilakukan penelitian serupa pada lokasi penelitian.

#### **3.2 Jenis Dan Sumber Data**

##### **3.2.1 Jenis Data**

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka yang dapat di hitung, dinyatakan dalam satuan hitung (sugiono 2015). Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah satuan yang dihitung jumlah produksi, harga kopi merah, harga kopi basah, harga kopi kering, biaya produksi dan pendapatan.
2. Data kualitatif yaitu data berbentuk kata, kalimat, gambar atau data yang berbentuk deskripsi yang tidak berbentuk angka -angka dan tidak dapat di ukur dengan satuan hitung (Bogdan dan Taylor, 2007) Dalam penelitian adalah strategi pengembangan agribisnis kopi arabika.

### 3.2.2 Sumber Data

1. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden Di Desa Catur diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan agribisnis kopi dan yang berhubungan dengan faktor–faktor internal dan eksternal subsitem hulu subsitem budidaya, subsistem pengolahan hasil, subistem pemasaran dan subsistem jasa penunjang.
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung untuk mendapatkan informasi atau keterangan dari objek yang diteliti tujuan untuk mendukung penelitian ini. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku – buku terkait Internet literature dan instansi berupa Kantor Desa Catur Badan Pusat Statistik Propinsi Bali, Badan Pusat statistik Kabupaten Bangli dan perpustakaan.

### 3.3 Penentuan Responden

#### 3.3.1 Populasi

Populasi penelitian adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto,2014). Sedangkan menurut Sugiyono (2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan.

Pada penelitian ini populasi yang di ambil semua petani yang terhimpun di Desa Catur,Kecamatan Kintamani,Kabupaten Bangli, yang berjumlah 80 orang.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk

pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*, sengaja dilakukan karena petani memiliki lahan yang lebih dari 1 ha.

Sampel dalam penelitian ini ada 55 orang yang di bagi dalam 2 sampel yaitu internal dan eksternal. Sampel Internal (petani kopi arabika desa Catur) adalah sejumlah 45 orang melalui metode *random sampling* penentuan sampel dimana semua individu baik secara sendiri atau secara bersama di beri kesempatan yang sama untuk di pilih sebagai anggota sampel dengan menggunakan rumus Slovin. (Sugiyono, 2017)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang masih ditolerir ditentukan kelonggaran 10%

$$n = \frac{80}{1 + 80(0,1)^2}$$

$$N = \frac{80}{1 + (0,01)}$$

$$n = \frac{80}{1 + 0,1}$$

$$n = \frac{80}{1,1}$$

$$n = 44,4444$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus slovin, sampel pada responden internal diperoleh sebanyak 45 orang petani kopi arabika yang tersebar di Desa

Catur. Sampel eksternal adalah konsumen sebanyak 10 orang yang dipilih dengan teknik *purpose sampling* atau sengaja seperti aparat desa 2, penyuluh pertanian 1, dan perusahaan kopi lain 2, konsumen 5, yang paling potensial maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel. (Sugiyono, 2012;123).

Tabel 3.1 Data Responden Eksternal

No	Responden eksternal	Jumlah Orang
1	Aparat Desa	2
2	Penyuluh pertanian	1
3	Perusahaan kopi lain	2
4	Konsumen	5
Total		10

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung ke lokasi yaitu di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kopi arabika.
2. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dengan narasumber atau responden yang dipilih untuk mendapatkan data yang diperlukan, yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kopi arabika.
3. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner digunakan ketika peneliti ingin mengetahui persepsi

atau kebiasaan suatu populasi berdasarkan responden yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kopi arabika.

4. Study Pustaka yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen atau catatan yang ada baik dari petani kopi maupun dari browsing internet, referensi lain yang terkait dengan penelitian.
5. Dokumentasi adalah metode pemberian atau pengumpulan bukti keterangan seperti gambar, kutipan dan referensi lain untuk melengkapi data yang dikumpulkan dengan kuisisioner penelitian strategi pengembangan usaha kopi arabika.



### 3.5 Operasional Variabel

Variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No	Variabel	indikator	Parameter	pengukuran
1.	Strategi	1. Kekuatan	a. Jumlah produksi kopi arabika b. Ketersediaan air dalam penyiraman c. Akses kredit petani kopi arabika terindikasi geografis d. Ketersediaan lahan kopi arabika e. Teknik pasca panen kopi arabika f. Pemangkasan kopi arabika g. Harga sesuai dengan kualitas produk h. Harga lebih tinggi apabila di jual melalui CV Abian i. Penyuluhan kopi arabika pada petani rutin di lakukan j. Pemupukan kopi arabika	Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif
		Kelemahan	a. Teknik pengemasan kurang optimal b. Tingkat pendidikan petani rendah c. Tingkat adopsi iptek yang masih rendah d. Pengendalian hama penyakit tidak optimal e. Teknologi dalam pengolahan kopi masih sederhana f. Harga sarana produksi mahal g. Meningkatnya konversi lahan h. Perubahan cuaca yang tidak menentu menyebabkan penurunan produktifitas i. Kurangnya pembinaan petani dalam persiapan lahan menuju pengembangan agribisnis j. Kurangnya teknologi mesin petik untuk mempermudah panen hasil kopi arabika	Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif
		Peluang	a. Kondisi agrolimat yang khas di kintamani tersertifikasi indikasi geografis menjadi dasar b. Pengaruh sosial dan budaya sebagai salah satu potensipengembangan agribisnis c. Tumpang sari kopi dan jeruk menjadi cita rasa khas kopi arabika kintamani d. Pertanian berbasis Tri Hita Karana menjadi daa tarik wisata kearfan lokal e. Teknik roasting mempengaruhi cita rasa kopi f. Pengemasan yang baik dan menarik berpengaruh pada minat konsumen	Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif Kualitatif kualitatif Kualitatif



### 3.6 Metode Analisis Data

Analisis data digunakan untuk menentukan strategi awal dengan cara mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Data yang sudah di identifikasikan kemudian disusun dalam bentuk tabulasi dan dianalisis.

#### 3.6.1 Matriks EFAS

Matriks EFAS merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data eksternal penelitian. Pada tahap ini model yang digunakan adalah matriks faktor strategi eksternal. Berikut ini adalah tahapan atau cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS):

- 1) Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skor (1) (Tidak Baik. Skor 2 (Kurang Baik), Skor (3) Cukup Baik, Skor (4) Baik. Dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi penelitian (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor 1,00). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Hitung rating (dalam kolom.
- 3) Untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi penelitian yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1. Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya.

- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- 5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- 6) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi penelitian yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana penelitian tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan usahatani ini dengan usaha tani lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 3. 2 Matriks EFAS

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang( <i>strenght</i> )			
Sub total			
Ancaman( <i>weakness</i> )			
Sub total			
total	1,00		
Selisih antara sektor peluang dan ancaman			

### 3.6.2 Matriks IFAS

Data internal yang menyangkut kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) sebuah penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan matrik IFAS. Matrik IFAS disusun untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategi internal. Tahap-tahap untuk menentukan strategi internal adalah sebagai berikut:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan penelitian dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skor (1) (Tidak Baik, Skor (2) Kurang Baik, Skor (3) Cukup Baik, Skor (4) Baik. Dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi penelitian (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor 1,00).
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi penelitian yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk dalam kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik), dengan membandingkan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif sebaliknya.
4. Kalikan bobot pada kolom 2, dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh hasil pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,00 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).

5. Gunakan kolom 5 untuk komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, serta bagaimana cara perhitungan pembobotannya.
6. Jumlah skor pembobotan (kolom 4) untuk memperoleh skor total pembobotan bagi penelitian yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana penelitian tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan dengan penelitian ini dengan penelitian lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 3. 3 Matriks IFAS

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan( <i>strenght</i> )			
Sub Total			
Kelemahan( <i>weakness</i> )			
Sub Total			
Total	1,00		
Selisih antara Skor Kekuatan dan Kelemahan			

### 3.6.3 I-E Matriks

Internal - Eksternal (I-E) merupakan hasil penggabungan antara matriks IFAS dan matriks EFAS. Matriks Internal Eksternal (I-E) digunakan untuk menganalisis posisi organisasi atau perusahaan secara terperinci dan melihat strategi yang baik untuk diterapkan. Pada sumbu X matriks Internal - Eksternal (I-E) dengan total nilai IFAS yang di beri bobot 1,0 hingga 1,99 dianggap lemah, nilai 2,00 hingga 2,99 dianggap sedang dan nilai 3,00 hingga 4,00 dianggap kuat. Pada sumbu Y matriks Internal - Eksternal (I-E) total nilai EFAS yang diberi bobot 1,00 hingga 1,99

dianggap rendah, nilai 2,00 hingga 2,99 dianggap sedang, dan nilai 3,00 hingga 4,00 adalah tinggi.

Menurut David dalam Kusnandar (2017) matriks IE dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yang berbeda-beda. Pertama, ketentuan untuk divisi- divisi yang masuk dalam sel I, II, dan IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun. Kedua, divisi – divisi masuk dalam sel III, V, VII dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan. Ketiga, ketentuan umum untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, dan IX adalah panen atau divestasi.

**Tabel 3. 4 Matriks Internal-Eksternal**

**SKOR BOBOT TOTAL IFAS**

		Kuat - 30	Sedang - 20	Lemah - 1.0
<b>SKOR TOTAL BOBOT EFAS</b>	4.0	I	II	III
	Tinggi			
	3.0	IV	V	VI
	Sedang			
	2.0	VII	VIII	IX
Rendah				
	1.0			

Sumber: Rangkuti (2008)

### 3.6.4 Matriks SWOT

Menurut Rangkuti (2008) matriks SWOT adalah yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Berikut adalah matriks alternatif strategi SWOT akan dilihat pada tabel 3.6.

Tabel 3. 5 Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strategi (S) Tentukan 5-10 faktor Kekuatan internal	Weakness (W) Tentukan 5-10 faktor Kelemahan internal
Opportunities (O) Tentukan 5-10 faktor Peluang eksternal	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Strategi S – T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W – T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti 2018

Matriks SWOT (*Strength Weakness Opportunity - Threat*) adalah matriks yang memiliki empat sel alternatif yang dapat di pilih sebagai upaya untuk dapat mengembangkan usaha. Keempat alternatif tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Strategi S-O.

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan

memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya

2. Strategi S-T.

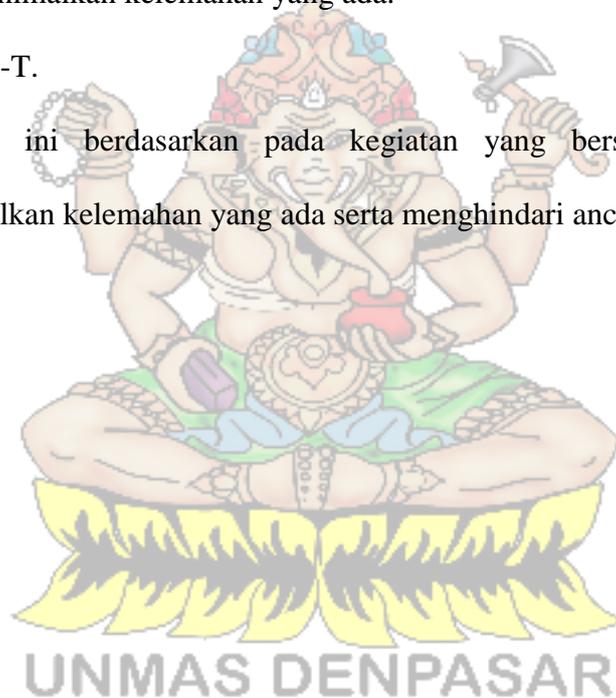
Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi W-O.

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi W-T.

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.



## BAB IV

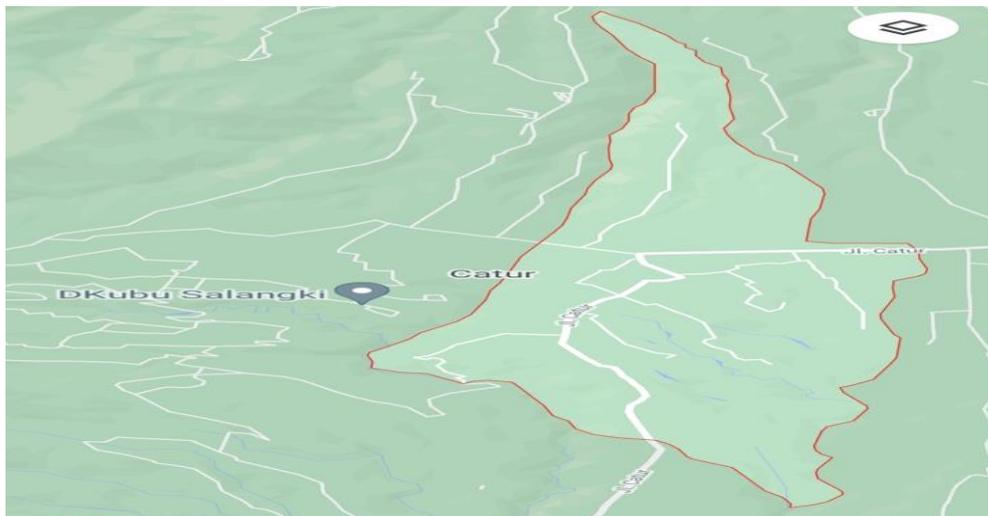
### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### 4.1 Kondisi Geografis Lokasi Penelitian

Desa Catur berada di ketinggian 1.250 m di atas permukaan laut. Terletak di ujung Barat Kecamatan Kintamani, Desa yang terkenal dengan penghasil kopi dan jeruk, berbatasan dengan Kabupaten Badung di sebelah selatan dan Kabupaten Buleleng di bagian Barat. Letak Desa yang sangat strategis dan Akses Jalan Provisis yang sangat memadai. Desa Catur berjarak 60 Km dari Kota Denpasar, 45 Km menuju Kabupaten Bangli dan 35 Km ke Singaraja.

Adapun batas - batas Desa Catur yaitu :

1. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabunpate Bangli
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Tambakan, Kabupaten Buleleng
3. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pengejaran, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli
4. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Belok Sidan, Kabupaten Badung



Gambar 4.1 Peta Lokasi Desa Catur Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli

## 4.2 Kondisi Demografi Desa Catur Tahun 2021

### 4.2.1 Jumlah Penduduk di Desa Catur 2021

Berdasarkan pencatatan oleh aparat Desa Catur pada tahun 2021 jumlah penduduk adalah sebanyak 2052 jiwa, terdiri dari 1057 jiwa penduduk laki – laki dan penduduk perempuan terdiri dari 995 jiwa.

Tabel 4.1. Jumlah penduduk Desa Catur tahun 2021

No	Umur	Jumlah			
		Laki-Laki	(%)	Perempuan	(%)
1	<25	396	37,46	374	37,59
2	26-60	534	50,52	471	47,34
3	61-75	87	8,23	96	9,65
4	>75	44	4,16	50	5,03
	Total	1057	100,00	995	100,00

Sumber: Profil Desa Catur 2021

Dari Tabel 4.1 menunjukan jumlah penduduk laki -laki lebih banyak dibandingkan perempuan, dengan demikian tidak terdapat perbedaan yang jauh antaran penduduk laki -laki dan perempuan. Dilihat dari jumlah persentase yang paling tinggi, baik penduduk laki-laki maupun perempuan berada pada usia produktif yaitu 26-60 tahun. ini menunjukan kegiatan pertanian yang dilakukan penduduk berada pada golongan usia produktif, semakin produktif seorang penduduk maka berpengaruh seorang untuk berpartisipasi dalam megembangkan pertanian.

### 4.2.2 Jumlah Pendidikan Di Desa Catur Tahun 2021

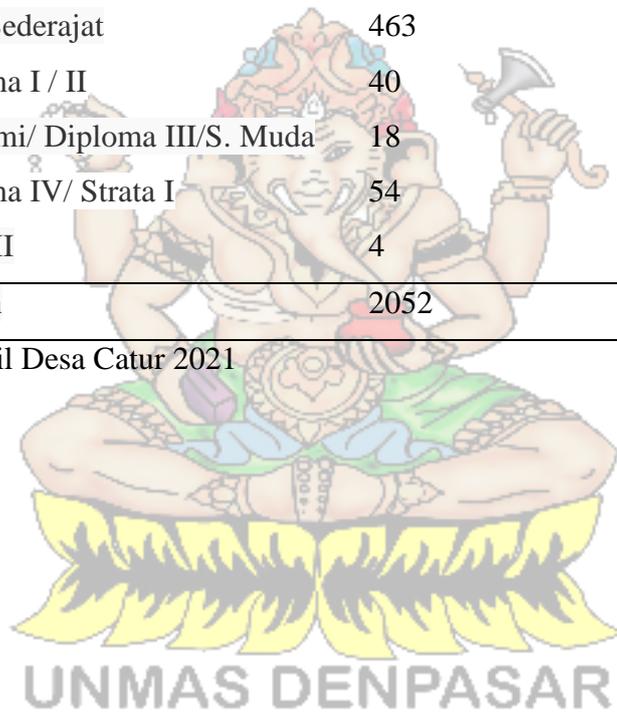
Dari Tabel 4.2 di bawah menunjukan bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Catur, (SD) lebih tinggi 626 orang (30.51%). Kondisi ini belum efisien menunjang dalam penyerapan teknologi ataupun inovasi baru dalam bidang pertanian. dimana

semakin rendah pendidikan seorang dapat mempengaruhi tingkat penyesuaian pemanfaatan teknologi yang terus berkembang.

Tabel 4.2 Jumlah Pendidikan di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

No	Pendidikan	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	Tidak / Belum Sekolah	222	10.82
2	Belum Tamat SD/Sederajat	243	11.84
3	Tamat SD/ Sederajat	626	30.51
4	Sltp/Sederajat	382	18.62
5	Slta / Sederajat	463	22.56
6	Diploma I / II	40	1.95
7	Akademi/ Diploma III/S. Muda	18	0.88
8	Diploma IV/ Strata I	54	2.63
9	Strata II	4	0.19
	Jumlah	2052	100.00

Sumber: Profil Desa Catur 2021



### 4.3 Keadaan Sosial dan Budaya

Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli memiliki latar belakang agama mayoritas pemeluk agama Hindu dengan jumlah 2010 orang (97.95%) dari jumlah penduduk 2052 (100%) dan sisanya memeluk agama Islam, Budha Dan Katolik.

Tabel 4.3 Mata Pencarian Pokok di Desa Catur 2021

No	Jenis pekerjaan	Jumlah(orang)	Persentase(%)
1	Belum/tidak bekerja	693	33,77
2	Pengurus rumah tangga	170	8,28
3	Pensiunan	3	0,13
4	Pegawai negeri sispil	17	0,74
5	TNI	2	0,09
6	Polri	5	0,22
7	Pedagang	45	1,95
8	Petani	681	29,24
9	Transportasi	1	0,04
10	Karyawan swasta, bumd, honorer	301	13,05
11	Buruh harian lepas, buruh tani	14	0,6
12	Tukang kayu	2	0,09
13	Tukang jahit	3	0,13
14	Mekanik	2	0,09
15	Pendeta	2	0,09
16	Dosen	1	0,04
17	Guru	6	0,26
18	Arsitek	1	0,04
19	Perawat	3	0,13
20	Sopir	6	0,26
21	Perangkat desa	10	0,43
22	Wiraswasta	86	3,73
	Jumlah	2052	100

Sumber: Profil Desa Catur 2021

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa jenis pekerjaan di Desa Catur beragam. Dapat dilihat bahwa tidak bekerja / belum produktif rata-rata masih kecil dan lansia sedangkan yang produktif petani 683 orang (29,24%) pengaruh terhadap pengembangan pertanian.

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini responden adalah petani kopi Arabika di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli dan fokus penelitian ini pada petani kopi arabika. Penelitian ini memiliki 45 orang responden internal dan 10 orang responden eksternal dengan karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi umur, pendidikan, luas lahan. Adapun tentang karakteristik responden dapat diuraikan sebagai berikut:

##### 5.1.1 Karakteristik Responden Internal Berdasarkan Umur

Umur merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kemampuan seseorang untuk melakukan aktivitas, responden sangat mempengaruhi produktivitas kerja atau peranannya dalam pengambilan keputusan dari berbagai alternatif pekerjaan yang dilakukan. Untuk mengetahui umur responden dapat dilihat pada Tabel 5.1 berikut ini.

Tabel 5.1 Karakteristik Umur Responden Internal Desa Catur Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	15-65	45	100,00
2	>65	0	0,00
	Total	45	100,00

*Sumber: Analisis Data primer, 2021*

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 5.1 diatas, menunjukkan bahwa jumlah tertinggi pada kriteria umur produktif sebanyak 15-65 tahun sebanyak 45 orang dengan persentase (100,00%) tergolong usia produktif. Hal ini karena umur yang produktif berpengaruh terhadap produktivitas pengembangan agribisnis kopi arabika dan pengelolaan pertanian yang produktif.

### 5.1.2 Karakteristik Responden Eksternal Berdasarkan Umur

Responden eksternal badan yang memberikan kebijakan kegiatan perencanaan pengembangan. Karakteristik dapat dilihat pada Tabel 5. 2

Tabel 5.2 Karakteristik Responden Eksternal

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	15-65	10	100
2	>65	0	0
Total		10	100

Sumber: Analisis Data primer, 2021

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 5.1.2 diatas, menunjukkan bahwa jumlah tertinggi pada kriteria umur produktif sebanyak 15-65 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase (100%) tergolong usia produktif. Hal ini karena umur yang produktif berpengaruh terhadap kebijakan pengembangan kopi arabika.

### 5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Internal dan Eksternal.

Tingkat Pendidikan ialah salah satu faktor yang menentukan produktifitas kerja, sikap serta kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan dan bertindak. Tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel berikut ini

Tabel 5.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden Internal Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	17	37,78
2	SMP	7	15,56
3	SMA	21	46,67
Jumlah		45	100,00

Sumber: Analisi Data Primer, 2021

Tabel 5.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden Eksternal Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMP	5	50
2	SMA	2	20
3	D3/S1	3	30
	Jumlah	10	100

Sumber: *Analisi Data Primer, 2021*

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 5.4 di atas, menunjukkan bahwa responden eksternal tertinggi ditingkat SMP sebesar 50,00% yakni 5 orang. Hal ini karena mayoritas petani tidak memiliki pendidikan tinggi berpengaruh dalam adopsi teknologi. Sedangkan pada responden eksternal tertinggi di tingkat D3/S1 sebesar 3 orang (30,00%). Menurut Suryadi (2014), pendidikan memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi karena pendidikan berperan dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Pendidikan yang tinggi dan berkualitas dapat meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, pembangunan sumber daya manusia dalam suatu negara akan menentukan karakter dari pembangunan ekonomi dan sosial, karena manusia adalah perilaku aktif yang dapat mengakumulasi modal, mengeksploitasi berbagai sumber daya serta menjelaskan berbagai kegiatan ekonomi, sosial dan politik yang sangat penting bagi pertumbuhan sosial.

### 5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan Kopi Arabika

Luas lahan merupakan salah satu faktor pengembangan dan produksi untuk menjalankan usahatani. Luas lahan yang digunakan petani dalam bertani berpengaruh terhadap kuantitas produksi. Berikut tabel luas lahan kopi arabika di Desa Catur.

Tabel 5.5 Karakteristik petani berdasarkan luas lahan kopi arabika di Desa Catur Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

No	Luas lahan (are)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	<50	16	35,56
2	50-100	24	53,33
3	>100	5	11,11
Jumlah		45	100,00

Sumber: *Analisi Data Primer, 2021*

Berdasarkan Tabel 5.5 menunjukkan bahwa luas lahan kopi arabika dengan presentase paling tinggi adalah (53,33) dengan jumlah petani 24 orang. Hal ini menunjukkan dengan luas lahan yang cukup luas, maka dapat menghasilkan produksi yang maksimal.

## 5.2 Analisis Matriks IFAS dan EFAS

### 5.2.1 Matriks Internal Factor Analisis Summary (IFAS )

Setelah diketahui faktor internal strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di Desa catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli sehingga dapat diketahui faktor internal dan dilakukan pemberian bobot dan rating pada masing-masing faktor. Nilai skor tersebut dapat memberi gambaran terhadap strategi apa yang dapat ditentukan. Hasil skor faktor internal kekuatan dan kelemahan dapat dilihat pada Tabel berikut.

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 5.6 di bawah, dapat dilihat bahwa kekuatan utamanya yaitu Jumlah produksi kopi arabika dengan total skor (0,234) dengan memanfaatkan luas lahan cukup, yang merupakan kekuatan utama

pengembangan. Sedangkan yang menjadi kekuatan terendah yaitu Akses kredit petani kopi arabika terindikasi geografis dengan total skor( 0,179) dibuat untuk meningkatkan hasil panen kopi arabika yang berkualitas.

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 5.7 dapat dilihat bahwa kelemahan utama pada strategi pengembangan agribisnis kopi arabika adalah teknik pengemasan kurang optimal dengan skor (0,134) kelemahan terendah yaitu Perubahan cuaca yang tidak menentu menyebabkan penurunan produktifitas dengan total skor (0,109).

Tabel 5.6 Internal Factors Analysis Summary (IFAS) Strategi Pengembangan Agribisnis kopi arabika di Desa Catur, Kecamatan, Kintamani Kabupaten Bangli (Faktor Kekuatan)

No	FAKTOR INTERNAL			
	FAKTOR KEKUATAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Jumlah produksi kopi arabika	0,060	3,873	0,234
2	Ketersediaan air dalam penyiraman	0,058	3,691	0,212
3	Akses kredit petani kopi arabika terindikasi geografis	0,053	3,382	0,179
4	Ketersediaan lahan kopi arabika	0,059	3,745	0,219
5	Teknik pasca panen kopi arabika	0,056	3,564	0,198
6	Pemangkasan kopi arabika	0,058	3,691	0,213
7	Harga sesuai dengan kualitas produk	0,055	3,545	0,196
8	Harga lebih tinggi apabila dijual melalui CV Abian	0,057	3,636	0,207
9	Penyuluhan kopi arabika pada petani rutin dilakukan	0,053	3,418	0,183
10	Pemupukan kopi arabika	0,056	3,582	0,200
	<b>Total Kekuatan</b>	0,564	36,13	2,042

Tabel 5.7 Internal Faktors Analysis Summary (IFAS) Strategi Pengembangan Agribisnis kopi Arabika di Desa Catur, Kecamatan, Kintamani Kabupaten Bangli (Faktor Kelemahan)

No	FAKTOR INTERNAL			
	FAKTOR KELEMAHAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Teknik pengemasan kurang optimal	0,046	2,927	0,134
2	Tingkat pendidikan petani rendah	0,044	2,818	0,124
3	Tingkat adopsi iptek yang masih rendah	0,043	2,727	0,116
4	Pengendalian hama penyakit tidak optimal	0,044	2,800	0,122
5	Teknologi dalam pengolahan kopi masih sederhana	0,042	2,673	0,112
6	Harga sarana produksi mahal	0,047	3,036	0,144
7	Meningkatnya konversi lahan	0,045	2,873	0,129
8	Perubahan cuaca yang tidak menentu menyebabkan penurunan produktifitas	0,041	2,636	0,109
9	Kurangnya pembinaan petani dalam persiapan lahan menuju pengembangan agribisnis	0,043	2,764	0,119
10	Kurangnya teknologi mesin petik untuk mempermudah panen hasil kopi arabika	0,041	2,636	0,110
<b>Total Kelemahan</b>		<b>0,436</b>	<b>27,89</b>	<b>1,218</b>

Tabel 5.8 Internal Faktors Analysis Summary (IFAS) Strategi Pengembangan Agribisni kopi arabika di Desa catur, Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli (Total)

Total (IFAS)	BOBOT	RATING	SKOR
Total Kekuatan	0,564	36,13	2,042
Total Kelemahan	0,436	27,89	1,218
<b>Total IFAS</b>	<b>1,000</b>	<b>64,02</b>	<b>3,260</b>

Sumber: Analisis data primer

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat diketahui bahwa nilai bobot dari internal adalah ( 1,000 ) Dengan total nilai skor pada internal nilai skor faktor kekuatan berjumlah (2,042) sedangkan jumlah nilai skor faktor kelemahan berjumlah( 1,218) dapat ditotalkan skor faktor internal sebesar (3,260). Hal ini menunjukkan strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di Desa Catur berada pada kondisi rata-rata (3,260) Meningkatkan produktivitas kekuatan yang ada sehingga bisa mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada. Matriks Eksternal *Factor Analisis Summary* (EFAS) Hasil penelitian EFAS terhadap strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, dapat dilihat pada Tabel 5.9 s.d Tabel 5.12 berikut ini.

### 5.2.2 Matriks Eksternal Faktor Analisis Summary (EFAS)

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 5.9 di bawah ini bisa dilihat bahwa peluang utama pada strategi pengembangan agribisnis kopi arabika adalah Kondisi agrolimat yang khas di kintamani tersertifikasi indikasi geografis menjadi dasar, dengan total skor (0,175) memanfaatkan pengaruh-pengaruh cuaca yang baik untuk menghasilkan panen yang melimpah dan menjadikan sebuah desa yang petaninya sejahtera dan desa yang maju. Sedangkan yang menjadi peluang terendah adalah pasar lokal domestik dan internasional yang terbuka luas dengan skor yaitu (0,135) dengan kondisi ini maka sangat mendukung strategi pengembangan agribisnis kopi arabika.

### 5.9 Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS) Strategi Pengembangan Agribisnis kopi Arabika di Desa Catur, Kecamatan, Kintamani Kabupaten Bangli (Faktor Peluang)

No	FAKTOR EKSTERNAL			
	FAKTOR PELUANG	BOBOT	RATING	SKOR
1	Kondisi agrolimat yang khas di kintamani tersertifikasi indikasi geografis menjadi dasar	0,054	3,273	0,175
2	Pengaruh sosial dan budaya sebagai salah satu potensi pengembangan agribisnis	0,052	3,182	0,166
3	Tumpang sari kopi dan jeruk menjadi cita rasa khas kopi arabika kintamani	0,052	3,164	0,164
4	Pertanian berbasis Tri Hita Karana menjadi daya tarik wisata kearifan lokal	0,050	3,036	0,151
5	Teknik roasting mempengaruhi cita rasa kopi	0,052	3,145	0,162
6	Kemasan yang unik dan menarik berpengaruh pada minat konsumen	0,048	2,945	0,142
7	Pasar lokal ,domestik,dan internasional yang terbuka luas	0,047	2,873	0,135
8	Ketertarikan konsumen semakin tinggi terhadap kopi arabika	0,050	3,073	0,154
9	Tumbuhnya perekonomian daerah melalui SIG kopi arabika kintamani	0,050	3,055	0,153
10	Akses permodalan semakin luas	0,049	3,000	0,147
	<b>Total Peluang</b>	<b>0,503</b>	<b>30,75</b>	<b>1,549</b>

Berdasarkan hasil dari penelitian pada Tabel 5.10, di bawah ini ancaman utama pada strategi pengembangan agribisnis kopi arabika adalah Kontinuitas menuju pasar ekspor dengan total skor (0,197) menyebabkan produksi kopi yang berkualitas tidak dapat di ekspor dengan cepat karena memiliki biaya ekspor yang relatif mahal, dan untuk melakukan ekspor dari tingkat petani langsung belum begitu baik sehingga perlu campur tangan pemerintah didalamnya, dan produk ekspor bisa di ekspor ke luar negeri. Sedangkan ancaman terendah adalah Persaingan antara pesaing dalam menciptakan produk kopi arabika yang berkualitas dengan skor (0,114), hal ini terjadi karena petani di desa Catur menganggap tidak ada persaingan karena mereka adalah semua bersaudara dan saling melengkapi dengan tujuan untuk menciptakan petani yang harmonis.

#### 5.10 Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS) Strategi Pengembangan Agribisnis kopi Arabika di Desa Catur, Kecamatan, Kintamani Kabupaten Bangli (Faktor Ancaman)

FAKTOR EKSTERNAL				
No	FAKTOR ANCAMAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Jaringan pemasaran menuju pasar ekspor masih rendah	0,054	3,327	0,181
2	Kontinuitas menuju pasar ekspor	0,057	3,473	0,197
3	Kurangnya infrastruktur yang mendukung proses pasca panen	0,053	3,236	0,171
4	Peran pemerintah dalam menembus pasar ekspor kurang optimal	0,049	3,000	0,147
5	Sifat pasar yang terbuka mengakibatkan timbulnya persaingan dari produk lain yang sejenis	0,050	3,055	0,153
6	Kurangnya pengetahuan petani dalam menciptakan produk kualitas ekspor	0,052	3,200	0,168
7	Persaingan antara pesaing dalam menciptakan produk kopi arabika yang berkualitas	0,043	2,636	0,114
8	Pemasaran biji kopi arabika petani masih dominan dengan tengkulak	0,048	2,927	0,140
9	Lemah nilai tukar rupiah terhadap dollar	0,046	2,818	0,130
10	Lemah fasilitas perkreditan pajak yang besar untuk produk ekspor	0,044	2,709	0,120
<b>Total Ancaman</b>		<b>0,497</b>	<b>30,38</b>	<b>1,521</b>

Tabel 5.11 *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS) Strategi Pengembangan Agribisnis kopi arabika, desa catur

Total (EFAS)	BOBOT	Rating	SKOR
Total Peluang	<b>0,503</b>	<b>30,75</b>	<b>1,549</b>
Total Ancaman	<b>0,497</b>	<b>30,38</b>	<b>1,521</b>
<b>Total EFAS</b>	<b>1,000</b>	<b>61,13</b>	<b>3,070</b>

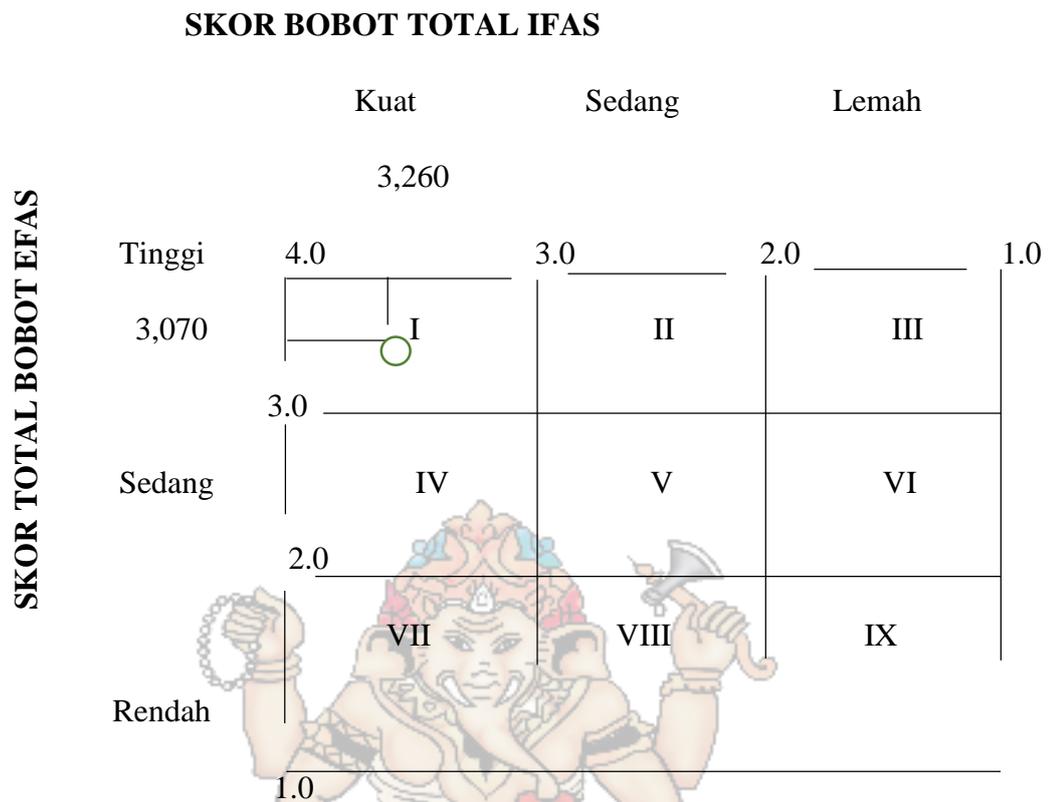
*Sumber: Analisis data primer*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai eksternal dengan bobot (1,000) . Nilai skor faktor peluang berjumlah (1,549) sedangkan jumlah nilai skor faktor ancaman berjumlah( 1,521) sehingga total skor faktor eksternal berjumlah (3,070) Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di Desa catur berada pada kondisi rata-rata (3,070) yaitu pengembangan agribisnis kopi arabika di Desa catur memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman yang dihadapi. Penilaian terhadap faktor internal dan eksternal strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di Desa Catur dapat diperoleh dengan total skor yang merupakan jumlah hasil perkalian bobot dan rating. Memperoleh total skor faktor internal berjumlah (3,260) dan skor faktor eksternal sebesar (3,070).

### 5.2.3 Matriks Internal Eksternal

Setelah diperoleh skor dari matriks IFAS yang memberikan gambaran mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dan skor dari matriks EFAS yang memberi gambaran tentang peluang dan ancaman yang dihadapi pengembangan agribisnis kopi arabika di desa Catur, maka tahap selanjutnya adalah pemanduan antara matriks IFAS dan matriks EFAS. Berdasarkan hasil skor matrik IFAS dan EFAS, maka akan diketahui posisi pengembangan agribisnis kopi arabika di desa Catur pada matriks IE (Internal-Eksternal). Matrik I-E dapat dilihat pada tabel 5.13 berikut ini:

Tabel 5.12 Matriks Internal-Eksternal



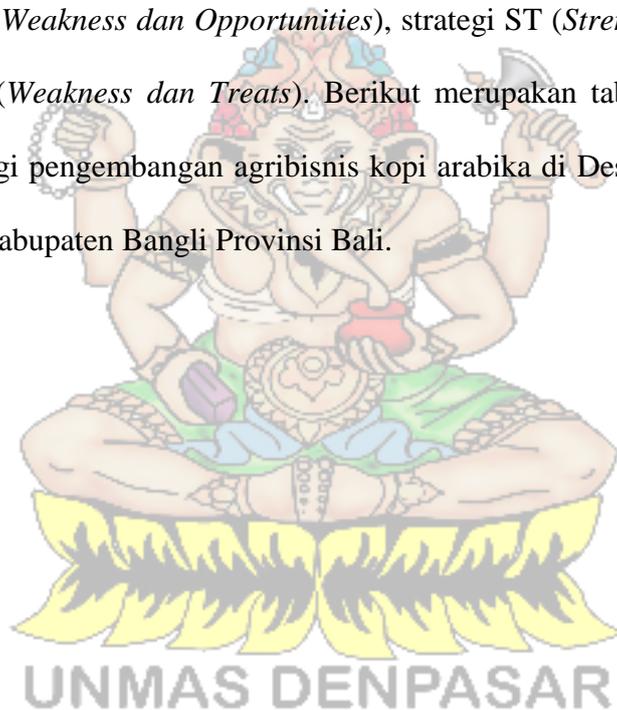
Sumber: Rangkuti (2008)

Matriks Internal-Eksternal digunakan untuk mengetahui posisi pengembangan agribisnis kopi arabika di desa Catur saat ini dengan berdasarkan dari total skor matriks IFAS dan matriks EFAS. Total skor matriks IFAS sebesar 3,260 sedangkan total skor matriks EFAS sebesar 3,070. Berdasarkan total matriks IFAS dan matriks EFAS menempatkan pengembangan kopi arabika berada pada kuadran I artinya strategi yang dapat dilaksanakan pada kuadran I adalah tumbuh dan membangun. Strategi yang umum digunakan pada posisi ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Menurut David (2005) penetrasi pasar yaitu meningkatkan pangsa pasar untuk produk/jasa saat ini di pasar melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Dalam melakukan penetrasi pasar ada beberapa hal yang dilakukan untuk memasarkan kopi arabika yang dikembangkan oleh desa Catur yaitu dengan menguatkan aspek ekspor yang efektif seperti promosi melalui media sosial dan

campur tangan pemerintah. dengan adanya promosi lewat media sosial dan campur tangan pemerintah akan mampu meningkatkan minat konsumen terhadap kopi arabika baik konsumen dalam negeri maupun konsumen luar negeri.

#### 5.2.4 Analisis Matriks SWOT

Analisis Matriks SWOT memberikan gambaran tentang faktor kekuatan-kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli..Identifikasi pada faktor internal dan eksternal dapat menciptakan empat strategi utama yaitu: Strategi SO (*Strength dan Oppotunities*), strategi WO (*Weakness dan Oppotunities*), strategi ST (*Strength dan Treats*) dan strategi WT (*Weakness dan Treats*). Berikut merupakan tabel Analisis Matriks SWOT strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli Provinsi Bali.



Tabel 5.13. Hasil analisis Matriks SWOT strategi pengembangan agribisnis kopi di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli Provinsi Bali

Internal	Kekuatan (s)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah produksi kopi arabika (0,234)</li> <li>2. Ketersediaan lahan kopi arabika (0,219)</li> <li>3. Ketersediaan air dalam penyiraman (0,212)</li> <li>4. Pemangkasan kopi arabika kopi arabika (0,213)</li> <li>5. Harga lebih tinggi apabila dijual melalui CV Abian (0,207)</li> <li>6. Pemupukan kopi arabika (0,200)</li> <li>7. Teknik pasca panen kopi arabika (0,198)</li> <li>8. Harga sesuai dengan kualitas produk (0,196)</li> <li>9. Penyuluhan kopi arabika pada petani rutin di lakukan (0,183)</li> <li>10. Akses kredit petani kopi arabika terindikasi geografis (0,179)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga sarana produksi mahal (0,144)</li> <li>2. Teknik pengemasan kurang optimal (0,134)</li> <li>3. Meningkatnya konversi lahan (0,129)</li> <li>4. Tingkat pendidikan petani rendah (0,124)</li> <li>5. Pengendalian hama penyakit tidak optimal (0,122)</li> <li>6. Kurangnya pembinaan petani dalam persiapan lahan menuju pengembangan (0,119)</li> <li>7. Tingkat adopsi iptek yang masih rendah (0,116)</li> <li>8. Teknologi dalam pengolahan kopi masih sederhana (0,112)</li> <li>9. Kurangnya teknologi mesin petik untuk mempermudah panen hasil kopi arabika (0,110)</li> <li>10. Perubahan cuaca yang tidak menentu menyebabkan penurunan produktifitas (0,109)</li> </ol>
Eksternal		

Tabel 5.14. Lanjutan Hasil analisis Matriks SWOT

Peluang ( <i>O</i> )	Strategi ( <i>S-O</i> )	Strategi ( <i>W-O</i> )
<p>1 Kondisi agrolimat yang khas di kintamani tersertifikasi indikasi geografis menjadi dasar (0,175)</p> <p>2 Pengaruh sosial dan budaya sebagai salah satu potensi pengembangan agribisnis (0,166)</p> <p>3 Tumpang sari kopi dan jeruk menjadi cita rasa khas bagi kopi arabika kintamani (0,164)</p> <p>4 Teknik roasting mempengaruhi cita rasa kopi (0,162)</p> <p>5 Ketertarikan konsumen semakin tinggi terhadap kopi arabika (0,154)</p> <p>6 tumbuhnya perekonomian daerah melalui SIG kopi arabika kintamani (0,153)</p> <p>7 Pertanian berbasis Tri Hita Karana menjadi daya Tarik wisata kearifan lokal (0,151)</p> <p>8 Akses permodalan semakin luas (0,147)</p> <p>9 Kemasan yang unik dan menarik berpengaruh pada minat konsumen (0,142)</p> <p>10 Pasar lokal domestik dan internasional yang terbuka luas (0,135)</p>	<p>1 Manfaatkan ketersediaan lahan untuk melakukan perluasan pengembangan pengembangan agribisnis kopi (S1, S7, O1, O4,)</p> <p>2 Memanfaatkan pengaruh pengaruh kearifan lokal sebagai salah satu potensi pengembangan pengembangan agribisnis dalam memasarkan produk kopi arabika yang berkualitas (S1, S5, S8, O2, O5)</p> <p>3 Meningkatkan kemampuan petani dalam pengembangan kopi arabika melalui penyuluhan (S4, S6, O3, O4, )</p>	<p>1. Meningkatkan dan mengoptimalkan pengembangan pengembangan agribisnis kopi arabika untuk menghasilkan kopi yang unggul (W2, W3, W4, W5, O4, O9)</p> <p>2. Membentuk lembaga pendukung permodalan seperti Koperasi Usaha Tani, CU, untuk mendukung permodalan dalam penyediaan input usaha tani (W1, W8, O2, O8,)</p>
Ancaman ( <i>t</i> )	<i>S-T</i>	<i>W-T</i>
<p>1 Kontinuitas menuju pasar ekspor (0,197)</p> <p>2 Jaringan pemasaran menuju pasar ekspor masih rendah (0,181)</p> <p>3 Kurangnya infrastruktur yang mendukung proses pasca panen (0,171)</p> <p>4 Kurangnya pengetahuan petani dalam menciptakan produk kualitas ekspor (0,168)</p> <p>5 Sifat pasar yang terbuka mengakibatkan timbulnya persaingan dari produk lain yang sejenis (0,153)</p> <p>6 Peran pemerintah dalam menembus pasar ekspor kurang optimal (0,147)</p> <p>7 Pemasaran biji kopi arabika petani masih dominan dengan tengkulak (0,140)</p> <p>8 Lemah nilai tukar rupiah terhadap dollar (0,130)</p> <p>9 Lemah fasilitas perkreditan pajak yang besar untuk produk ekspor (0,120)</p> <p>10 Persaingan antara pesaing dalam menciptakan produk kopi arabika yang berkualitas (0,114)</p>	<p>1 Meningkatkan sumber daya manusia dengan pembentukan lembaga pembinaan dan pelatihan bagi petani kopi arabika (S4,S7, T1,T4)</p> <p>2 Memanfaatkan jumlah produksi kopi arabika yang efektif untuk menjaga kontinuitas menuju pasar ekspor dalam meningkatkan kehidupan petani desa Catur (S1, S7, S8, T1, T2, )</p>	<p>1 Membentuk tenaga pendamping untuk membina masyarakat dalam pengembangan pengembangan agribisnis kopi arabika dengan memanfaatkan faktor input semaksimal mungkin (W2, W4, W6, T4, T7)</p> <p>2 Mampu menekan biaya untuk menjaga kontinuitas produk kopi arabika untuk menuju pasar ekspor (W1, W8, T1,T6)</p>

## 5.2.5 Alternatif Strategi

### 5.2.5.1 Strategi SO

Strategi SO merupakan strategi dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang ada sebesar- sebesarnya. Ada tiga strategi alternatif yang dapat dilakukan pada strategi SO yakni:

1. Manfaatkan ketersediaan lahan untuk melakukan perluasan pengembangan agribisnis kopi (S1, S7, O1, O4,)
2. Memanfaatkan pengaruh sosial dan budaya sebagai salah satu potensi pengembangan agribisnis dalam memasarkan produk kopi arabika yang berkualitas (S1, S5, S8, O2, O5)
3. Meningkatkan kemampuan petani dalam pengembangan kopi arabika melalui penyuluhan (S4, S6, O3, O4, )

### 5.2.5.2 Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman. Ada dua strategi alternatif yang dapat dilakukan pada strategi ST yakni.

1. Meningkatkan sumber daya manusia dengan pembentukan lembaga pembinaan dan pelatihan bagi petani kopi arabika (S4,S7, T1,T4)
2. Memanfaatkan jumlah produksi kopi arabika yang efektif untuk menjaga kontinyuitas menuju pasar ekspor dalam meningkatkan kehidupan petani desa Catur (S1, S7, S8, T1, T2)

### 5.2.5.3 Strategi WO

Strategi WO diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Ada dua strategi alternatif yang dapat dilakukan pada strategi WO yakni:

- 1 Meningkatkan dan mengoptimalkan pengembangan agribisnis kopi arabika untuk menghasilkan kopi yang unggul (W2, W3, W4, W5, O4, O9)
- 2 Membentuk lembaga pendukung permodalan seperti Koperasi Usaha Tani, CU, untuk mendukung permodalan dalam penyediaan input usaha tani (W1, W8, O2, O8,)

### 5.2.5.4 Strategi WT

Strategi WT merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman. Adapun strategi yang dapat dilakukan pada strategi WT adalah sebagai berikut

1. Membentuk tenaga pendamping untuk membina masyarakat dalam pengembangan agribisnis kopi arabika dengan memanfaatkan faktor input semaksimal mungkin (W2, W4, W6, T4, T7)
2. Mampu menekan biaya untuk menjaga kontinuitas produk kopi arabika untuk menuju pasar ekspor (W1, W8, T1, T6)

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian skripsi di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut;

1. Berdasarkan matrix internal faktor analisis summary pada strategi pengembangan agribisnis kopi arabika. Indikator kekuatan: jumlah produksi kopi arabika untuk kegiatan pengembangan. Indikator kelemahan: harga sarana produksi mahal untuk kegiatan pengolahan pasca panen. Indikator peluang adalah kondisi agrolimat yang khas di kintamani tersertifikasi indikasi geografis menjadi dasar dan Indikator ancaman: kontinuitas menuju pasar ekspor untuk kegiatan ekspor luar negeri.

2. Strategi pengembangan agribisnis kopi arabika berada pada kuadrat 1 yang artinya strategi yang dapat digunakan pada kuadrat ini adalah bertumbuh dan membangun, mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growt oriented strategy*), strategi SO (*Strenght Opportuniti*). Dengan alternatif strategi: Memanfaatkan ketersediaan lahan untuk melakukan perluasan pengembangan agribisnis kopi arabika. Mengoptimalkan pengalaman bertani dengan memanfaatkan kebijakan pemerintah untuk mendukung pengembangan agribisnis kopi arabika, Menjaga hubungan kerja sama dengan pihak lain untuk memasarkan kopi arabika secara luas.

## 6.2 Saran

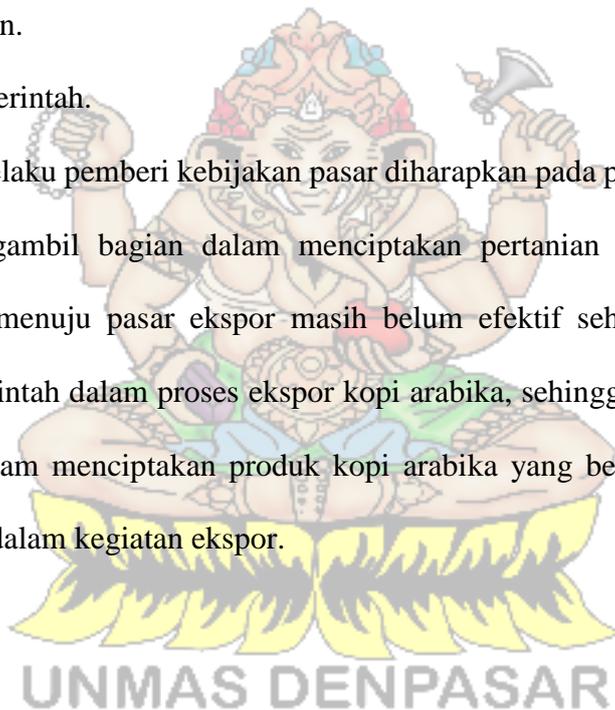
Adapun hal-hal yang dapat disarankan berdasarkan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut.

### 1. Bagi Petani

Diharapkan kelemahan –kelemahan yang ada seharusnya dapat ditindak dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Dalam hal ini dibutuhkan komitmen yang jelas dari para petani dan peran pengambilan kebijakan oleh Dinas pertanian untuk mengembangkan agribisnis kopi arabika dalam rencana dan program pengembangan.

### 2. Bagi Pemerintah.

Pemerintah selaku pemberi kebijakan pasar diharapkan pada pertanian moderen ini mampu mengambil bagian dalam menciptakan pertanian moderen dalam hal kontinyuitas menuju pasar ekspor masih belum efektif sehingga perlu campur tangan pemerintah dalam proses ekspor kopi arabika, sehingga petani mempunyai keinginan dalam menciptakan produk kopi arabika yang berkualitas ekspor dan kontinyuitas dalam kegiatan ekspor.



## DAFTAR PUSTAKA

- A.F. Stoner James, DKK,1996, *Manajemen Bisnis* ,Edisi Indonesia , Penerbit PT Prenhallindon Jakarta.
- Akhmad Zakaria, 2019. Analisis Finansial Usahatani Kopi Arabika (*Coffee Arabica*) di Desa Sutenjaya, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Bandung : Universitas Al-Qhifari
- Assauri. Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Budiman, H. 2012. *Prospek Tinggi Bertanam Kopi Pedoman Meningkatkan Kualitas Perkebunan Kopi*. Pustaka Press. Yogyakarta.
- Badan pusat statistik provinsi bali,2020.”*jumlah produksi kopi arabika 2016-2020*.
- [BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangli. 2020. *Bangli dalam Angka*. Dolok Sanggul: BPS Kabupaten Bangli.
- Bhara LAM, 2015 *pengolahan kopi*, bogor (ID): fakultas teknologi institud pertanian Bogor
- Dimas Hendika Wibowo, dkk. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 29 No.1 Desember 2015.
- Dimiyati. 2007.*Pembinaan Petani Dan Kelembagaan Petani*. Balitjuk Online. Balai Penelitian Tanaman Kopi. Tlukung- Batu . Jawa Timur.
- Freddy Rangkuti. 2008. *The Power Of Brands*, Jakarta: Penerbit Gramedia.

- Farhaty, N. 2016. Tinjauan Kimia Pada Biji Kopi, *Farmaka Suplemen*, Vol 14 (1), 1-10
- Hiwot, H.2011. *Growth And Physiological Response Of Two Coffea Arabica L. Population Under High And Low Irradiance*. Thesis. Addis Ababa University.
- Mardikanto.1993. *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Yogyakarta: Penerbit Sebelas Maret University Press.
- Rangkuti, F. 2000.*AnalisisSWOTTeknik Membedah Kasus Bisnis*.Jakarta.Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. 2000.*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.Jakarta.Pustaka Utama.
- Rangkuti, Fredy. 2008. *Analisis Swot Teknik Membedakan Kasus Bisnis*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama
- Rukmana.2014. *Jenis-Jenis Kopi Di Dunia*. Yogyakarta: Lily Publisher. Hal 206-239.
- Suandy, Erly. 2007. *Perencanaan Strategi*. Jakarta:Salemba Empat.
- Sugiyono .2017.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, .bandung alfabet*, CV
- Syamsu Alam, 2014. *Kelayakan Pengembangan Kopi Sebagai Komoditas Unggulan di Provinsi Sulawesi Selatan*.Makassar : Universitas Hasanuddin

## LAMPIRAN

## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Strategi Pengembangan Agribisnis kopi arabika, desa Catur, Kecamatan

Kintamani, Kabupaten Bangli

Berikut adalah pernyataan kuisisioner penelitian: keterangan penelitian kuisisioner

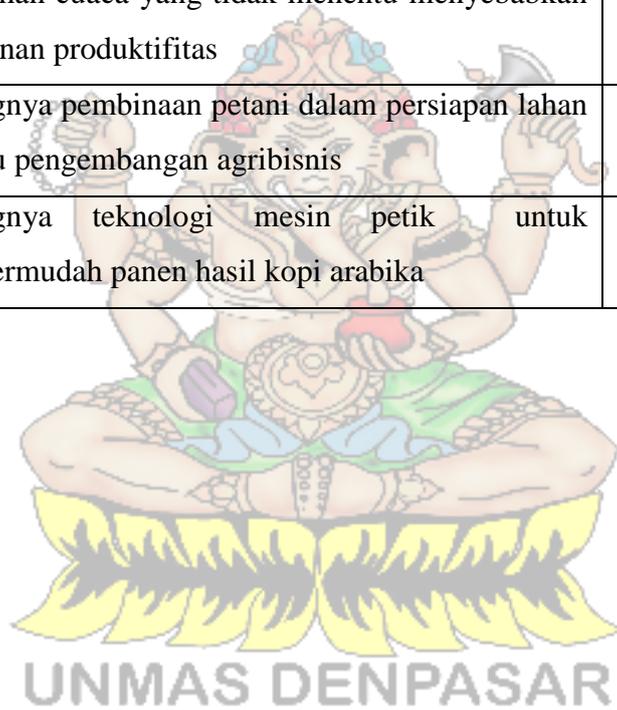
- (1) Tidak Baik
- (2) Kurang baik
- (3) Cukup baik
- (4) Baik

## Kekuatan

Pernyataan		Skor			
No	Kekuatan	1	2	3	4
1	Jumlah produksi kopi arabika				
2	Ketersediaan air dalam penyiraman				
3	Akses kredit petani kopi arabika terindikasi geografis				
4	Ketersediaan lahan kopi arabika				
5	Teknik pasca panen kopi arabika				
6	Pemangkasan kopi arabika				
7	Harga sesuai dengan kualitas produk				
8	Harga lebih tinggi apabila dijual melalui CV Abian				
9	Penyuluhan kopi arabika pada petani rutin dilakukan				
10	Pemupukan kopi arabika				

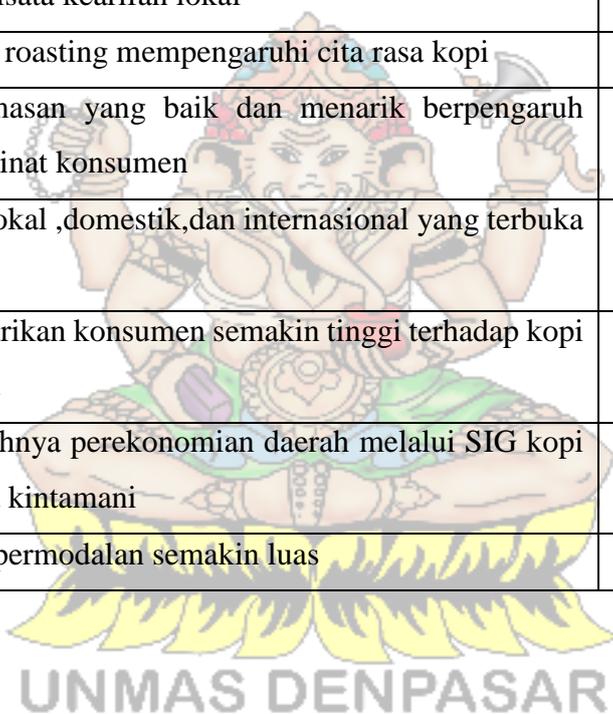
## Kelemahan

Pernyataan		Skor			
No	Kelemahan	1	2	3	4
1	Teknik pengemasan kurang optimal				
2	Tingkat pendidikan petani rendah				
3	Tingkat adopsi iptek yang masih rendah				
4	Pengendalian hama penyakit tidak optimal				
5	Teknologi dalam pengolahan kopi masih sederhana				
6	Harga sarana produksi mahal				
7	Meningkatnya konversi lahan				
8	Perubahan cuaca yang tidak menentu menyebabkan penurunan produktifitas				
9	Kurangnya pembinaan petani dalam persiapan lahan menuju pengembangan agribisnis				
10	Kurangnya teknologi mesin petik untuk mempermudah panen hasil kopi arabika				



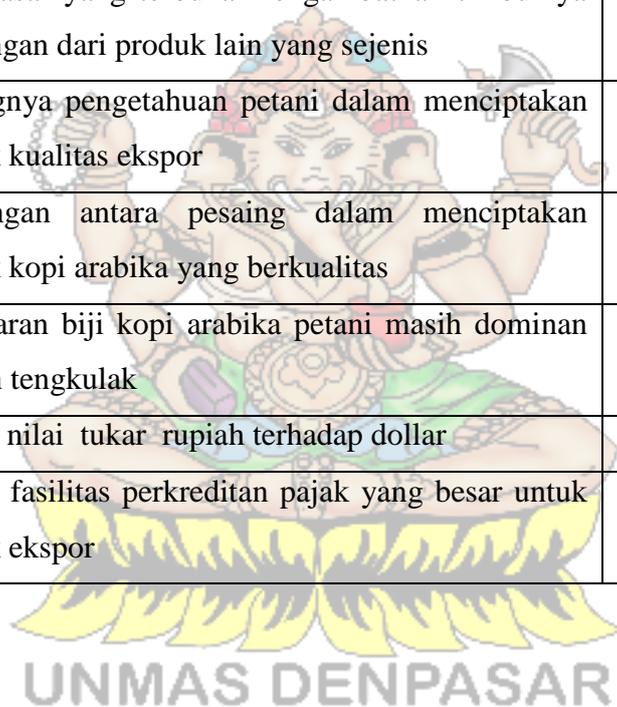
## Peluang

Pernyataan		Skor			
No	Peluang	1	2	3	4
1	Kondisi agrolimat yang khas di kintamani tersertifikasi indikasi geografis menjadi dasar				
2	Pengaruh sosial dan budaya sebagai salah satu potensi pengembangan agribisnis				
3	Tumpang sari kopi dan jeruk menjadi cita rasa khas kopi arabika kintamani				
4	Pertanian berbasis Tri Hita Karana menjadi daya tarik wisata kearifan lokal				
5	Teknik roasting mempengaruhi cita rasa kopi				
6	Pengemasan yang baik dan menarik berpengaruh pada minat konsumen				
7	Pasar lokal ,domestik,dan internasional yang terbuka luas				
8	Ketertarikan konsumen semakin tinggi terhadap kopi arabika				
9	Tumbuhnya perekonomian daerah melalui SIG kopi arabika kintamani				
10	Akses permodalan semakin luas				



## Ancaman

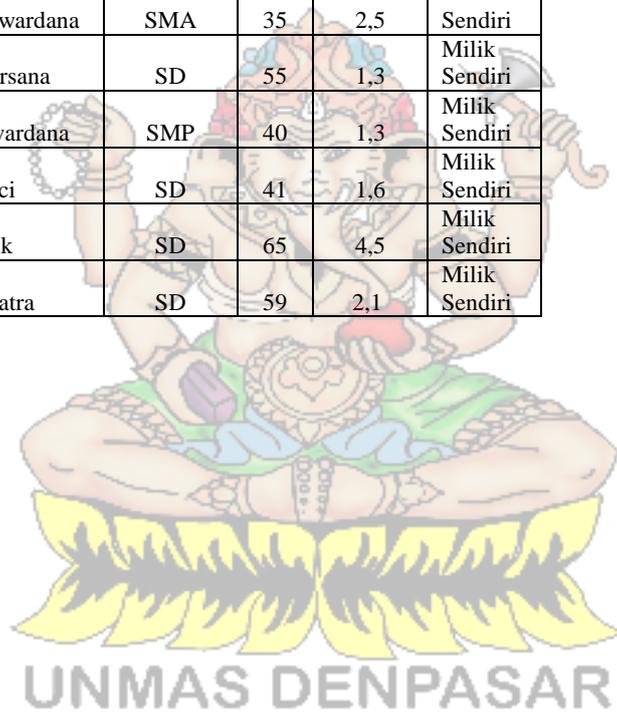
Pernyataan		Skor			
No	Ancaman	1	2	3	4
1	Jaringan pemasaran menuju pasar ekspor masih rendah				
2	Kontinuitas menuju pasar ekspor				
3	Kurangnya infrastruktur yang mendukung proses pasca panen				
4	Peran pemerintah dalam menembus pasar ekspor kurang optimal				
5	Sifat pasar yang terbuka mengakibatkan timbulnya persaingan dari produk lain yang sejenis				
6	Kurangnya pengetahuan petani dalam menciptakan produk kualitas ekspor				
7	Persaingan antara pesaing dalam menciptakan produk kopi arabika yang berkualitas				
8	Pemasaran biji kopi arabika petani masih dominan dengan tengkulak				
9	Lemah nilai tukar rupiah terhadap dollar				
10	Lemah fasilitas perkreditan pajak yang besar untuk produk ekspor				



## Lampiran 2 Karakteristik Responden

No	KARAKTERISTRIK RESPONDEN INTERNAL					KARAKTRISTIK RESPONDEN EKSTERNAL		
	Nama responden	Pendidikan	umur	luas lahan (ha/are )	status lahan	Nama	Pendidikan	Umur
1	I nyoman sari	SD	56	5,7	Milik Sendiri	I made arnawa	SMA	40
2	I wayan ledang	SMP	39	5,8	Milik Sendiri	I made suci	SMA	40
3	I nyoman darsana	SMA	40	6,8	Milik Sendiri	I ketut pulih	SMP	53
4	I ketut merta	SD	65	5,8	Milik Sendiri	I Nyoman dwisuci	SMK	26
5	I ketut surata	SMK	60	12,5	Milik Sendiri	I nyoman geduh	D3	51
6	I wayan dastra	SMP	53	1,5	Milik Sendiri	I nyoman sukerta	D3	23
7	I ketut sumerta	SMP	35	4,5	Milik Sendiri	I ketut candra	SMA	53
8	I nyoman patra	SMA	60	8,2	Milik Sendiri	I Wayan Wistanya	SMA	34
9	Nengah Intan	SD	49	0,02	Milik Sendiri	I Gede sukrada	D3	25
10	I made nurti	SMP	45	3,8	Milik Sendiri	I ne ngah edi	SMK	36
11	I ketut kamboja	SD	50	3,8	Milik Sendiri			
12	Gusti ketut artana	SD	57	2,5	Milik Sendiri			
13	I made sila	SD	43	8,5	Milik Sendiri			
14	I wayan wardana	SD	47	5,8	Milik Sendiri			
15	I made mjarta	SD	65	1,1	Milik Sendiri			
16	I made warsana	SMP	65	2,2	Milik Sendiri			
17	I made rasti	SMP	48	3,8	Milik Sendiri			
18	I made martia	SD	57	2,7	Milik Sendiri			
19	I ketut jati	SMA	37	13,5	Milik Sendiri			
20	I ketut subrata	SMP	55	5,5	Milik Sendiri			
21	I ketut budirakin	SD	56	1,2	Milik Sendiri			
22	I kade sukarya	SMA	46	1,7	Milik Sendiri			
23	I noman pura	SMA	46	1,4	Milik Sendiri			
24	I wayan sekartana	SMP	51	2,5	Milik Sendiri			
25	I komang arya	SMP	46	1,2	Milik Sendiri			
26	I ketut ariyawan	SD	56	2,2	Milik Sendiri			
27	I ketut sajastika	SMP	48	2,4	Milik Sendiri			
28	I wayan dastra	SMA	38	0,8	Milik Sendiri			
29	I Nyoman munur	SD	51	2,8	Milik Sendiri			

30	I made repelita	SD	67	1,6	Milik Sendiri
31	I Wayan darma	SMP	46	5,5	Milik Sendiri
32	I nyoman	SMP	48	2,6	Milik Sendiri
33	I made arsila	SMP	41	2,3	Milik Sendiri
34	I nyoman sukantra	SD	42	2,2	Milik Sendiri
35	Sang nyoman	SMP	42	3,7	Milik Sendiri
36	I Wayan rana	SD	40	1,6	Milik Sendiri
37	I ketut darkamboja	SD	54	2,6	Milik Sendiri
38	I Ketut budiana	SD	65	2,7	Milik Sendiri
39	I wayan wardana	SMP	38	1,7	Milik Sendiri
40	I Nyoman wardana	SMA	35	2,5	Milik Sendiri
41	I wayan warsana	SD	55	1,3	Milik Sendiri
42	Ni wayan wardana	SMP	40	1,3	Milik Sendiri
43	Ni made suci	SD	41	1,6	Milik Sendiri
44	I made cenik	SD	65	4,5	Milik Sendiri
45	I nyoman patra	SD	59	2,1	Milik Sendiri



Lampiran 3. Tabulasi Matriks Ifas

No	Faktor Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17
1	Jumlah produksi kopi arabika	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
2	Ketersediaan air dalam penyiraman	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
3	Akses kredit petani kopi arabika terindikasi geografis	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4
4	Ketersediaan lahan kopi arabika	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
5	Teknik pasca panen kopi arabika	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3
6	Pemangkas kopi arabika	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
7	Harga sesuai dengan kualitas produk	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4
8	Harga lebih tinggi apabila dijual melalui CV Abian	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
9	Penyuluhan kopi arabika pada petani rutin dilakukan	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4
10	Pemupukan kopi arabika	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3
	Total																	



R18	R19	R20	R21	R22	R23	R24	R25	R26	R27	R28	R29	R30	R31	R32	R33	R34	R35	R36	R37	R38	R39	R40	R41	R42	R43
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3
4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4
3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4
4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3

R44	R45	R46	R47	R48	R49	R50	R51	R52	R53	R54	R55	JML	RATING	BOBOT	SKOR
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	213	3.873	0.060	0.234
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	203	3.691	0.058	0.213
4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	186	3.382	0.053	0.179
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	206	3.745	0.059	0.219
4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	196	3.564	0.056	0.198
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	203	3.691	0.058	0.213
3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	195	3.545	0.055	0.196
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	200	3.636	0.057	0.207
3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	188	3.418	0.053	0.183
4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	197	3.582	0.056	0.200
											55	1987		0.564	2.042

No	Faktor Kelemahan	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17
1	Teknik pengemasan kurang optimal	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	Tingkat pendidikan petani rendah	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
3	Tingkat adopsi iptek yang masih rendah	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2
4	Pengendalian hama penyakit tidak optimal	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2
5	Teknologi dalam pengolahan kopi masih sederhana	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2
6	Harga sarana produksi mahal	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3
7	Meningkatnya konversi lahan	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
8	Perubahan cuaca yang tidak menentu menyebabkan penurunan produktifitas	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3
9	Kurangnya pembinaan petani dalam persiapan lahan menuju pengembangan agribisnis	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2
10	Kurangnya teknologi mesin petik untuk mempermudah panen hasil kopi arabika	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3
	Total																	

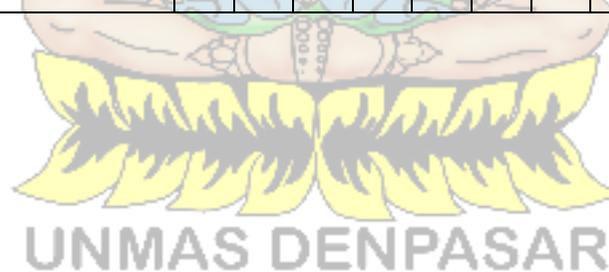


R18	R19	R20	R21	R22	R23	R24	R25	R26	R27	R28	R29	R30	R31	R32	R33	R34	R35	R36	R37	R38	R39	R40	R41	R42	R43
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3

R44	R45	R46	R47	R48	R49	R50	R51	R52	R53	R54	R55	JML	RATING	BOBOT	SKOR
2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	161	2.927	0.046	0.134
3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	155	2.818	0.044	0.124
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	150	2.727	0.043	0.116
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	154	2.800	0.044	0.122
3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	147	2.673	0.042	0.112
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	167	3.036	0.047	0.144
2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	158	2.873	0.045	0.129
2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	145	2.636	0.041	0.109
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	152	2.764	0.043	0.119
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	145	2.636	0.041	0.110
											55	1534	27.89	0.436	1.218

Lampiran 4. Tabulasi Matriks Efas

No	Faktor Eksternal Peluang	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17
1	Kondisi agrolimat yang khas di kintamani tersertifikasi indikasi geografis menjadi dasar	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
2	Pengaruh sosial dan budaya sebagai salah satu potensi pengembangan agribisnis	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
3	Tumpang sari kopi dan jeruk menjadi cita rasa khas kopi arabika kintamani	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3
4	Pertanian berbasis Tri Hita Karana menjadi daya tarik wisata kearifan lokal	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	Teknik roasting mempengaruhi cita rasa kopi	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
6	Pengemasan yang baik dan menarik berpengaruh pada minat konsumen	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	Pasar lokal ,domestik,dan internasional yang terbuka luas	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2
8	Ketertarikan konsumen semakin tinggi terhadap kopi arabika	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3
9	Tumbuhnya perekonomian daerah melalui SIG kopi arabika kintamani	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
10	Akses permodalan semakin luas	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	Total																	



R18	R19	R20	R21	R22	R23	R24	R25	R26	R27	R28	R29	R30	R31	R32	R33	R34	R35	R36	R37	R38	R39	R40	R41	R42	R43
3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4
3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

R44	R45	R46	R47	R48	R49	R50	R51	R52	R53	R54	R55	JML	RATING	BOBOT	SKOR
4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	180	3.273	0.054	0.175
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	175	3.182	0.052	0.166
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	174	3.164	0.052	0.164
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	167	3.036	0.050	0.151
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	173	3.145	0.051	0.162
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	162	2.945	0.048	0.142
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	158	2.873	0.047	0.135
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	169	3.073	0.050	0.154
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	168	3.055	0.050	0.153
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	165	3.000	0.049	0.147
											55	1691	30.75	0.503	1.549

No	Faktor Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17
1	Jaringan pemasaran menuju pasar ekspor masih rendah	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	2	3	2	4	3	4	3
2	Kontinuitas menuju pasar ekspor	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	2	4	4	3	3	3	4
3	Kurangnya infrastruktur yang mendukung proses pasca panen	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3
4	Peran pemerintah dalam menembus pasar ekspor kurang optimal	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
5	Sifat pasar yang terbuka mengakibatkan timbulnya persaingan dari produk lain yang sejenis	3	2	3	2	4	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	4	3
6	Kurangnya pengetahuan petani dalam menciptakan produk kualitas ekspor	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	Persaingan antara pesaing dalam menciptakan produk kopi arabika yang berkualitas	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3
8	Pemasaran biji kopi arabika petani masih dominan dengan tengkulak	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3
9	Lemah nilai tukar rupiah terhadap dollar	3	3	2	2	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	2	3	3
10	Lemah fasilitas per Kreditan pajak yang besar untuk produk ekspor	3	2	2	2	3	3	1	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3



R18	R19	R20	R21	R22	R23	R24	R25	R26	R27	R28	R29	R30	R31	R32	R33	R34	R35	R36	R37	R38	R39	R40	R41	R42	R43
4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4
4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
2	2	4	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4
3	4	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	2	3	3
2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3
2	2	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	2	3	4	3	3	2	2	3	2	3
2	2	4	3	4	3	2	2	3	3	2	2	4	3	4	3	3	2	2	4	3	2	3	4	3	4
4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3

R44	R45	R46	R47	R48	R49	R50	R51	R52	R53	R54	R55	JML	RATING	BOBOT	SKOR
3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	183	3.327	0.054	0.181
4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	191	3.473	0.057	0.197
3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	178	3.236	0.053	0.171
2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	165	3,000	0.049	0.147
2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	168	3.055	0.050	0.153
3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	176	3.200	0.052	0.168
3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	145	2.636	0.043	0.114
2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	161	2.927	0.048	0.140
3	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	155	2.818	0.046	0.130
3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	149	2.709	0.044	0.120
											55	1671	30.38	0.497	1.521

LAMPIRAN 5. DOKUMENTASI

gambar 1: Penyebaran Kuisisioner Internal



Gambar 2: Penyebaran Kuisisioner Eksternal

