

## ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI AGRIBISNIS KOPI (STUDI KASUS: KOPI ARABIKA ENREKANG)

Alfin<sup>1\*</sup>, Iranita Haryono<sup>2</sup>, Aksal Mursalat<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang

<sup>2</sup>Maccorawalie, Kec. PancaRijang, Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan

\*alfinramadhan527@gmail.com

### ABSTRAK

Komoditi kopi adalah salah satu komoditi perkebunan nasional yang memiliki peranan penting pada ekonomi Indonesia. Produksi kopi di Indonesia tersebar di berbagai daerah yang masing - masing mempunyai profil cita rasa yang berbeda sehingga mempunyai keunggulan tersendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan kopi arabika di Dusun Karang. Penelitian ini merupakan analisis deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan dan merangkum berbagai realitas sosial yang terdapat di masyarakat. Lokasi penelitian dilakukan di Dusun Karang, Desa Latimojong, Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang, dengan penekanan pada strategi pengembangan usaha tani kopi Arabika. Hasil: Faktor internal yang mempengaruhi perkembangan usahatani kopi arabika di Karang antara lain unik. cita rasa kopi, iklim yang mendukung budidaya kopi, keunikan cara pengolahan pasca panen, dan ketersediaan lahan kopi arabika. Faktor eksternal antara lain kemudahan akses terhadap daerah penghasil kopi, tingginya permintaan kopi Arabika, produksi kopi berkualitas tinggi, dan pasar domestik dan internasional yang luas. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi berbagai kelemahan dan ancaman dalam pengembangan pertanian kopi Arabika di wilayah tersebut. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi berharga bagi pemerintah, praktisi agribisnis, investor, ilmuwan, dan mahasiswa, serta membimbing mereka dalam mengambil tindakan. meningkatkan pengembangan usahatani kopi arabika di Enrekang.

**Kata Kunci:** Faktor Eksternal, Faktor Internal, Kopi Arabika, Strategi Pengembangan, SWOT.

### INTRODUCTION

Sektor pertanian, khususnya bagian perkebunan, memegang peranan krusial dalam kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Kopi, sebagai salah satu komoditas terkemuka dalam perkebunan, memiliki peran yang sangat penting dalam struktur ekonomi Indonesia. Dalam konteks ini, Indonesia dikenal memiliki dua jenis kopi utama, yaitu arabika dan robusta.

Indonesia, sebagai eksportir kopi terbesar ke empat di dunia, memiliki lebih dari 50 negara tujuan ekspor. Amerika Serikat menjadi pasar utama dengan peran sebesar 19,35%, diikuti oleh Jepang, Jerman, dan Italia. Kopi bukan hanya sebagai penyumbang devisa, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan pendapatan bagi petani dan pelaku ekonomi terkait.

Produksi kopi di Indonesia tersebar di berbagai daerah, dengan setiap daerah memiliki cita rasa khas. Salah satu provinsi penghasil kopi arabika adalah Sulawesi Selatan, yang memiliki potensi pengembangan kopi yang besar. Kabupaten Enrekang di Sulawesi Selatan dikenal sebagai pusat produksi kopi arabika, terutama di Dusun Karang Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu.

Walaupun Enrekang telah terkenal sebagai wilayah penghasil kopi Arabika, Dusun Karang memiliki potensi untuk mengembangkan atau memperluas usaha pertanian kopi

Arabika. Peran pemasaran menjadi krusial dalam pengembangan kopi Arabika di Enrekang, tidak hanya sebagai sarana penjualan produk, tetapi juga untuk membangun citra dan keunggulan produk di pasar.

## MATERIAL AND METHODE

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Dusun Karang, Desa Latimojong, Distrik Buntu Batu, Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Lokasi ini di pilih dengan sengaja karena Dusun Karang merupakan salah satu wilayah penghasil kopi jenis arabika di Sulawesi Selatan. Penelitian dilakukan dalam rentang waktu Juni hingga Agustus 2023.

### Metode Analisis Data

Dalam merumuskan strategi pemasaran kopi, peneliti memanfaatkan metode analisis SWOT. Analisis dimulai dengan identifikasi faktor lingkungan, termasuk lingkungan internal dan eksternal. Faktor lingkungan internal dijadikan dasar untuk menetapkan kekuatan dan kelemahan, sementara faktor lingkungan eksternal digunakan untuk landasan mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin terjadi.

Sebelum mengimplementasikan strategi, tahapan awal melibatkan analisis faktor eksternal dan internal, yang nantinya diintegrasikan ke dalam Matriks Faktor Strategi Eksternal (*EFAS*) dan Matriks Faktor Strategi Internal (*IFAS*). Melalui analisis SWOT, peluang dan ancaman dari faktor eksternal dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan dari faktor internal. Faktor internal disusun secara ringkas dalam *IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary)*, sementara faktor eksternal dimasukkan ke dalam matriks yang dikenal sebagai *EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary)* [1].

**Tabel 1 Matriks Faktor Internal (IFAS)**

Faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Total			

**Tabel 2 Matriks Faktor Eksternal (EFAS)**

Faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
Ancaman			
Total			

**Keterangan:** Cara menentukan bobot dan rating(nilai) pada faktor kekuatan dan peluang menurut Rangkuti (2006) antara lain, 0,20=sangat kuat, 0,15=kuat, 0,10=lemah dan 0,05=sangat lemah. Sementara, 4=kekuatan utama (major strength), 3=kekuatan kecil (minor strength), 2=kelemahan utama (minor weakness) dan 1=kelemahan kecil (major weakness).

Penjelasan mengenai bobot dan rating untuk kekuatan dan peluang adalah sebagai berikut, (1) Bobot 0,20 dengan rating 4 mengindikasikan keberadaan kekuatan dan peluang yang sangat kuat, yang bersifat dominan atau mendominasi. (2) Bobot 0,15 dengan rating 3 menunjukkan bahwa terdapat kekuatan dan peluang yang kuat, yang bersifat dominan atau mendominasi. (3) Bobot 0,10 dengan rating 2 menyiratkan keberadaan kekuatan dan peluang yang lemah untuk

mendominasi atau bersifat dominan. (4) Bobot 0,05 dengan rating 1 menandakan bahwa memiliki kekuatan dan peluang yang sangat lemah untuk mendominasi atau bersifat dominan [2].

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk merinci faktor strategi. Matriks ini memberikan gambaran tentang bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dihubungkan dengan kekuatan dan kelemahan internal. Dengan menggunakan matriks ini, empat alternatif strategis dapat dihasilkan.

**Tabel 3.** Matriks SWOT

IFAS	<i>Strength (S)</i> Daftar kekuatan yang dimiliki.	<i>Weakness (W)</i> Daftar kelemahan yang dimiliki.
EFAS		
<i>Opportunities (O)</i> Daftar peluang yang dapat diidentifikasi.	Strategi SO Memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	Strategi WO hilangkan kelemahan menggunakan peluang yang ada.
<i>Threats (T)</i> Daftar ancaman yang diidentifikasi.	Strategi ST Manfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

## RESULT AND DISCUSSION

### Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Arabika di Dusun Karang Desa Latimojong Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Perkembangan, strategi, tujuan, misi, dan kebijakan perusahaan selalu dikaitkan dengan tahap pengambilan keputusan strategis [3]. Untuk membuat rencana pengembangan pertanian kopi Arabika, para peneliti menggunakan analisis kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*threats*).

**Tabel 4.** Matriks faktor internal dan eksternal usaha tani Kopi Arabika di Dusun Karang Desa Latimijong Kecamatan Buntu Kabupaten Enrekang

Faktor Internal	
Kekuatan	Kelemahan
1. Cita rasa kopi yang khas yaitu kecut.	1. Teknologi yang digunakan petani masih manual seperti cangkul, parang, semprot manual.
2. Kondisi iklim yang sangat cocok untuk ditanami kopi.	2. Pemberian pupuk yang kurang dikarenakan mahalnya pupuk.
3. Pengolahan pasca panen yang unik dimana kulit dan biji kopi tidak di pisahkan ketika di keringkan.	3. Pemeliharaan tanaman kopi arabika rendah karena hanya dilakukan saat mendekati musim panen.
4. Ketersediaan lahan kopi arabika	4. jaringan pemasaran yang masih rendah.
Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
1. Daerah penghasil kopi arabika dapat dijangkau dengan mudah karena berada di jalur menuju destinasi wisata Sivin Camp dan Gunung Latimojong.	1. Banyaknya pesaing dari daerah lain.
2. Terdapat permintaan yang tinggi untuk kopi arabika karena diminati oleh banyak orang, baik di wilayah setempat maupun di luar daerah, seperti Kalosi, Toraja, dan berbagai daerah lainnya.	2. Dampak dari fluktuasi iklim dan ketidakpastian cuaca.
3. Mampu menciptakan kualitas kopi arabika terbaik karena	3. Harga kopi yang rendah.
	4. Persaingan antara pesaing dalam menciptakan produk

penjemurannya dilakukan di atas atap rumah. kopi yang berkualitas

4. Pasar lokal domestik dan internasional yang terbuka luas

Sumber: Data Primer 2023

Tabel analisis faktor internal (IFAS) dan perencanaan faktor eksternal menunjukkan langkah selanjutnya setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal.

**Tabel 5.** IFAS (*Internal Factor Analisis*) pengembangan usahatani Kopi Arabika di Dusun Karangon Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang

FAKTOR INTERNAL ( <i>STRENGTH &amp; WEAKNESS</i> )		BOBOT	RATING	SKOR
STRENGTH	1. Cita rasa kopi yang khas yaitu kecut	0,20	4	0,80
	2. Kondisi iklim yang sangat cocok untuk ditanami kopi	0,15	3	0,45
	3. Pengolahan pasca panen yang unik dimana kulit dan biji kopi tidak di pisahkan ketika di keringkan	0,15	3	0,45
	4. Ketersediaan lahan kopi arabika	0,10	3	0,30
<b>Sub Total</b>		<b>0,60</b>		<b>2,15</b>
WEAKNESS	1. 1.Teknologi yang digunakan petani masih manual seperti cangkul, parang, semprot manual.	0,05	1	0,05
	2. Pemberian pupuk yang kurang dikarenakan mahalnya pupuk.	0,15	4	0,60
	3. Tingkat pemeliharaan tanaman kopi arabika yang rendah karena hanya merawat tanaman kopi pada saat menjelang musim panen saja.	0,10	2	0,20
	4. Jaringan pemasaran yang masih rendah.	0,10	2	0,20
<b>Sub Total</b>		<b>0,40</b>		<b>1,05</b>
<b>Jumlah</b>		<b>1,00</b>		<b>3,20</b>

Sumber: Data Primer 2023

Berdasarkan data pada Tabel 5, petani yang merespon mengidentifikasi empat kekuatan dan empat kelemahan dalam kegiatan usahatani kopi Arabika di Dusun Karangon, Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang. Bobot kekuatan sebesar 0,60, sedangkan bobot kelemahan sebesar 0,40, hal ini menunjukkan bahwa bobot kekuatan memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan bobot kelemahan.

**Tabel 6.** EFAS (*Eksternal Factor Analisis*) pengembangan usahatani Kopi Arabika di Dusun Karangon Desa Latomojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang

FAKTOR EKSTERNAL ( <i>OPPORTUNITY &amp; THREATS</i> )		BOBOT	RATING	SKOR
OPPORTUNITY	1. Merupakan tempat penghasil kopi arabika yang dapat dijangkau dengan mudah karena berada di jalur menuju destinasi wisata Sivin Camp dan Gunung Latimojong.	0,15	4	0,65
	2. Terdapat permintaan yang tinggi untuk kopi arabika karena diminati oleh banyak orang, baik di wilayah setempat maupun di luar daerah, seperti Kalosi, Toraja, dan berbagai daerah lainnya.	0,15	3	0,45
	3. Mampu menciptakan kualitas kopi arabika terbaik karena penjemurannya dilakukan di atas atap rumah.	0,15	3	0,45
	4. Pasar lokal domestik dan internasional yang terbuka luas.	0,15	3	0,45
<b>Sub Total</b>		<b>0,65</b>		<b>2,00</b>
THREATS	1. Banyaknya pesaing dari daerah lain	0,10	2	0,20
	2. Pengaruh perubahan iklim dan cuaca yang tidak menentu	0,10	2	0,20
	3. Harga kopi yang rendah	0,15	3	0,45
	4. Persaingan antara pesaing dalam menciptakan produk kopi yang berkualitas	0,10	2	0,20

<b>Sub Total</b>	<b>0,45</b>		<b>1,05</b>
<b>Jumlah</b>	<b>1,10</b>		<b>3,05</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dalam pengembangan bisnis budidaya kopi Arabika, faktor kekuatan dengan bobot tertinggi adalah cita rasa khas kopi Arabika, khususnya acidity, dengan bobot 0,20 karena merupakan ciri khas kopi Arabika Enrekang. Sedangkan faktor kekuatan dengan bobot paling rendah adalah pada ketersediaan lahan kopi dengan bobot 0,10. Faktor kelemahan tertinggi bagi petani kopi arabika adalah terkait dengan kurangnya pasokan pupuk.

Menurut informasi dari Tabel 6, analisis faktor eksternal mengidentifikasi empat peluang dan empat ancaman. Dalam analisis faktor eksternal, bobot peluang mencapai 0,65, sementara bobot untuk faktor ancaman mencapai 0,45. Dapat kita ketahui bahwa bobot pada peluang lebih tinggi daripada bobot pada ancaman.

Bobot tertinggi pada faktor peluang pengembangan usaha pertanian kopi Arabika adalah akses mudah ke daerah penghasil kopi Arabika, terutama karena menjadi jalan menuju wisata Sivin Camp dan Gunung Latimojong, dengan bobot 0,15. Sementara itu, bobot terendah untuk faktor peluang terkait dengan Terdapat permintaan yang tinggi untuk kopi arabika karena diminati oleh banyak orang, baik di wilayah setempat maupun di luar daerah, seperti Kalosi, Toraja, serta berbagai daerah lainnya, serta menghasilkan kualitas kopi Arabika terbaik melalui proses penjemuran di atas atap rumah, dan adanya pasar lokal domestik dan internasional yang luas, semuanya dengan bobot 0,15.

Di sisi lain, bobot tertinggi pada faktor ancaman adalah harga kopi yang rendah, dengan bobot 0,15, sementara bobot terendah pada faktor ancaman terkait dengan pengaruh perubahan iklim dan cuaca yang tidak menentu, juga dengan bobot 0,15.

Berdasarkan penjelasan diatas dan perhitungan yang dilakukan melalui analisis SWOT, diperoleh nilai akhir dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman seperti terlihat pada Tabel 7 berikut.

**Tabel 7.** Hasil Perhitungan Analisis SWOT

No	Uraian	Nilai
1	Faktor Internal	
	a. Kekuatan	2,15
	b. Kelemahan	1,05
2	Faktor Eksternal	
	a. Peluang	2,00
	b. Ancaman	1,05

Sumber: Data Primer, 2023

Dari penjelasan dalam Tabel 7 di atas, hasil perhitungan analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha pertanian kopi Arabika di Dusun Karang, Desa Latimojong, Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang memiliki kekuatan yang menonjol dibandingkan dengan kelemahannya. Selain itu, peluang lebih besar dibandingkan dengan ancaman, dengan nilai sebagai berikut:

- Kekuatan - Kelemahan (Faktor Internal):  $2,15 - 1,05 = 1,1$
- Peluang - Ancaman (Faktor Eksternal):  $2,00 - 1,05 = 0,95$

Jika nilai tersebut kita masukkan dalam *Matriks Grand Strategy* (Diagram SWOT) [4] terlihat bahwa posisi pengembangan usahatani kopi arabika di Dusun Karangon Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang berada pada strategi pertumbuhan, yaitu memanfaatkan secara optimal faktor kekuatan dan peluang yang dimiliki.

Berdasarkan penjelasan di atas, kita dapat melihat bahwa titik potong, yaitu (1,1: 0,95), terletak pada kuadran I, hal ini menunjukkan bahwa usahatani kopi arabika di Dusun Karangon, Desa Latimojong, Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang, berada dalam keadaan yang bagus. Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa sangat mungkin untuk terus mengembangkan usahatani kopi jenis arabika. Dalam konteks ini, penggunaan kekuatan dapat dioptimalkan, dan peluang dapat dimanfaatkan dengan baik untuk mengantisipasi dan menanggulangi ancaman yang mungkin timbul di masa depan. Ini searah dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [5] yang memaparkan bahwa jika diagram SWOT berada pada kuadran I maka petani kopi memiliki kekuatan untuk membuat strategi yang dapat membantu untuk mengembangkan usahatani kopi arabika, Oleh karena itu, dibutuhkan suatu strategi yang proaktif untuk mengoptimalkan laju pertumbuhan, dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang tersedia (strategi kekuatan-peluang).

Strategi pengembangan dalam usaha pertanian kopi Arabika di Dusun Karangon, Desa Latimojong, Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang, dapat diimplementasikan melalui berbagai alternatif. Penentuan strategi yang paling tepat dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan matriks SWOT. Matriks SWOT ini dengan rinci memperlihatkan tentang ancaman dan kelemahan yang dihadapi dapat diatasi dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, sebagaimana tergambar pada Tabel 8.

Dari informasi dalam Tabel 8 di bawah, alternatif strategi pengembangan dalam usaha pertanian kopi Arabika di Dusun Karangon, Desa Latimojong, Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang, yang ditentukan oleh responden adalah:

**Tabel 8.** Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Arabika di Dusun Karangon Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang.

<b>EKSTERNAL</b>	<p><b>Kekuatan (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cita rasa kopi yang khas yaitu kecut.</li> <li>2. Kondisi iklim yang sangat cocok untuk ditanami kopi.</li> <li>3. Pengolahan pasca panen yang unik dimana kulit dan biji kopi tidak di pisahkan ketika di keringkan.</li> <li>4. Ketersediaan lahan kopi arabika.</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknologi yang digunakan petani masih manual seperti cangkul, parang, semprot manual.</li> <li>2. Pemberian pupuk yang kurang dikarenakan mahalnya pupuk.</li> <li>3. Pemeliharaan tanaman kopi arabika rendah karena hanya dilakukan saat mendekati musim panen.</li> <li>4. Jaringan pemasaran yang masih rendah.</li> </ol>
<b>INTERNAL</b>		

<p><b>Peluang (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daerah penghasil kopi arabika dapat dijangkau dengan mudah karena berada di jalur menuju destinasi wisata Sivin Camp dan Gunung Latimojong.</li> <li>2. Terdapat permintaan yang tinggi untuk kopi arabika karena diminati oleh banyak orang, baik di wilayah setempat maupun di luar daerah, seperti Kalosi, Toraja, dan berbagai daerah lainnya.</li> <li>3. Mampu menciptakan kualitas kopi arabika terbaik karena penjemurannya dilakukan di atas atap rumah.</li> <li>4. Pasar lokal domestik dan internasional yang terbuka luas</li> </ol>	<p><b>Strategi S - O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manfaatkan kondisi lahan dan iklim untuk meningkatkan produksi dan kualitas kopi arabika. (S2, S4, O2, O3)</li> <li>2. Meningkatkan promosi kopi arabika dengan mencantumkan uniknya pengolahan pasca panen dan kekhasan cita rasa kopi arabika yang kecut kepada wisatawan yang datang berkunjung. (S1, S3, O1, O4)</li> </ol>	<p><b>Strategi W - O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan jaringan pemasaran dengan memanfaatkan wisatawan yang datang. (W4, O1, O2, O4)</li> <li>2. Mengembangkan teknologi pertanian dengan bantuan subsidi atau pendanaan untuk mengatasi masalah pupuk yang kurang. (W1, W2, W3, O3)</li> </ol>
<p><b>Ancaman (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingginya jumlah pesaing dari wilayah lain.</li> <li>2. Pengaruh fluktuasi iklim dan cuaca yang tidak dapat diprediksi.</li> <li>3. Harga kopi rendah</li> <li>4. Persaingan antarpesaing dalam menciptakan produk kopi yang berkualitas.</li> </ol>	<p><b>Strategi S - T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan kondisi iklim dan cuaca untuk menciptakan kopi arabika yang berkualitas supaya harga kopi naik dan dapat bersaing dengan kopi arabika daerah lain (S1, S2, S3, T1, T2, T3, T4)</li> </ol>	<p><b>Strategi W - T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. mengembangkan teknologi pertanian supaya tingkat kualitas kopi arabika agar dapat bersaing dengan pesaing dari daerah lain. (W1, W2, W3, W4, T1, T3, T4)</li> </ol>

Sumber: Data Primer, 2023

### Strategi S - O

Memanfaatkan kondisi lahan dan iklim untuk meningkatkan produksi dan kualitas kopi arabika. Untuk meningkatkan produksi dan kualitas kopi Arabika, penting untuk memanfaatkan kondisi lahan dan iklim yang sesuai. Hal ini dapat dicapai dengan memilih lahan yang memiliki ketinggian, suhu, curah hujan, dan tanah yang cocok untuk pertumbuhan kopi Arabika. Kemudian, dengan memperhatikan perawatan yang tepat, seperti pemeliharaan tanah, pemupukan, pengendalian hama dan penyakit, serta teknik panen yang baik, hasil kopi Arabika dapat ditingkatkan baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Selain itu, praktik pertanian berkelanjutan dan penggunaan varietas kopi yang sesuai dengan kondisi iklim juga dapat membantu dalam meningkatkan produksi dan kualitas kopi Arabika. Kesimpulan ini konsisten dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh [6], yang menyebutkan bahwa merancang strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman dapat dilakukan dengan meningkatkan produksi kopi melalui optimalisasi pemanfaatan lahan yang mencukupi dan sumber daya manusia yang profesional.

Meningkatkan promosi kopi arabika dengan mencantumkan uniknya pengolahan pasca panen dan kekhasan cita rasa kopi arabika yang kecut kepada wisatawan yang datang berkunjung. Untuk meningkatkan promosi kopi Arabika kepada wisatawan, penting untuk menonjolkan unsur-unsur unik dalam pengolahan pasca panen dan kekhasan cita rasa kopi Arabika yang kecut. Dengan memperkenalkan proses pengolahan pasca panen yang unik, menjelaskan cita rasa khas yang berkaitan dengan lingkungan dan proses pemanggangan yang hati-hati, serta mengadakan pameran, demonstrasi, dan pemasaran berbasis cerita, hal ini dapat

menarik perhatian wisatawan yang mencari pengalaman kopi yang istimewa dan berbeda. Dengan tindakan ini dapat meningkatkan promosi dan penjualan kopi arabika Enrekang kepada wisatawan dengan cara yang menarik dan informatif. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [7], yang memaparkan bahwa promosi adalah upaya untuk memengaruhi konsumen agar mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga mereka merasa puas dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

#### **Strategi S - T**

Memanfaatkan kondisi iklim dan cuaca untuk menciptakan kopi arabika yang berkualitas supaya harga kopi naik dan dapat bersaing dengan kopi arabika daerah lain. Untuk menciptakan kopi Arabika berkualitas tinggi yang mampu bersaing dengan kopi Arabika dari daerah lain, pemanfaatan kondisi iklim dan cuaca sangat penting. Ini melibatkan manajemen pertanian yang bijak dengan memperhatikan prakiraan cuaca, pemantauan panen yang teliti, pemilihan metode pengolahan pasca panen yang sesuai, dan evaluasi terus-menerus. Dengan tindakan-tindakan ini kitadapat memastikan bahwa kopi Arabika yang dihasilkan memiliki rasa dan aroma yang istimewa, serta kualitas yang konsisten, yang akan meningkatkan daya saing produk kopi arabika Enrekang. Ini searah dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [8] yang menyatakan bahwa Iklim merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dikendalikan dalam skala meso maupun makro yang dimana iklim ini berpengaruh terhadap pertumbuhan dan produktivitas tanaman

#### **Strategi W - O**

Meningkatkan jaringan pemasaran dengan memanfaatkan wisatawan yang datang. Dalam upaya untuk meningkatkan jaringan pemasaran dengan memanfaatkan wisatawan yang datang, beberapa langkah penting dapat diambil. Pertama, identifikasi profil dan minat wisatawan yang datang ke daerah Anda. Selanjutnya, jalin kemitraan dengan bisnis lokal, buat pemasaran khusus untuk menargetkan wisatawan, manfaatkan media sosial, dan pastikan informasi tersedia dalam bahasa yang mereka gunakan. Memberikan layanan pelanggan yang baik dan terus menerima umpan balik dari wisatawan juga sangat penting. Dukungan dari pemerintah setempat juga dapat membantu. Dengan pendekatan ini, kita dapat memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan potensi dari kunjungan para wisatawan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [9] yaitu, Menggunakan media sosial sebagai sarana promosi wisata saat ada berbagai event yang berlangsung di Wisata Telaga Sarangan, mengingat mayoritas masyarakat saat ini mendapatkan informasi dari platform media sosial.

Mengembangkan teknologi pertanian dengan bantuan subsidi atau pendanaan untuk mengatasi masalah pupuk yang kurang. Mengembangkan teknologi pertanian dengan bantuan subsidi atau pendanaan adalah pendekatan yang berpotensi efektif untuk mengatasi masalah kekurangan pupuk. Langkah-langkah ini melibatkan identifikasi masalah, penyediaan dana atau subsidi oleh pemerintah kepada petani, pendidikan petani, pemantauan, dan kemitraan. Dengan pendekatan ini, dapat meningkatkan ketersediaan dan efisiensi penggunaan pupuk, yang pada gilirannya akan meningkatkan produktivitas kopi arabika. Hal ini sesuai dengan peraturan dari Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 15/M-DAG/PER/4/2013 tentang pengadaan dan penyaluran Pupuk bersubsidi untuk sektor pertanian BAB I Pasal 1 No. 1 yang berbunyi Pupuk bersubsidi adalah barang dalam pengawasan yang pengadaan dan penyalurannya mendapat subsidi dari pemerintah untuk kebutuhan kelompok tani dan/atau petani di sektor pertanian meliputi Pupuk urea, Pupuk Pupuk sp 36, Pupuk ZA, Pupuk NPK, dan jenis Pupuk bersubsidi

lainnya yang ditetapkan oleh menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pertanian [10].

### **Strategi W - T**

Mengembangkan teknologi pertanian untuk meningkatkan kualitas kopi arabika agar dapat bersaing dengan pesaing dari daerah lain. Mengembangkan teknologi pertanian untuk meningkatkan kualitas kopi arabika adalah langkah penting untuk bersaing dengan pesaing dari daerah lain. Proses ini melibatkan pemilihan varietas unggul, pengelolaan tanaman yang baik, pemantauan dan perawatan rutin, pemanenan yang tepat waktu, metode pengeringan yang baik, penanganan pasca panen yang cermat, dan peningkatan proses penggilingan dan pemanggangan. Pelatihan petani, sertifikasi, pemasaran premium, serta kemitraan dan kolaborasi juga merupakan komponen penting dalam upaya untuk memproduksi kopi arabika berkualitas tinggi yang dapat bersaing di pasar global. Keseluruhan, langkah-langkah ini akan membantu meningkatkan reputasi kopi Anda, mendapatkan harga yang lebih baik, dan mempertahankan daya saing dalam industri kopi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh [11] yaitu, Melakukan penambahan mesin, peralatan, dan variasi produk untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis dan memenuhi permintaan pembeli. Dengan penambahan peralatan pengolahan terbaru, perusahaan dapat mengoptimalkan produksi dengan lebih banyak variasi produk, sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih terjamin dalam hal kualitas dan kuantitas. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk bersaing dengan pesaing lainnya.

### **Alternatif Strategi Dalam Pengambilan Keputusan**

Hasil dari analisis SWOT pada usahatani Kopi Arabika di Dusun Karang, Desa Latimojong, Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang menunjukkan bahwa kegiatan usahatani berada pada kuadran I, menandakan bahwa sangat mungkin untuk terus memperluas perkembangan usahatani kopi arabika di wilayah tersebut. Usahatani kopi dapat memanfaatkan faktor kekuatan sebagai modal awal operasional, dengan optimal menggunakan kekuatan dan peluang untuk mencegah serta menanggulangi faktor ancaman yang ada.

Adapun yang menjadi alternatif strategi dalam meningkatkan usahatani kopi arabika di Dusun Karang Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang yaitu:

1. Memanfaatkan kondisi lahan dan iklim untuk meningkatkan produksi dan kualitas kopi arabika
2. Meningkatkan promosi kopi arabika dengan mencantumkan uniknya pengolahan pasca panen dan kekhasan cita rasa kopi arabika yang kecut kepada wisatawan yang datang berkunjung.

## **KESIMPULAN**

Dari temuan penelitian tentang Analisis Strategi pengembangan usahatani agribisnis kopi studi kasus Kopi arabika Enrekang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor Internal Pengembangan usahatani kopi arabika Enrekang yaitu untuk faktor kekuatan pada pengembangan usaha tani kopi arabika di Dusun Karang yaitu, cita rasa kopi yang khas yaitu kecut, kondisi iklim yang sangat cocok untuk ditanami kopi, pengolahan pasca panen yang unik dimana kulit dan biji kopi tidak di pisahkan ketika di keringkan, dan ketersediaan lahan kopi arabika. Sedangkan untuk faktor kelemahan pada pengembangan usaha tani kopi arabika di Dusun Karang yaitu, teknologi yang digunakan petani masih manual seperti cangkul, parang, semprot manual, pemberian pupuk yang kurang dikarenakan

mahalnya pupuk, tingkat perawatan tanaman kopi arabika yang rendah karena cuma melakukan perawatan tanaman kopi ketika mendekati masa panen, dan jaringan pemasaran yang masih rendah

2. Faktor eksternal Pengembangan usahatani kopi arabika Enrekang yaitu untuk faktor peluang pada pengembangan usaha tani kopi arabika di dusun karangan yaitu, merupakan wilayah penghasil kopi arabika yang mudah di datangi karena merupakan jalan menuju wisata sivin camp dan gunung latimojong, Terdapat permintaan yang tinggi untuk kopi arabika karena diminati oleh banyak orang, baik di wilayah setempat maupun di luar daerah, seperti Kalosi, Toraja, dan berbagai daerah lainnya, menghasilkan kualitas kopi arabika terbaik karena proses penjemurannya diatas atap rumah, dan pasar lokal domestik dan internasional yang terbuka luas. Sedangkan untuk faktor ancaman pada pengembangan usaha tani kopi arabika di dusun karangan yaitu, Banyaknya pesaing dari daerah lain, Pengaruh fluktuasi iklim dan cuaca yang tidak dapat diprediksi, Harga kopi rendah, dan Persaingan antara pesaing dalam menciptakan produk kopi yang berkualitas
3. Strategi yang paling tepat dalam pengembangan uahatani kopi arabika Enrekang adalah Memanfaatkan kondisi lahan dan iklim untuk meningkatkan produksi dan kualitas kopi arabikadan Meningkatkan promosi kopi arabika dengan mencantumkan uniknya pengolahan pasca panen dan kekhasan cita rasa kopi arabika yang kecut kepada wisatawan yang datang berkunjung.

#### REFERENCES

- [1] Asis A, Ardiansyah R, Jaya R & Ishar I. 2020. Peningkatan produktivitas Kopi Arabika Gayo I dan II berbasis aplikasi biourine dan biokompos. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 25(4), 493–502.
- [2] Cahyono P. 2016. *IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK JASA ASURANSI KECELAKAAN DAN KEMATIAN PADA PT. PRUDENTIAL CABANG LAMONGAN*. 4(1), 64–75.
- [3] Christina, M. (2018). Pengambilan Keputusan dalam Menetapkan Strategi Persaingan Usaha Laundry di Dukuh Kupang Surabaya dengan Menggunakan Analisa SWOT. *Jurnal Penelitian*, 1986.
- [4] Eka Oktaviyani, T. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan*.
- [5] Nasrul, M. (2019). *Pengembangan Tanaman Pangan Di Bagian “Hulu.”*
- [6] Nur Irawan, M. R. (2017). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif Pada Pd. Bpr. Bank Daerah Lamongan. *Ekonika : Jurnal ekonomi universitas kadiri*, 2(1), 40–56.
- [7] Ramadhani, A., Teknologi, I., Bisnis, D., Dahlan, A., Sutikno, L., Mu’ad, L., Ahmad, B., Lamongan, D., Reni, D., Lailyningsih, N., & Sukahar, L. (2022). *Strategi Pemasaran Analisis SWOT pada Belikopi Pasca Pandemi (Studi Kasus Otlet Belikopi Cabang Lamongan)*. 1(3), 143–159.
- [8] Republik Indonesia. (2013). *Permendag No. 15 Tahun 2013*.
- [9] Rizki, N. (2020). Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Arabika Di Desa Buntu Mondong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang. *Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar*.

- [10] Siadari, U., Jamhari, J., & Masyhuri, M. (2020). Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Kawistara*, 10(1), 32.
- [11] Sianturi, R., Ginting, M., & Kesuma, S. I. (2015). Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Arabika (*Coffea Arabica* L) Di Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan. (Kasus Mahasiswa Strata 1 Universitas Sumatera Utara). *Agri-Sosioekonomi*.