
STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN USAHA PADA KELOMPOK TANI KOPI BUNTIS

Fanji Wijaya

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Membangun

E-mail: fanji.wijaya@inaba.ac.id

ABSTRAK

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan pertanian yang mempunyai kontribusi yang cukup nyata dalam perekonomian Indonesia, yaitu sebagai penghasil devisa, sumber pendapatan petani, penghasil bahan baku industri, penciptaan lapangan kerja dan pengembangan wilayah. Kelompok Tani Kopi Buntis adalah merupakan wadah berkumpulnya segenap petani yang memiliki lahan pertanian perkebunan yang masih belum maksimal pengolahannya. Permasalahan yang di hadapi petani kopi Buntis cukup kompleks, mulai dari hulu hingga ke hilir. Di sisi hulu, tingkat produktivitas kopi sangat rendah dibandingkan dengan daerah lainnya di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif yang disebut juga penelitian naturalistik dan dengan menggunakan metode deskriptif

analitik ialah metode pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat karena metode deskriptif merupakan metode untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kegiatan. Penelitian ini tidak menguji hipotesis". Teknik-teknik perumusan strategi menggunakan analisis SWOT

Hasil penelitian pada analisis SWOT menunjukkan bahwa Kelompok Tani Kopi Buntis berada pada kuadran VIII dengan strategi yang tepat untuk kondisi saat ini terdiri dari harvest strategy atau divestiture strategy, strategi ini dilakukan dalam rangka penambahan modal dari suatu rencana investasi atau untuk menindaklanjuti strategi akuisisi yang telah diputuskan untuk proses selanjutnya. Pengembangan pasar, penetrasi pasar dan pengembangan produk secara spesifik.

Kata Kunci: Industri Kopi, Analisis SWOT, Manajemen Strategi

PENDAHULUAN

Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup besar yaitu sekitar 12,72 persen pada tahun 2019, Salah satu sub sektor yang cukup besar potensinya adalah sub sektor perkebunan. Kontribusi sub sektor perkebunan tahun 2019 yaitu sebesar 3,27 persen terhadap total PDB dan 25,71 persen terhadap sektor Pertanian, Kehutanan, dan perikanan atau merupakan urutan pertama pada sektor tersebut. Sub sektor ini merupakan penyedia bahan baku untuk sektor industri, penyerap tenaga kerja, dan penghasil devisa (Badan Pusat Statistik, 2020).

Berdasarkan Angka Tetap Statistik Perkebunan Indonesia (Ditjen Perkebunan, 2019), produksi kopi Indonesia tahun 2018 tercatat sebesar 756.051 ton. Produksi ini berasal dari 1.252.826 ha luas areal perkebunan kopi dimana 96,63 persen diantaranya diusahakan oleh rakyat (PR) sementara sisanya diusahakan oleh perkebunan besar milik swasta (PBS) sebesar 1,78 persen dan perkebunan besar milik negara (PBN) sebesar 1,59 persen.

Produksi kopi Indonesia sebagian besar diekspor ke mancanegara dan sisanya dipasarkan di dalam negeri. Ekspor Kopi Indonesia menjangkau lima benua yaitu Asia, Afrika, Australia, Amerika, dan Eropa dengan pangsa utama di Eropa. Pada tahun 2019, lima besar negara pengimpor Kopi alam Indonesia adalah United States, Malaysia, Italy, Egypt, dan Japan.

Tidak ada akar maka tidak ada kopi, petani merupakan akar dari industri kopi, berperan penting dalam mengembangkan serta melestarikan industri kopi (Faqih, 2019). Petani kopi merupakan bagian awal dari perjalanan cita rasa sebuah kopi dan memiliki porsi yang cukup besar dengan asumsi secara persentatif yaitu 60%, pengelolaan di kebun (oleh petani) memberi dampak rasa pada kopi hingga 60%, kemudian tahapan penyangraian memiliki persentase penentuan kualitas cita rasa kopi sebesar 30%, posisi barista dan juga brewer hanya memiliki porsi dalam penentuan kualitas cita rasa kopi sebesar 10% (Wikikopi, 2016).

Rendahnya produktivitas kopi Indonesia disebabkan karena 96,63 persen kopi Indonesia merupakan perkebunan rakyat yang umumnya belum menggunakan bibit kopi unggul, teknik budidaya yang masih sederhana serta lambat melakukan peremajaan tanaman, minimnya sarana dan prasarana pendukung mengakibatkan rendahnya mutu kopi Indonesia (Rahmi, Marsudi, & Zaiah, 2017). Teknik budidayanya belum sesuai dengan anjuran/good agriculture practise (GAP), produktivitas tanaman rendah karena menggunakan bibit asalan, lemahnya kelembagaan petani, *value added* yang diterima petani rendah serta terbatasnya modal. (Titisari, 2016).

Kelompok Tani Kopi Buntis adalah merupakan wadah perkumpulan segenap petani yang memiliki lahan pertanian perkebunan yang masih belum maksimal pengolahannya dengan kesadaran dan keinginan yang kuat sekaligus sebagai upaya membantu pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan dan menekan angka pengangguran di wilayah Dusun Buntis Desa Cimenyan Kabupaten Bandung.

Kelompok Tani Buntis dibentuk pada tanggal 04 Desember 2016 sesuai dengan SK Kemenkumham No. AHU.0004414.AH.01.07 Tahun 2017 SK perkumpulan "Kelompok Tani Kopi Buntis", dengan harapan yaitu melakukan kegiatan pertemuan rutin bulanan. Selain itu juga berusaha tertib dalam administrasi baik pembukuan maupun keuangan. Perkumpulan Petani Kopi Buntis sedang membutuhkan bantuan pengolahan pasca panen dan marketing menjelang panen (Odesa Indonesia, 2017).

Kelompok Tani kopi buntis telah menjalani 2 kali panen, panen pertama tahun 2017 sebanyak 1.700 cherry bean (biji yang baru dipetik) dan yang kedua sebanyak 6.957 cherry bean. Sedangkan permintaan pasar khususnya kedai-kedai kopi di Kota Bandung sebanyak 12.000 green bean (biji kopi yang sudah mengelupas dari kulitnya dan dijemur kering sampai kadar air 10-12%). Sedangkan proses produksi yang dilakukan oleh petani kopi Buntis masih membuat para petani mengeluarkan biaya yang cukup tinggi untuk proses pengolahan biji kopi. Potensi pengembangan kelompok tani kopi Buntis harus terus ditingkatkan mengingat konsumsi Nasional kopi di Indonesia terus menaik namun produksi menurun.

KAJIAN PUSTAKA

Analisis SWOT

Menurut Boseman dalam Wisnubrot (2013) analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah proses penarikan kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman dalam organisasi dan dunia bisnis dikenal sebagai penaksiran atau analisis SWOT (Wisnubroto & Freitas, 2013).

Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal terdiri dari variabel – variabel (kekuatan kelemahan) yang ada didalam organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian manajemen puncak. Variabel – variabel tersebut meliputi struktur, budaya dan sumber daya organisasi. Perumusan misi dan tujuan perusahaan sangat dipengaruhi oleh lingkungan internal perusahaan (Wheelen & Hunger, 2012).

“Internal (strengths, weaknesses) are an organization’s controllable activities that are performed especially well or poorly”. Internal (kekuatan, kelemahan) adalah kegiatan organisasi yang terkontrol yang dilakukan dengan sangat baik atau buruk (Fred R & David, 2017). Untuk menyempurnakan strategi kekuatan dan kelemahan maka dituangkan ke dalam matriks IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan terbesar perusahaan.

Analisis Lingkungan Eksternal

“Eksternal (opportunities, threat) refer to economic, social, cultural demographic, environmental, political, legal, governmental, technological and competitive trend and events that could significantly benefit or harm an organization in the future”. Eksternal (peluang, ancaman) mengacu pada tren ekonomi, social, budaya, demograpi, lingkungan, politik, pemerintah, teknologi dan persaingan dan peristiwa yang datang secara signifikan menguntungkan atau merugikan organisasi dimasa depan (Fred R & David, 2017).

Tujuan dilakukan analisis lingkungan eksternal diantaranya adalah untuk mempertimbangkan kebutuhan pelanggan baru, teknologi baru dan kendala-kendala terhadap tren regulasi, persaingan dominan, dan sebagainya. Pemetaan dan analisis

lingkungan eksternal ini juga dapat menggambarkan kekuatan eksternal kunci yang memengaruhi suatu bisnis dan mereferensikan tren masa depan. Hasil dari EFAS akan menunjukkan peluang dan ancaman terbesar yang dihadapi perusahaan.

Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE)

Matriks IE (internal-eksternal) merupakan alat manajemen strategis yang digunakan untuk menganalisis kondisi kerja dan posisi strategis bisnis. Matrik IE didasarkan pada analisis faktor bisnis internal dan eksternal yang digabungkan menjadi satu model segestif. Matriks IE merupakan kelanjutan dari model matriks EFE dan IFE. Matriks IE berdasarkan dua kriteria sebagai berikut: Skor dari matriks EFE – diplot pada sumbu Y dan Skor dari matriks IFE – diplot pada sumbu X (Fred R & David, 2017).

Matrik SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Menurut (Rangkuti.F, 2015) matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis, alat ini dapat digambarkan pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1
Matrik SWOT

<i>IFAS/ EFAS</i>	<i>STRENGTH (S)</i>	<i>WEAKNESSES (W)</i>
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

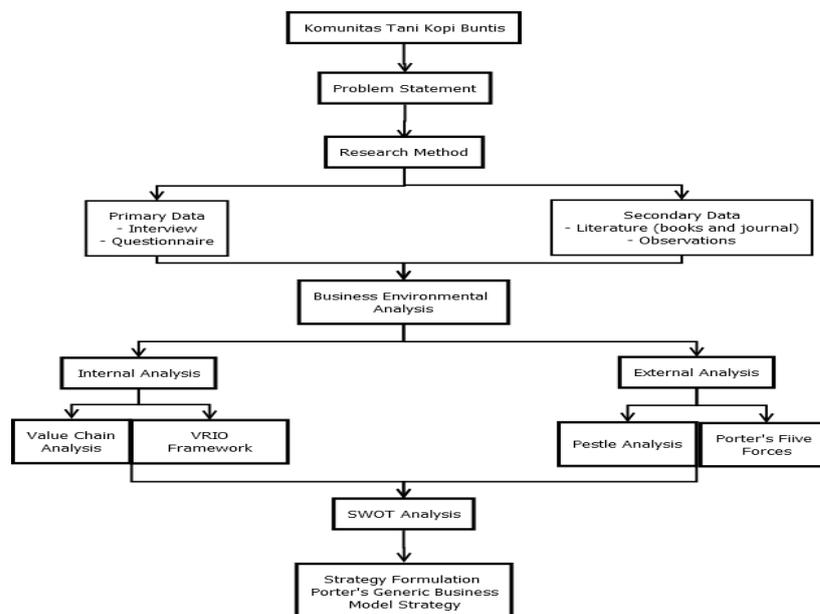
Sumber: (Wheelen & Hunger, 2012)

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif yang disebut juga penelitian naturalistik dan dengan menggunakan metode deskriptif analitik. Menurut whitnet yang dikutip oleh (Moh. Nazir, 1985) bahwa: "Metode deskriptif adalah metode pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat karena metode deskriptif merupakan metode untuk membuat gambaran mengenai

situasi atau kegiatan, maka jenis penelitian studi kasus adalah tepat, serta penelitian ini tidak menguji hipotesis”.

Penelitian ini merupakan studi kasus, sebagaimana yang diungkapkan oleh Moleong, 2014 mengatakan bahwa “penelitian kualitatif merupakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi”. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2013) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada *filsafat postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan menggunakan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Berikut alur penelitiannya:



Gambar 1

Conceptual Framework

PEMBAHASAN

Melalui metode wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan narasumber pelaku bisnis Kelompok Tani Kopi Buntis Kampung Buntis Desa Cimenyan Kabupaten Bandung maka didapat hasil analisis SWOT sebagai berikut:

Analisis Faktor Internal (Analisis VRIO)

A. Kekuatan (*Strengths*)

- a. Kelompok Tani Kopi Buntis saat ini memiliki ± 50.000 Pohon Kopi ini merupakan potensi yang baik untuk perkembangan Kelompok kedepannya
- b. Ketersediaan lahan dan agroklimat yang sesuai khususnya pengembangan kopi Arabika karena berada pada ketinggian 1.200 - 1.400 m dari permukaan laut.
- c. Semangat Petani dalam mengembangkan Industri Kopi Melihat semangat berjuang para petani dalam mengembangkan Industri Kopi merupakan modal dasar untuk merubah paradigma petani sayur menjadi petani kopi
- d. Pengalaman bertani, sejak lama menggeluti bidang perkebunan sayur mayur dan telah menjadi sumber pendapatan keluarga sejak dari beberapa generasi di atas mereka. Pengetahuan ini sebagai dasar para petani untuk belajar bertani kopi.
- e. Lokasi Kelompok Tani Kopi Buntis sangat strategis Karena tidak jauh dari pusat Kota Bandung yaitu sekitar 20 – 30 km dari pusat Kota Bandung

B. Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Belum adanya kegiatan Pembibitan melalui penangkaran Bibit, Kelompok Tani Kopi Buntis ini baru berdiri Tahun 2017 belum ada Kegiatan memilih benih unggul. Upaya strategis dalam mempersiapkan tanaman jangka panjang. Kegiatan penanaman dan perawatan bibit merupakan upaya penanaman benih yang akan tumbuh menjadi bibit
2. Kualitas Kopi Buntis yang Masih Rendah, kurang nya pemahaman perawatan kopi pasca panen membuat kualitas Kopi Buntis masih tergolong rendah
3. Penerapan teknologi (agronomi, pasca panen dan pengolahan) yang masih amat terbatas, Kelompok Tani Kopi Buntis belum memahami bidang ilmu pendidikan dan teknologi, karena semua proses pengolahannya masih manual.
4. Terbatas atau lemahnya kelembagaan petani dalam posisi rebut pasar (*bergaining position*). Belum adanya kemitraaan strategis yang optimal dari setiap stakeholders mulai dari kelompok tani, pedagang, eksportir, lembaga penelitian, *coffee houses*, pemerintah
5. Kelompok Petani Kopi Buntis masih menggunakan peralatan tradisional.

6. Akses ke modal usaha masih rendah, keterbatasan modal dalam berusaha tani merupakan masalah klasik hampir di semua daerah pertanian, khususnya usaha tani kopi. Dengan modal yang terbatas sangat sulit bagi petani untuk mengelola usahatani, apalagi untuk menambah lahan hasil pertaniannya. Menurut petani hal ini disebabkan hasil pertanian kopi tersebut seringkali hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga sehingga tidak terdapat cukup sisanya untuk usaha meningkatkan hasil pertanian kopi.
7. Kemampuan manajerial / Proses rencana strategik, Sistem manajerial yang saat ini ada, masih perlu diperbaharui terkait dengan penyebaran informasi mengenai target dan tujuan kelompok yang masih bersifat sentralisasi sehingga belum tersebar merata kepada seluruh anggota.
8. Kapasitas kelompok untuk meningkatkan produksi / Rendahnya Produktivitas kopi, Kelompok seharusnya memiliki rencana untuk membuka lahan baru dikarenakan permintaan yang terus bertambah yang tidak diikuti secara bersamaan oleh kenaikan kapasitas produksi, namun kelompok belum memiliki modal cukup untuk alokasi pembukaan lahan.
9. Daya saing yang masih lemah, Kelompok Tani Kopi Buntis belum dapat bersaing dengan para petani kopi daerah lainnya, karena kelompok ini baru berdiri dan belum memiliki produk unggulan kopi Buntis.

Analisis Faktor Eksternal (Analisis PESTLE)

A. Peluang (*Opportunities*)

1. Belum proporsionalnya komposisi kopi Arabika dan Robusta. Kopi Robusta mendominasi dibandingkan dengan kopi arabika, sedangkan permintaan kopi dunia hingga saat ini masih didominasi oleh Arabika dengan pangsa pasar >70 % Ini merupakan potensi besar untuk Kelompok Tani Kopi Buntis dalam meningkatkan produksi dan kualitas kopi Buntis
2. Perkembangan harga kopi dunia. Menurut ICO, perkembangan harga rata-rata kopi Arabika selalu lebih tinggi dibandingkan harga kopi Robusta, maka dapat diasumsikan bahwa pengembangan agribisnis kopi Arabika memiliki kecenderungan yang lebih prospektif dibandingkan dengan Robusta. Pasar nasional

dan internasional yang terbuka, dimana banyak permintaan dari negara-negara berkembang

3. Pergeseran gaya hidup dalam mengonsumsi kopi, salah satu faktor lain yang memengaruhi pertumbuhan konsumsi kopi adalah adanya pergeseran gaya hidup golongan masyarakat dunia dalam mengonsumsi kopi dari budaya peminum kopi menjadi penikmat kopi. Dahulu orang menikmati secangkir kopi di rumah atau warung kopi. Saat ini kopi bisa dinikmati di kafe dan restoran berkelas dengan segmen yang semakin luas, baik dari sisi gender maupun rentang usia. Hal tersebut mendorong konsumsi kopi dalam negeri naik 6 persen sampai 8 persen per tahun.
4. Masih terbukanya Peluang pengembangan *Product development* dalam bentuk kopi setengah jadi (*roasted coffee*) maupun kopi jadi (*soluble dan instant coffee*)
5. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan aksesibilitas yang lebih baik bagi petani dan pelaku usaha kopi
6. Jawa Barat merupakan salah satu daerah penghasil kopi Arabika berkualitas ekspor, Kopi Arabika asal daerah ini sudah terkenal ke berbagai negara sejak abad ke XVIII. Saat ini kopi Arabika asal Jawa Barat di ekspor ke berbagai negara diantaranya ke Maroko, Korea Selatan, Australia dan Jerman (Ditjenbun, 2017)
7. Pemamfaatan kulit buah kopi, Proses pembuatan cascara tidak menambah banyak pekerjaan para petani, sehingga sangat mudah untuk dilakukan. Pembuatan cascara diawali dengan sortasi buah kopi yang matang, pencucian buah kopi, pengupasan kulit atau cherry kopi, pencucian kulit kopi, dan penjemuran kulit kopi hingga kering

B. Ancaman (*Threats*)

1. Sifat pasar yang terbuka mengakibatkan tumbuhnya persaingan dari produk lain yang sejenis, Persaingan pasar turut mewarnai perkembangan sebuah usaha, adanya persaingan pasar memang bukan hal yang baru, bagus tidaknya peluang usaha diukur dengan tingginya permintaan pasar.
2. Perubahan iklim. Perubahan iklim yang akhir-akhir ini sulit diperkirakan akan berdampak terhadap penyimpangan. Sementara tanaman kopi dalam tahapan-

- tahapan tertentu sangat rentan terhadap pengaruh kekurangan dan kelebihan air yang akan berakibat pada penurunan produksi
3. Pemahaman teknologi dalam pengolahan kopi yang masih terbatas, Teknologi yang digunakan oleh Kelompok Kopi Tani Buntis saat ini belum ada hampir semua proses pengolahannya masih tradisional. Proses pengolahan kopi biasa terdiri dari proses natural, honey dan semi wash. Proses pengolahan kopi tersebut memerlukan lahan yang luas untuk proses pengeringan serta sinar matahari yang cukup karena masih memanfaatkan sinar matahari secara langsung.
 4. Munculnya produk-produk kopi dari wilayah lain/ Persaingan dengan negara penghasil kopi, semakin banyaknya kopi yang dihasilkan oleh wilayah/kabupaten lain menjadi ancaman dalam pengembangan potensi kopi Kabupaten Cimenyan Kampung Buntis.
 5. Kelangkaan tenaga kerja. Angkatan kerja di pedesaan kurang berminat bekerja di perkebunan, hal ini dikarenakan tingkat upah yang diterima masih dirasakan relatif rendah

Matrik IFE & EFE Kelompok Tani Kopi Buntis

Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) didapati dengan skor 2.07. Hal ini mengindikasikan posisi internal yang sedang/ rata-rata

Tabel 2
Matrik IFE Kelompok Tani Kopi Buntis

Internal Faktor				
Code	Strengths	Weight	Rating	Score
S1	Memiliki ± 50.000 Pohon Kopi	0.12	3	0.36
S2	Ketersediaan lahan dan agroklimat yang sesuai, khususnya pengembangan kopi Arabika	0.11	4	0.44
S3	Semangat Petani dalam mengembangkan Industri Kopi	0.10	2	0.20
S4	Pengalaman Bertani	0.09	2	0.18
S5	Lokasi Kelompok yang strategis	0.08	2	0.16
		0.50		1.34
Code	Weaknesses	Weight	Rating	Score
W1	Belum adanya kegiatan Pembibitan melalui penangkaran Bibit	0.08	2	0.16
W2	Kualitas Kopi Buntis yang Masih Rendah	0.07	1	0.07
W3	Penerapan teknologi (agronomi, pasca panen dan pengolahan) yang masih amat terbatas	0.06	2	0.12
W4	Terbatas atau lemahnya kelembagaan petani dalam posisi rebut pasar (<i>bergaining position</i>).	0.05	1	0.05
W5	Penggunaan peralatan tradisional	0.04	2	0.08
W6	Akses ke modal usaha masih rendah	0.05	1	0.05
W7	Kemampuan manajerial/ Proses rencana strategik	0.05	1	0.05
W8	Kapasitas kelompok untuk meningkatkan produksi/ Rendahnya Produktivitas kopi	0.05	2	0.10
W9	Daya Saing yang masih lemah	0.05	1	0.05
	Sub Total	0.50		0.73
	Total	1.00		2.07

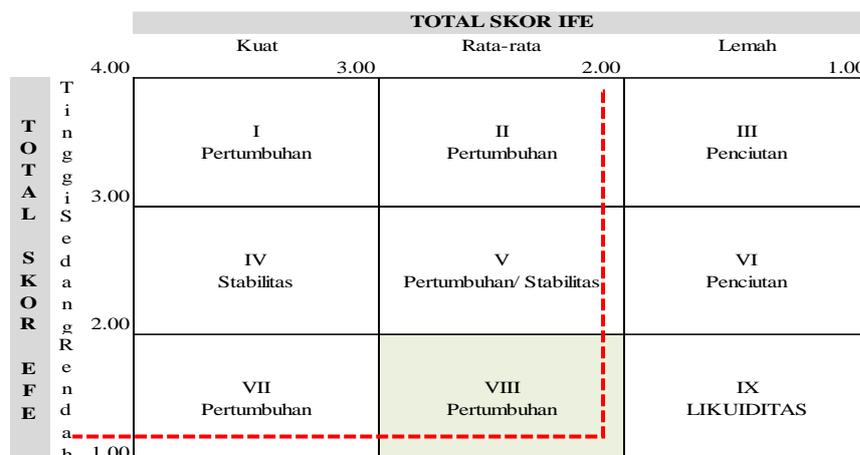
Sedangkan untuk Hasil dari matriks EFE dengan skor 1.85. Hal ini menunjukkan bahwa Kelompok Tani Kopi Buntis lemah merespon peluang dan ancaman yang ada di luar.

Tabel 3
Matrik EFE Kelompok Tani Kopi Buntis

Eksternal Faktor				
Code	Opportunities	Weight	Rating	Score
O1	Belum proporsionalnya komposisi kopi Arabika dan Robusta. Pertanaman kopi Robusta mendominasi dibandingkan dengan kopi arabika, sedangkan permintaan kopi dunia hingga saat ini masih didominasi oleh Arabika dengan pangsa pasar >70 %	0.10	3	0.30
O2	Perkembangan harga kopi dunia. Menurut ICO, perkembangan harga rata-rata kopi Arabika selalu lebih tinggi dibandingkan harga kopi Robusta, maka dapat diasumsikan bahwa pengembangan agribisnis kopi Arabika memiliki kecenderungan yang lebih prospektif	0.09	3	0.27
O3	Pergeseran gaya hidup dalam mengonsumsi kopi	0.08	2	0.16
O4	Masih terbukanya Peluang pengembangan <i>Product development</i> dalam bentuk kopi setengah jadi (<i>roasted coffee</i>) maupun kopi jadi (<i>soluble</i> dan <i>instant coffee</i>)	0.07	2	0.14
O5	Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi	0.05	2	0.10
O6	Jawa Barat merupakan salah satu daerah penghasil kopi Arabika berkualitas ekspor	0.05	3	0.15
O7	Pemamfaatan kulit buah kopi	0.06	2	0.12
	Sub Total	0.50		1.24
Code	Threats	Weight	Rating	Score
T1	Sifat Pasar Yang terbuka Mengakibatkan tumbuhnya persaingan dari produk lain yang sejenis	0.12	1	0.12
T2	Perubahan iklim	0.11	2	0.22
T3	Pemahaman teknologi dalam pengolahan kopi yang masih terbatas	0.10	1	0.10
T4	Munculnya produk-produk kopi dari wilayah lain/ Persaingan dengan negara penghasil kopi	0.09	1	0.09
T5	Kelangkaan tenaga kerja. Angkatan kerja di pedesaan kurang berminat bekerja di perkebunan, hal ini dikarenakan tingkat upah yang diterima masih dirasakan relatif rendah	0.08	1	0.08
	Sub Total	0.50		0.61
	Total	1.00		1.85

Matrik IE Kelompok Tani Kopi Buntis

Berdasarkan dari hasil analisis IFE dan EFE, Matrik IFE memiliki skor 2.07, sementara matriks EFE memiliki skor 1.85 Posisi Kelompok Tani Kopi Buntis dalam Matrik IE dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Matriks IE Kelompok Tani Kopi Buntis

Menurut Matrik IE, Kelompok Tani Kopi Buntis berada pada kuadran VIII, posisi ini mengindikasikan pertumbuhan. Strategi yang tepat ialah *Harvest strategy* atau strategi hasil yaitu suatu strategi yang menekankan untuk memaksimalkan profitabilitas dan arus kas dalam jangka pendek hingga menengah, mau mengorbankan market share bila diperlukan. Atau *Divestiture Strategy*, strategi ini dilakukan dengan menjual divisi atau bagian dari organisasi. Strategi inipun sering digunakan dalam rangka penambahan modal dari suatu rencana investasi atau untuk menindaklanjuti strategi akuisisi yang telah diputuskan untuk proses selanjutnya.

Matriks SWOT Kelompok Tani Kopi Buntis

a. Strategi SO (*Strengths - Opportunities*)

1. Meningkatkan budidaya kopi arabika (S:1,2,3,4,5 & Q: 1,2,3,4,6)

Belum proporsionalnya komposisi kopi Arabika dan Robusta. Kopi Robusta mendominasi dibandingkan dengan kopi arabika, sedangkan permintaan kopi dunia hingga saat ini masih didominasi oleh Arabika dengan pangsa pasar >70 % membuat kelangkaan pasok jenis kopi Arabika, untuk merebut peluang pasar kopi antara lain dengan Pengembangan tanaman kopi Arabika melalui kegiatan peremajaan, perluasan dan rehabilitasi tanaman kopi Arabika

- a. Peremajaan adalah usaha menggantikan tanaman yang secara ekonomis tidak menguntungkan lagi karena produktivitasnya rendah sehingga perlu diganti dengan yang baru dan dapat menghasilkan produktivitas yang tinggi.
- b. Kegiatan perluasan adalah menanam tanaman kopi di areal baru yang lingkungannya sesuai dengan persyaratan untuk pertumbuhan dan perkembangan tanaman kopi.
- c. Rehabilitasi kebun adalah kegiatan untuk memulihkan kondisi kebun ke keadaan yang lebih baik, sehingga produktivitasnya meningkat. Rehabilitasi tanaman ditujukan pada populasi tanaman yang telah berkurang karena kesalahan kultur teknis, serangan hama dan penyakit serta kekeringan yang akan mengakibatkan produktivitas tanaman per hektar rendah atau tidak menguntungkan untuk diusahakan.

2. Bagian kulit ceri kopi yang awalnya dianggap sebagai limbah sejatinya memiliki banyak manfaat. Kulit ceri kopi mengandung senyawa fenolik berupa asam klorogenat sebanyak 2,6% dari berat keringnya yang diketahui memiliki sifat antioksidan yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Selain itu, kulit ceri kopi berpotensi diolah menjadi cascara, yaitu suatu minuman herbal dengan warna dan cara penyeduhan yang hampir mirip dengan minuman teh. Cascara dapat diproduksi dengan melakukan proses pengeringan pada kulit ceri kopi.

b. Strategi ST (*Strenghts – Threats*)

1. Menggaet generasi milenial lewat kopi (S: 1,2,3,4 & T:1,3,4,5)

Penggemar kopi arabica, menurut Wakil Ketua Umum Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), Pranoto Soenarto, saat ini cenderung merupakan generasi milenial. Cita rasa asam dan aroma khas yang dimiliki kopi arabica, ternyata mampu menarik perhatian anak muda. Kini banyak *coffee shop* kekinian yang menyajikan kopi arabica sebagai produk unggulannya.

c. Strategi WO (*Weaknesses – Opportunities*)

1. Kelompok Tani Kopi Buntis sebaiknya dapat memanfaatkan media informasi (S:3,7,9 & O:3,5,6)

Media sosial dan teknologi yang saat ini sudah dapat diakses dengan mudah guna mendukung dan meningkatkan produktifitasnya. Dengan teknologi dan informasi petani dapat mengakses lebih mudah informasi serta dapat mempromosikan kopi Buntis sehingga lebih dikenal lagi baik dipasar domestik maupun internasional.

2. Pemberdayaan dan penguatan kelembagaan petani merupakan proses perubahan pola pikir dengan mempersiapkan SDM petani menjadi profesional, baik dalam teknis budidaya (produksi), dalam pengolahan hasil, pemasaran dan pengelolaan organisasi. (S:6,7,8 & O:3,4,6)

Ada tiga faktor yang dapat menjadikan petani profesional, yaitu pengetahuan, keahlian dan moral. Ketiga faktor ini bisa dikuasai petani melalui suatu proses dan tahapan pemberdayaan yang menggunakan sistem, strategi dan metode yang sesuai dengan spesifik lokal; menciptakan hubungan antar petani yang harmonis, kompak dan kebersamaan.

d. Strategi WT (*Weaknesses – Threats*)

1. Pembangunan sarana dan prasarana memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung aktivitas ekonomi, sosial, budaya, sebagai modal dasar dalam memfasilitasi interaksi dan komunikasi di antara kelompok. (W:1,2,5,9 & T: 1,3,4)
2. Jaringan bisnis sangat penting untuk seorang wirausaha. Jika seseorang menyukai bisnis Anda, maka Anda akan mendapat rekomendasi dan terbukalah pintu usaha lainnya. Bila perlu, Kelompok Tani Kopi Buntis juga dapat aktif masuk ke dalam komunitas pecinta kopi, kelompok tani kopi lainnya, dan sebagainya yang relevan dengan industri kopi

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran usaha Kelompok tani kopi Buntis menggunakan analisis SWOT menunjukkan pada posisi kuadran VIII, posisi ini mengindikasikan pertumbuhan.
2. Strategi yang bisa ditempuh untuk Kelompok Tani Kopi Buntis agar mampu mengembangkan usahanya sebagai berikut :
 - a. Belajar Meningkatkan budidaya kopi arabika dengan bermitra dengan Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian (BPPSDMP), Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar (Balittri) Kementerian Pertanian
 - b. Memanfaatkan kulit buah cherry menjadi minuman teh Cascara
 - c. Menggaet generasi milenial, untuk meningkatkan pemasaran melalui media teknologi dan informasi untuk mempromosikan Kopi Buntis
 - d. Menumbuh kembangkan fungsi kelembagaan dan kemitraan yang berazaskan kebersamaan ekonomi
 - e. Optimalisasi ketersediaan dan pemanfaatan sarana dan prasarana yang diperlukan dalam mendukung peningkatan kualitas tanaman dan produk yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 1989. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Fred R, D., & David, F. R. 2017. *Strategic Management*. (S. Wall, Ed.) (SIXTEENTH). Sout Carolina. Retrieved from https://www.academia.edu/37684383/Fred_R_David_Forest_R_David_Strategic_Management_A_Competitive_Advantage_Approach_Concepts_and_Cases-backup_1_.pdf
- Moh. Nazir. 1985. *Metode Penelitian, Cetakan ke-1, Jakarta : Ghalia Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Moleong, L. J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2002. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Sutisna.
- Pertanian, K. 2017. *Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi 2016 - 2018*. Retrieved from <http://ditjenbun.pertanian.go.id>
- Rangkuti, F. 2015. *Riset pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Retrieved from <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=8191&lokasi=12>
- Rothaermel. 2012. *Strategic Management: Concepts and Cases* (1st ed.). Atlanta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan, Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (pp. 1–16). CV. Alfabeta, Bandung.
- Wheelen, T. L., & Hunger, D. J. 2012. *Strategic Management And Business Policy*. (Sally Yagan, Ed.), *Journal of Mathematical Sciences (United States)*. United States. <https://doi.org/10.1007/s10958-016-2909-8>
- Wisnubroto, P., & Freitas, J. M. 2013. Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Pendekatan Technology Atlas Project Metod. *Journal Management*. Yogyakarta.