

STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI DI KECAMATAN POCO RANAKA TIMUR, KABUPATEN MANGGARAI TIMUR

Hendrica M. Kut¹⁾, I Wayan Nampa²⁾, Ir. Lika Bernadina²⁾

¹⁾Mahasiswa Minat Manajemen Agribisnis, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana

E-mail: meggy19kut@gmail.com. Telp. 082147740119

ABSTRACT

The research aims to know the internal factors (strength and weakness) and the external factors (opportunity and threat) that influence the agribusiness development of coffee and its another alternative strategy of agribusiness development of coffee in East Poco Ranaka Sub district, East Manggarai Regency. This research uses survey as its method while the data are taken from primary and secondary sources. The respondents determination are purposive sampling using keyperson, who are 26 respondents at its amount. Data analysis is conducted with qualitative and quantitative analysis using SWOT analysis (IFAS-EFAS analysis, SWOT matrix analysis, and SWOT quadrant). The results of the study show that the internal factor as well as the main strengths that determines the increasing of the agribusiness development of coffee in East Poco Ranaka Sub district are natural conditions that comply with the requirements of growing Arabica coffee, having distinctive properties and characteristics and the product which is sold is in dry HS (Hard Skill). While for the main weakness, those are, the spirit-less of the young to become a coffee-farmer as their profession also the lowness of coffee's production, and the lowness of coffee's productivity. Meanwhile, the external factor as well as the main opportunity that gives good impact to the agribusiness development of coffee in East Poco Ranaka Sub district is the increase of consumption and demand of coffee in order to be the base material in the agroindustry also the government supports to agribusiness coffee. In another side, the main threat is the market competition. The strategy which is needed to be considered in the locus of the research is an aggressive strategy. This aggressive strategy refers to the SO (Strength-Opportunity) strategy, which means efforts for maximizing all the possible opportunities. This study then, suggests to give the priority to the mount of sales, to give priority to the wider network in marketing information of Arabica coffee, and Asnikom role as the center in the marketing of Arabica coffee. But, it is possible to consider another strategy while keep focusing on SO strategy in order to increase the agribusiness development of coffee in the locus of the research. This research also finds some disadvantage and threat in coffee agribusiness so that there should be a cooperation among the agribusinesses in managing this disadvantage and threat so that this agribusiness can keep exist even becoming bigger especially in East Poco Ranaka Sub district, East Manggarai Regency.

Keywords: Development, Strategy, Agribusiness, Coffee

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pengembangan agribisnis kopi dan alternatif strategi pengembangan agribisnis kopi di Kecamatan Poco Ranaka Timur, Kabupaten Manggarai Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Penentuan

responden dilakukan secara *purposive sampling* dengan menggunakan teknik *keyperson* dan berjumlah 26 orang. Analisis data yang digunakan yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT (analisis IFAS_EFAS, analisis matriks SWOT dan kuadran SWOT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang termasuk kekuatan utama dalam mempengaruhi pengembangan agribisnis kopi di Kecamatan Poco Ranaka Timur yaitu kondisi alam yang sesuai dengan syarat tumbuh kopi arabika, memiliki sifat dan karakteristik yang khas; produk kopi yang dipasarkan dalam bentuk HS (*Hard Skill*) kering; Sedangkan kelemahan utamanya adalah rendahnya motivasi kaum muda dalam berusahatani kopi serta produksi dan produktivitas kopi yang masih rendah. Sementara faktor eksternal yang termasuk peluang utama yang paling mempengaruhi pengembangan agribisnis kopi arabika di Kecamatan Poco Ranaka Timur adalah meningkatnya konsumsi dan permintaan kopi sebagai bahan baku agroindustri serta adanya dukungan pemerintah terhadap agribisnis kopi. Sedangkan ancaman utamanya yaitu faktor persaingan pasar. Strategi pengembangan agribisnis kopi di lokasi penelitian harus difokuskan pada strategi agresif. Strategi agresif ini lebih ditekankan pada kegiatan pengembangan agribisnis kopi yang mengarah pada strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yaitu upaya memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki. Adapun strategi yang disarankan dari hasil penelitian ini yaitu meningkatkan volume penjualan, memperluas informasi jaringan pemasaran kopi arabika, dan meningkatkan peranan Asnikom sebagai sentra penjualan kopi arabika. Namun demikian, tidak menutup kemungkinan untuk mempertimbangkan strategi lainnya dengan tetap fokus pada strategi SO dalam upaya pengembangan agribisnis kopi di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat kelemahan dan ancaman yang ditemukan pada agribisnis kopi sehingga diperlukan adanya kerjasama antar pelaku agribisnis dalam mengelola kelemahan dan ancaman yang ada untuk peningkatan kegiatan agribisnis kopi di Kecamatan Poco Ranaka Timur, Kabupaten Manggarai Timur.

Kata kunci: Kopi, Manggarai, Strategi, SWOT

PENDAHULUAN

Kopi termasuk produk pertanian dari subsektor perkebunan yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Kopi merupakan komoditas perdagangan sebagai pendapatan asli daerah yang hasilnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan sebagai bahan baku industri dalam negeri serta untuk diekspor (Masu, 2008). Indonesia merupakan produsen kopi terbesar keempat dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia pada tahun 2015-2016. Volume produksi kopi Indonesia mencapai 739 ribu ton. Produksi kopi Brazil merupakan yang tertinggi mencapai lebih dari 3 juta ton dan Vietnam sebesar 1,7 juta ton. Kolombia berada pada posisi ketiga

dengan produksi 840 ribu ton (ICO, 2017 dalam Saragih, 2018).

Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) termasuk dalam provinsi penghasil kopi di Indonesia dengan produksi 21.859 ton dari luas areal tanam 65.920 Ha (BPS, 2017c). Kabupaten Manggarai Timur merupakan daerah penghasil kopi di NTT yang menempati urutan teratas dengan produksi sebesar 5.072 Ton dan produktivitas 0,28 Ton/Ha (BPS, 2017a). Namun, produktivitasnya lebih kecil dibandingkan daerah sentra produksi kopi lainnya di NTT. Produktivitas kopi yang rendah dapat terbantu bila memiliki sistem dan proses pemasaran yang efisien. Pemasaran kopi yang diproduksi di Kabupaten Manggarai Timur sudah menembus pasar di sejumlah negara

seperti Amerika Serikat, Jerman, Australia, Jepang dan kawasan Timur Tengah (Jempau, 2015). Kondisi ini harus dipertahankan sehingga pengembangan kopi sangat diperlukan agar terus berkesinambungan dalam berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat/ petani kopi serta pendapatan daerah dan nasional.

Pengembangan kopi di Kabupaten Manggarai Timur tersebar di setiap kecamatan termasuk Kecamatan Poco Ranaka Timur. Pada tahun 2016 luas areal kopi di Kecamatan Poco Ranaka Timur mencapai 1.832,8 Ha jenis robusta dan 1002 Ha kopi arabika dengan produksi 756,9 ton jenis robusta dan 392,58 ton jenis arabika. Produksi kopi di Kecamatan Poco Ranaka Timur selama tahun 2014-2016 produksi kopi mengalami fluktuasi (BPS, 2017b). Hal ini tentu akan berdampak pada perkembangan produksi kopi apabila tidak diikuti oleh pemanfaatan faktor-faktor produksi lainnya secara efektif dan efisien. Berdasarkan hasil prasurevei penelitian beberapa kendala yang dihadapi dalam agribisnis kopi di wilayah penelitian yaitu penjualan kopi masih banyak dilakukan dengan sistem ijon serta petani kopi jarang melakukan perawatan atau peremajaan kopi yang berdampak pula pada kualitas dan mutu produk dalam jangka panjang. Persoalan lainnya adalah teknologi pasca panen yang kurang memadai sehingga menyebabkan mutu kopi menjadi rendah yang akhirnya menurunkan pendapatan petani sebagai produsen (Adar, dkk., 2007).

Permasalahan-permasalahan tersebut akan menghambat pengembangan kopi di wilayah penelitian sehingga perlu dilakukan upaya untuk mengatasinya. Dalam hal ini, kegiatan pengembangan kopi secara umum didasarkan pada konsep agribisnis dimana kegiatan pengembangan yang dilakukan mencakup seluruh aktivitas agribisnis sebagai suatu sistem usaha berbasis pertanian dan

sumberdaya lain dari hulu sampai hilir. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk menentukan strategi pengembangan agribisnis kopi di Kecamatan Poco Ranaka Timur, Kabupaten Manggarai Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilakukan di Kecamatan Poco Ranaka Timur, Kabupaten Manggarai Timur pada bulan Februari-Maret 2019. Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) didasarkan atas produktivitas yang cukup tinggi dibandingkan daerah lainnya di Kabupaten Manggarai Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling* dengan menggunakan teknik *keyperson* dan berjumlah 26 orang. *Keyperson* dalam penelitian ini yaitu Bidang Perkebunan Dinas Pertanian (Distan) Kabupaten Manggarai Timur, Kepala Balai Penyuluhan Kecamatan Poco Ranaka Timur, Pedagang pengumpul, Ketua Asosiasi Petani Kopi Manggarai (ASNIKOM) dan Petani Kopi. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Analisis data diolah dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*, analisis IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) dan analisis EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*), analisis matriks SWOT dan analisis kuadran SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal-Eksternal Agribisnis Kopi

1. Faktor Internal

1. Kondisi Alam yang sesuai dengan syarat tumbuh kopi arabika (S1) Kecamatan Poco Ranaka Timur sesuai dengan syarat tumbuh kopi

- arabika dimana berada pada ketinggian kurang lebih 1000-1500 m dpl dengan rata-rata kemiringan tanah 2-50%. Adapun jumlah curah hujannya yaitu 1763,9 mm/ tahun dan suhu berkisar antara 15-20°C (BPS, 2017b).
2. Ketersediaan lahan kopi yang masih luas (S2)
Luas lahan perkebunan di lokasi penelitian tahun 2016 yaitu 3.996 Ha atau 39,96 Km² (BPS, 2017b) Menurut data dari Dinas Pertanian Kabupaten Manggarai Timur, luas areal kopi arabika di lokasi penelitian tahun 2016 yaitu 2.127 Ha. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penggunaan lahan perkebunan digunakan untuk kegiatan usahatani kopi arabika.
 3. Ketersediaan tenaga kerja yang masih cukup tersedia (S3)
Ketersediaan tenaga kerja untuk usahatani kopi arabika di lokasi penelitian masih cukup tersedia (33,15%) dimana dilihat dari keberadaan rumah tangga yang menjalankan usahatani kopi arabika. Dari informasi yang diperoleh, jumlah rumah tangga yang membudidayakan kopi arabika di lokasi penelitian umumnya pada tahun 2016 yaitu 2261 KK dari 6.821 KK.
 4. Teknologi pasca panen yang bersifat semi modern (S4)
Teknologi pasca panen yang digunakan oleh petani bersifat semi modern dimana proses pengolahan menggunakan mesin *pulper* dan mesin *huller*.
 5. Produk kopi yang dipasarkan dalam bentuk HS kering (S5)
Penjualan kopi oleh petani di wilayah penelitian dalam bentuk produk olahan (biji kopi HS kering). Ini berarti petani sudah meningkatkan kapasitas pengolahan kopi sehingga meningkatkan pendapatannya.
 6. Jaringan pemasaran sudah menembus pasar nasional /internasional (S6)
Kopi arabika yang sebagian besar dipasok dari lokasi penelitian sudah masuk pasar AS, Jerman, Australia, Jepang dan kawasan Timur Tengah. Dari hasil wawancara, kopi arabika yang dihasilkan sudah mencapai pasar dunia dalam jangka waktu 3 tahun terakhir yaitu dipasarkan di Jepang, Cina dan Korea yang umumnya melalui UPH ASNIKOM.
 7. Budaya masyarakat dalam menjalankan usahatani kopi (S7)
Usahatani kopi sudah menjadi budaya yang mendarah daging bagi petani di lokasi penelitian dan diwariskan secara turun temurun. Berdasarkan hasil observasi dan studi literatur, usahatani kopi diperkenalkan pada zaman Pemerintahan Kolonial Belanda pada tahun 1920-an. Hingga kini, usahatani kopi masih banyak dijalankan oleh masyarakat (Irvan, 2018).
 8. Memiliki sifat dan karakteristik yang khas (S8)
Kopi Arabika Flores Manggarai pada derajat sangrai sedang *medium rose* menunjukkan hasil sangrai yang relatif homogen dengan aroma kopi bubuk terkesan manis dan ada sedikit aroma rempah. Cita rasa kopi arabika Flores Manggarai memiliki aroma herbal Floral dan *spacy* dengan tingkat kekentalan sedang sampai dengan tinggi (Anonymous, 2015).
 9. Pengetahuan petani tentang pengolahan kopi bubuk (S9)
Petani kopi di lokasi penelitian sudah mengetahui proses pengolahan kopi menjadi kopi bubuk namun hanya digunakan

- untuk konsumsi pribadi. Pengetahuan tersebut dapat menjadi kekuatan apabila didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai serta upaya peningkatan motivasi petani dalam mengikuti berbagai pelatihan.
10. Budidaya kopi yang belum sesuai pedoman yang disarankan (W1)
Pelaksanaan budidaya kopi arabika di lokasi penelitian sudah dilakukan dengan baik oleh petani yang tergabung dalam Asnikom atau yang telah mengikuti Sekolah Lapangan Kopi. Namun, masih terdapat petani yang belum menjalankan kegiatan budidaya sesuai pedoman dimana tanaman dibiarkan tumbuh secara alami tanpa melakukan kegiatan pemeliharaan yang efektif seperti kurangnya pemangkasan dan pemupukan, penggunaan bibit sendiri (bukan benih unggul) yang disemai, serta ketidakpedulian petani dalam mengatasi serangan hama penyakit tanaman.
 11. Kegiatan pembibitan belum dilakukan dengan optimal (W2)
Kegiatan penyediaan bibit dilakukan petani dengan cara yang sederhana dan masih belum selektif dalam penggunaan bibit unggul. Selain itu, adanya bantuan bibit unggul untuk usahatani kopi arabika yang diperoleh dari pemerintah namun tidak secara menyeluruh didapatkan petani.
 12. Kegiatan panen dan pascapanen belum sesuai dengan yang disarankan (W3)
Meski petani berani melakukan pengolahan kopi arabika sampai menghasilkan kopi HS tapi pengelolaannya masih belum baik. Dimana buah kopi merah oleh petani masih rendah karena petani ingin cepat menjual kopi. Teknologi hasil kurang berkualitas karena jarang diperhatikan perawatannya sehingga terkadang saat menggunakan mesin *huller* terdapat cukup banyak kopi biji yang terikat bersama kulit kopi. Hal ini berdampak pada penerimaan usahatani kopi arabika.
 13. Produksi dan produktivitas kopi yang masih rendah (W4)
Produksi dan produktivitas kopi yang masih rendah menjadi kendala yang berpengaruh buruk terhadap pengembangan agribisnis kopi arabika apabila tidak diikuti oleh pemanfaatan faktor-faktor produksi lainnya secara efektif dan efisien. Kondisi ini, berdampak pada kemampuan wilayah dalam memenuhi permintaan kopi arabika dalam jangka panjang.
 14. Adaptasi teknologi informasi oleh petani masih rendah (W5)
Pemasaran kopi arabika oleh petani masih secara manual atau dilakukan secara langsung melalui perantara pedagang pengumpul desa tanpa memanfaatkan teknologi *e-commerce*. Sehingga margin keuntungan petani juga menjadi rendah apalagi jika terdapat banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran kopi arabika.
 15. Manajemen finansial yang kurang baik dan berpengaruh terhadap pendapatan usahatani kopi (W6)
Manajemen finansial dan pendapatan petani berhubungan dengan kegiatan penjualan kopi arabika dengan sistem ijon yang menyebabkan harga kopi menjadi lebih rendah dibandingkan harga kopi seharusnya. Atau kekuatan tawar menawar di tingkat petani menjadi lebih rendah karena harga kopi yang dipasarkan ditentukan oleh pengijon.

16. Kurang optimalnya fungsi kelembagaan di tingkat petani (kelompok tani) (W7)

Masih banyak petani kopi arabika yang tidak bergabung dalam kelompok tani. Permasalahan terkait kelembagaan menurut data Rencana Kerja Penyuluh Pertanian (RKPP) yaitu: kelompok tani dan gapoktan belum berfungsi optimal, kurangnya kesadaran petani tentang hidup berkelompok dan rendahnya kesadaran anggota untuk melakukan permodalan.

17. Rendahnya motivasi kaum muda dalam berusaha kopi arabika (W8)

Keterlibatan kaum muda dalam menjalankan usahatani kopi arabika di lokasi penelitian sangat rendah karena kebiasaannya dalam memilih mencari pekerjaan di luar daerah. Kebanyakan kaum muda bergabung dalam agribisnis kopi arabika memilih melakukan usaha di bidang hilir seperti membuka kedai. Hal ini menjadi kendala bagi pengembangan agribisnis khususnya ketersediaan tenaga kerja dalam jangka panjang.

2. Faktor Eksternal

1. Adanya dukungan pemerintah terhadap agribisnis kopi (O1)

Dukungan pemerintah terhadap agribisnis kopi termasuk dijadikannya kopi sebagai produk unggulan di Kabupaten Manggarai Timur. Adanya pelatihan dan pembelajaran serta bantuan sarana dan prasarana pertanian. Dengan dukungan pemerintah pula, produk kopi yang dihasilkan di wilayah Kabupaten Manggarai termasuk lokasi penelitian sudah memiliki Sertifikat Indikasi Geografis (SIG) yang memberi beberapa manfaat penting seperti menjaga kualitas dan keaslian produk, pemberian nilai

tambah, pengenalan produk dan peningngkatan jumlah konsumen.

2. Adanya Asnikom (O2)

Adanya Asnikom membantu dalam memperbaiki pengembangan industri hilir dalam agribisnis kopi. Kegiatan Asnikom umumnya fokus pada kegiatan bisnis jual beli kopi baik kopi beras maupun kopi bubuk. Keberadaan Asnikom diharapkan mampu menguatkan petani untuk dapat berdiri sendiri dalam mengolah dan memasarkan kopi yang dihasilkan.

3. Adanya dukungan pihak lembaga penelitian dan lembaga keuangan (O3)

Dalam upaya pengembangan agribisnis kopi, pemerintah mengadakan kerjasama dengan lembaga penelitian yang membantu menyediakan sumberdaya manusia dan sarana yang lebih baik yang dapat membantu menunjang pengembangan agribisnis kopi. Di sisi lain, keberadaan lembaga keuangan seperti Bank NTT, Koperasi Serviam, dan lain-lain diharapkan dapat membantu petani kopi dalam mengatasi masalah keterbatasan modal.

4. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (O4)

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi disertai sumberdaya manusia yang memadai dapat menjadi peluang dalam pengembangan agribisnis kopi contohnya pemanfaatan teknologi *e-commerce* yang membantu menyediakan informasi seperti harga kopi, racun pemberantas hama penyakit dan informasi pemasaran kopi. Telekomunikasi juga mempermudah petani untuk berkomunikasi dengan petani lain serta dengan pihak investor (Sihaloho, 2009).

5. Meningkatnya permintaan kopi sebagai bahan baku agroindustry (O5)
Kopi menjadi komoditas perkebunan yang banyak dimanfaatkan sebagai produk bisnis yang akhir-akhir ini banyak diminati karena peningkatan permintaan dengan memanfaatkan kopi sebagai bahan baku produknya.
6. Ketersediaan lembaga pemasaran (eksportir) (O6)
Pemerintah melalui Dinas Pertanian telah menjalin kerjasama dengan PT. Indocom dalam melakukan pemasaran kopi. PT. Indocom berperan sebagai eksportir yang membeli kopi petani melalui Asnikom dan akan memasarkannya ke luar negeri. Ketersediaan lembaga pemasaran (eksportir) ini memberi peluang besar bagi petani dalam memperoleh pendapatan yang lebih baik daripada dipasarkan ke pedagang pengumpul.
7. Berkembangnya industri pengolahan kopi dengan brand kopi Manggarai (O7)
Keberadaan SIG menyebabkan produk kopi arabika yang dihasilkan memiliki brand kopi yang dikenal dengan Kopi Arabika Flores Manggarai. Selain itu, beberapa UPH Kopi arabika memiliki beragam brand kopi yang mana bahan baku produk dihasilkan di lokasi penelitian seperti Kopi Pa'it Colol, Asnikom Kopiku, Cofee Mane, Gollo More, dan lain-lain memberi kesempatan bagi petani dalam memasarkan dan mempromosikan produk sehingga lebih banyak dikenal.
8. Perubahan Iklim dan Cuaca (T1)
Ketidakpastian iklim global menjadi ancaman dalam kegiatan agribisnis kopi karena sangat mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan tanaman kopi arabika yang selanjutnya akan ikut mempengaruhi upaya pengembangan agribisnis (Sihaloho, 2009). Dari hasil wawancara, musim panen kopi di lokasi penelitian selama dua tahun terakhir bersamaan dengan musim hujan yang berpengaruh pada proses penjemuran kopi.
9. Pertumbuhan Hama dan Penyakit Tanaman (T2)
Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, dalam budidaya kopi yang dilakukan di lokasi penelitian sangat jarang petani memperhatikan atau melakukan tahap pembersihan pada kebun kopinya. Hal ini memicu pertumbuhan hama dan penyakit tanaman kopi. Setiap peningkatan suhu 1°C akan mengakibatkan PBKo berkembang lebih cepat, menghasilkan jumlah generasi yang lebih banyak untuk setiap musim panen, dan memperluas jangkauan penyebaran (Jaramillo,dkk, 2009 dalam Widayat, dkk, 2015). Keadaan tersebut mempengaruhi tingkat serangan hama penyakit tanaman kopi yang berdampak pula pada produksi kopi.
10. Persaingan Pasar (T3)
Produk kopi yang ada di pasaran berasal dari berbagai daerah dengan cita rasa dan keunggulan yang berbeda menyebabkan konsumen mempunyai banyak pilihan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen yang berdampak pula pada daya jual kopi masing-masing daerah.

Analisis IFAS-EFAS

Hasil identifikasi faktor internal-eksternal selanjutnya dimasukan ke dalam matriks IFAS-EFAS yang disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Evaluasi Matriks IFAS-EFAS Agribisnis Kopi

Faktor Internal	Bobot	Nilai	Skor	Faktor Eksternal	Bobot	Nilai	Skor
<u>Kekuatan</u>				<u>Peluang</u>			
S1	0,091	4	0,364	O1	0,130	3	0,391
S2	0,068	3	0,205	O2	0,087	2	0,174
S3	0,068	3	0,205	O3	0,087	2	0,174
S4	0,068	3	0,205	O4	0,087	2	0,174
S5	0,091	4	0,364	O5	0,130	3	0,391
S6	0,068	3	0,205	O6	0,087	2	0,174
S7	0,091	3	0,205	O7	0,087	2	0,174
S8	0,091	4	0,364				
S9	0,068	3	0,205				
Jumlah			2,318				1,652
<u>Kelemahan</u>				<u>Ancaman</u>			
W1	0,045	2	0,091	T1	0,087	2	0,174
W2	0,045	2	0,091	T2	0,087	2	0,174
W3	0,045	2	0,091	T3	0,130	3	0,391
W4	0,023	1	0,091				
W5	0,045	2	0,023				
W6	0,045	2	0,091				
W7	0,045	2	0,091				
W8	0,023	1	0,023				
Jumlah			0,333				0,739
Total Nilai IFAS			2,909	Total Nilai EFAS		1	2,391

Sumber : Data primer (diolah), 2019

Menurut David (2009), jumlah skor pembobotan berkisar antara 1,0-4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika jumlah skor pembobotan IFAS dibawah 2,5 maka kondisi internal-eksternal wilayah lemah. Analisis matriks IFAS dan EFAS masing-masing menghasilkan nilai sebesar 2,909 dan 2,391. Ini berarti kondisi internal wilayah penelitian berada di atas rata-rata. Dimana wilayah penelitian secara internal sudah cukup baik (kuat) dalam mendukung upaya pengembangan agribisnis kopi arabika. Sedangkan kondisi wilayah penelitian dalam merespon faktor eksternal berada di

bawah rata-rata. Dimana belum mampu mengambil peluang sebaik mungkin dan mengatasi ancaman yang ada.

Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT membantu memudahkan dalam membuat alternatif strategi yang mana mengklasifikasikan alternatif strategi menjadi empat strategi umum yakni, strategi kekuatan-peluang (SO), kekuatan-ancaman (ST), kelemahan-peluang (WO), dan peluang-ancaman (WT) (David & Rangkuti, 2009; Rangkuti, 2004).

Tabel 2. Matriks SWOT

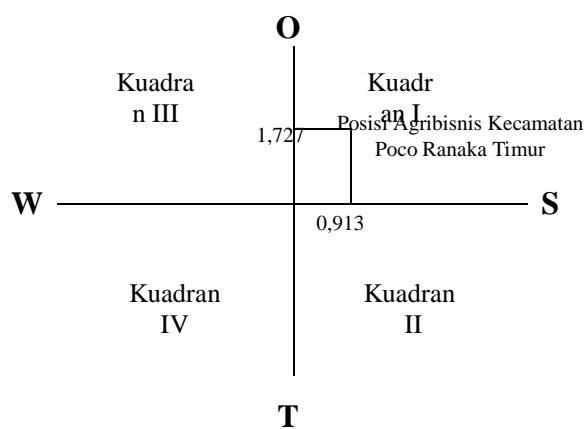
IFAS EFAS	Strength (S) (S1), (S2), (S3), (S4), (S5), (S6), (S7), (S8), (S9)	Weaknesses(W) (W1), (W2), (W3), (W4), (W5), (W6), (W7), (W8)
Opportunities (O) (O1) (O2) (O3) (O4) (O5) (O6) (O7)	Strategi SO 1. Meningkatkan volume penjualan kopi arabika (S6, O5, O6, O7) 2. Memperluas jaringan pemasaran melalui sosialisasi informasi pasar (S6, O1, O2, O6,O7) 3. Meningkatkan peranan Asnikom sebagai bagian dari sentra penjualan kopi arabika (S1, S2, S3,S5,S7,S8,S9,O2,O5,O6)	Strategi WO 1. Pelatihan dan pembelajaran mengenai pedoman budidaya dan pengolahan pasca panen kopi arabika yang sesuai dengan pedoman yang disarankan (W1,W2,W3,O1,O2) 2. Bantuan Alat dan Mesin Pertanian (Alsintan) yang tepat guna (W1,W2,W3,O1,O4) 3. Melakukan pemisahan lahan untuk kopi arabika dan lahan untuk kopi (W1,W4,O1) 4. Sosialisasi Informasi mengenai Sekolah Lapangan Kopi pada kaum muda (W8, O1,O2) 5. Meningkatkan kesadaran petani tentang fungsi dan peran kelembagaan petani melalui penyuluhan (W7,O1)
Threats (T) (T1) (T2) (T3)	Strategi ST 1. Perluasan mengenai informasi brand (S5, S8, T3) 2. Diversifikasi produk kopi arabika yang dipasarkan (S9, T3)	Strategi WT 1. Melakukan penanganan teknik budidaya dengan tetap menjaga kelestarian sumber daya alam (O1, O2, T2)

Sumber : Data primer (diolah), 2019

Analisis Kuadran SWOT

Posisi strategi pengembangan agribisnis kopi arabika di Kecamatan Poco Ranaka Timur ditentukan melalui kuadran SWOT. Penentuan posisi diperoleh dari hasil selisih antara kekuatan dan kelemahan pada faktor internal serta peluang dan ancaman pada faktor eksternal (Rangkuti, 2004). Selisih faktor internal yaitu +) 1,727 sedangkan selisih faktor eksternal yaitu (+) 0,913. Nilai selisih faktor internal-eksternal menunjukkan bahwa agribisnis kopi arabika di lokasi penelitian berada pada sumbu X = (+) 1,727 dan sumbu Y = (+) 0,913. Hal ini berarti posisi pengembangan agribisnis kopi arabika di lokasi penelitian berada dalam kuadran I. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) (Rangkuti, 2004). Farid 92012) menyatakan strategi agresif lebih fokus pada strategi SO, yaitu dengan memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Sehingga strategi direkomendasikan dari hasil penelitian ini dan berhubungan dengan strategi agresif yaitu meningkatkan volume penjualan kopi

arabika, memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan peranan Asnikom sebagai sentra penjualan kopi arabika. Adapun kuadran SWOT disajikan pada gambar 1.



Gambar 1.
Kuadran Posisi Pengembangan Agribisnis Kopi Kecamatan Poco Ranaka Timur

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Faktor internal yang termasuk kekuatan utama yang mempengaruhi pengembangan agribisnis kopi di Kecamatan Poco Ranaka Timur yaitu kondisi alam yang sesuai dengan syarat tumbuh kopi arabika, memiliki sifat

dan karakteristik yang khas; produk kopi yang dipasarkan dalam bentuk HS (*Hard Skill*) kering; Sedangkan kelemahan utamanya adalah rendahnya motivasi kaum muda dalam berusaha kopi serta produksi dan produktivitas kopi yang masih rendah. Sementara faktor eksternal yang termasuk peluang utama yang paling mempengaruhi pengembangan agribisnis kopi arabika di lokasi penelitian adalah meningkatnya konsumsi dan permintaan kopi sebagai bahan baku agroindustri serta adanya dukungan pemerintah terhadap agribisnis kopi. Sedangkan ancaman utamanya yaitu faktor persaingan pasar.

2. Strategi pengembangan agribisnis kopi di Kecamatan Poco Ranaka Timur yang harus diterapkan harus fokus pada strategi agresif. Strategi agresif ini lebih ditekankan pada upaya pengembangan agribisnis yang mengarah pada strategi SO (*Strengths-Opportunities*), yaitu peningkatan upaya pengembangan dengan memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi yang disarankan dari hasil penelitian ini yaitu meningkatkan volume penjualan, memperluas informasi jaringan pemasaran kopi arabika, dan meningkatkan peranan Asnikom sebagai sentra penjualan kopi arabika. Namun demikian, tidak menutup kemungkinan untuk mempertimbangkan strategi lainnya dengan tetap fokus pada strategi SO dalam upaya pengembangan agribisnis kopi di lokasi penelitian.

Saran

1. Bagi petani, perlu memperbaiki teknik budidaya, panen dan pasca panen kopi arabika sesuai dengan pedoman yang ada guna meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil yang didapatkan sehingga

memiliki nilai jual yang tinggi dan berdampak pada peningkatan pendapatan usahatani. Di sisi lain, perlu meningkatkan partisipasi dalam kelembagaan petani guna membantu mengatasi masalah permodalan dan informasi pasar.

2. Bagi para pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha kopi, perlu ditingkatkan lagi kinerja dalam mengupayakan pengembangan agribisnis kopi arabika di lokasi penelitian melalui peningkatan pendampingan dan pengawasan dalam kegiatan agribisnis serta memperluas jaringan kerjasama dengan lembaga penelitian, lembaga keuangan dan lembaga pemasaran kopi arabika.
3. Bagi penelitian lanjutan, diperlukan penelitian khususnya mengenai pemasaran kopi, kelembagaannya dan pengolahan kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adar, D., Bano, M., & Seran, S. (2007). *Model Pengembangan Agribisnis Kopi bagi Para Petani Kecil di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur*. Kupang.
- Anonimous. (2015). *Kopi Arabika Flores Manggarai Dapat SIG Bikin Petani Kopi Sejahtera*. *Floressmart.com*. Diambil dari <http://www.floressmart.com/2018/06/01/kopi-arabika-flores-manggarai-dapat-sig-bikin-petani-kopi-sejahtera/>
- Badan Pusat Statistik. (2017a). *Kabupaten Manggarai Timur dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Manggarai Timur.
- Badan Pusat Statistik. (2017b). *Kecamatan Poco Ranaka Timur dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik Kecamatan Poco Ranaka Timur.
- Badan Pusat Statistik. (2017c). *Nusa Tenggara Timur dalam Angka*

2017. Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Timur.
- David, & Rangkuti, F. (2009). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Farid, N. (2012). *Strategi Peningkatan Produksi Kakao di Desa Karang Rejo Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat* (Skripsi). Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Irvan, K. (2018). *Sejarah, Darah dan Budaya di Balik Secangkir Kopi Pait Colol (Part 1)*. voxntt.com. Diambil dari <https://voxntt.com/2018/11/12/sejarah-darah-dan-budaya-di-balik-secangkir-kopi-pait-colol-part-1/36559/>
- Jempau, A. (2015). *Kopi Manggarai Raya Tembus Pasar Nasional*. Flores.co. Diambil dari <http://www.floresa.co/2015/04/24/kopi-manggarai-tembus-pasar-internasional/>
- Masu, S. (2008). *Selera dan Daya Beli Konsumen terhadap Kopi Bubuk Flores Studi Kasus di Kota Ruteng dan Kupang Propinsi Nusa Tenggara Timur*. (Skripsi). Universitas Nusa Cendana, Kupang.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saragih, J. R. (2018). Aspek Ekologis dan Determinan Produksi Kopi Arabika Spesialti di Wilayah Dataran Tinggi Sumatera Utara. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*, 6(2), 74–87.
- Sihaloho, T. M. (2009). *Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara* (Skripsi). Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Widayat, H. P., Anhar, A., & Baihaqi, A. (2015). *Dampak Perubahan Iklim Terhadap Produksi, Kualitas Hasil Dan Pendapatan Petani Kopi Arabika di Aceh Tengah*. *Agrisep*, 16(2), 8–16.