

**Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Robusta
(Studi Kasus di Kelompok Tani Maju Mukti Desa Tembelang
Kecamatan Kalikajar Kabupaten Wonosobo)**

Zaenul Abidin^{1*}, Istiko Agus Wicaksono², Didik Widiyantono³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Email: rdnzainul7@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dari kelompok tani Maju Mukti untuk mengembangkan usaha pengolahan kopi robusta, 2) faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang berasal dari luar kelompok tani Maju Mukti untuk mengembangkan usaha pengolahan kopi robusta, 3) strategi yang dapat dilakukan kelompok tani Maju Mukti dalam mengembangkan usaha pengolahan kopi robusta, 4) prioritas strategi yang dapat diterapkan kelompok tani Maju Mukti dalam pengembangan usaha pengolahan kopi robusta.

Metode dasar yang diterapkan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menggunakan metode studi kasus. Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan *purposive sampling*. Sampel yang diambil terdiri dari 4 informan kunci dan 4 informan pendukung.

Hasil penelitian menunjukkan perumusan prioritas strategi yang dapat diterapkan kelompok tani Maju Mukti 1) pembuatan akun media sosial, *market place* dan *website* sebagai sarana promosi untuk mengoptimalkan kelompok tani dalam pemasaran, 2) memaksimalkan produktivitas kopi dengan meningkatkan *quality control* sehingga mempertahankan cita rasa yang khas, 3) mengedukasi generasi muda untuk menumbuhkan minat terhadap pertanian dan budidaya kopi.

Kata Kunci: *kopi robusta, strategi swot, qspm*

ABSTRACT

This study aims to determine 1) internal factors (strengths and weaknesses) of the Maju Mukti farmer group to develop a robusta coffee processing business, 2) external factors (opportunities and threats) that come from outside the Maju Mukti farmer group to develop the business robusta coffee processing, 3) what strategies can be carried out by the Maju Mukti farmer group in developing a robusta coffee processing business, 4) priority strategies that can be applied by the Maju Mukti farmer group in developing a robusta coffee processing business.

The basic method applied in this research is descriptive qualitative. Qualitative descriptive research is research that uses the case study method. Sampling in this study was determined by purposive sampling. The samples taken consisted of 4 key informants and 4 supporting informants.

The research results show the formulation of strategic priorities that can be implemented by the Maju Mukti farmer group 1) creating social media accounts, market places and websites as promotional tools to optimize farmer groups in marketing, 2) maximizing coffee productivity by increasing quality control so as to maintain a distinctive taste, 3) educate the younger generation to grow interest in coffee farming and cultivation.

Keywords: *robusta coffee, strategy swot, qspm*

I. PENDAHULUAN

Pertanian di Indonesia meliputi beberapa subsektor diantaranya yaitu tanaman pangan, hortikultura, perikanan, perkebunan dan kehutanan. Berdasarkan subsektor perkebunan terdapat beberapa komoditi yang memiliki peranan penting terhadap perekonomian. Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis tinggi dibandingkan tanaman perkebunan lainnya dan memiliki peranan penting sebagai sumber devisa negara, penyedia lapangan kerja, dan sumber pendapatan bagi petani. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa negara melainkan juga sebagai sumber penghasilan bagi satu setengah juta jiwa petani kopi yang ada di Indonesia (Rahardjo 2012:7).

Tanaman kopi (*Coffea sp*) yang dibudidayakan di Indonesia mempunyai nilai jual yang cukup tinggi. Kopi robusta (*Coffea canephora* atau *Coffea robusta*) merupakan salah satu dari jenis tanaman kopi yang memiliki rasa agak pahit dengan aroma yang *strong*. Cita rasa kopi robusta yang khas membuat masyarakat menggemari kopi tersebut. Kopi robusta yang telah cukup dikenal di masyarakat adalah merek *Coffee Tembelang*. *Coffee Tembelang* merupakan kopi robusta yang diproduksi dan diolah oleh kelompok Tani Maju Mukti desa Tembelang, kecamatan Kalikajar, kabupaten Wonosobo. Kabupaten Wonosobo merupakan sentra tanaman kopi terbesar di Jawa Tengah. Komoditas pertanian kopi robusta dan arabika di kabupaten Wonosobo dikelola oleh berbagai kelompok tani. Berikut merupakan data kelompok tani kopi robusta dan arabika di kabupaten Wonosobo 2021.

Tabel 1. Data Kelompok Tani Kopi Robusta dan Arabika di Kabupaten Wonosobo 2021

No.	Nama Kelompok Tani	Desa	Kecamatan	Luaslahan (Ha)
1.	Ngudi Tuwuh	Slukatan	Mojotengah	20
2.	Murih Rahayu	Butuh	Kalikajar	10
3.	Tani Maju	Butuh Kidul	Kalikajar	10
4.	Margo Mulyo	Lamuk	Kalikajar	10
5.	Wanita Tani Srikandi	Wonoroto	Watumalang	10
6.	Sindoro Makmur	Reco	Kertek	10
7.	Bina Sejahtera	Bowongso	Kalikajar	8
8.	Maju Mukti	Tembelang	Kalikajar	50

Sumber : BBPP Wonosobo, 2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa kelompok tani Maju Mukti desa Tembelang memiliki luas lahan terbesar di kabupaten Wonosobo dengan total luas lahan yaitu 50 Ha. Kelompok tani Maju Mukti adalah kelompok tani yang menggeluti usaha kopi robusta di desa Tembelang. Kopi robusta di desa Tembelang dibudidayakan di ketinggian lahan 400-800 mdpl dengan temperatur 21-24°C. Kopi Tembelang merupakan produk kopi robusta yang di angkat dari nama desa Tembeleang yang diproduksi kelompok tani Maju Mukti. Jumlah pembudidaya kopi robusta di luar desa Tembelang di kabupaten Wonosobo yang semakin meningkat menjadi tantangan bagi kelompok tani Maju Mukti dalam mengembangkan usaha kopi robusta, terlebih lagi saat jumlah produksinya masih belum maksimal. Oleh karena itu, kelompok tani Maju Mukti harus memiliki strategi, sehingga mampu untuk bersaing dengan para pesaing baik di dalam maupun di luar kabupaten Wonosobo.

Menghadapi persaingan yang semakin ketat, kelompok tani Maju Mukti sangat membutuhkan strategi yang efektif dan efisien dalam mengantisipasi persaingan. Strategi efektif dan efisien tersebut diperlukan untuk menjalankan bisnis dalam mengembangkan usaha kopi Tembelang. Efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan operasional juga memiliki peranan penting sebagai upaya untuk merumuskan strategi yang tepat. Perumusan strategi yang tepat dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki kelompok tani Maju Mukti dalam mengembangkan usaha kopi Tembelang.

Identifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang disebut SWOT pada usaha kopi kopi robusta Tembelang perlu dilakukan sebagai strategi untuk

menentukan keberlangsungan usaha kelompok tani Maju Mukti. Berdasarkan keempat faktor yang telah diketahui kemudian dilakukan penilaian menggunakan IFAS dan EFAS. Penilaian faktor-faktor tersebut diharapkan dapat memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, mengurangi ancaman dan membangun peluang di masa depan, sehingga dapat membantu untuk menetapkan prioritas yang diterapkan oleh kelompok tani Maju Mukti dalam mengembangkan usaha kopi robusta Tembelang melalui strategi pengembangan usaha yang tepat.

Sebagai upaya pengembangan usaha produksi kopi robusta, diperlukan strategi yang tepat serta alternatifnya sehingga usaha kopi Tembelang mampu memutuskan keputusan yang tepat terhadap berbagai permasalahan yang kompleks dan tidak terstruktur sehingga dapat lebih efektif dan efisien dalam mengembangkan produksi kopi. Perumusan alternatif strategi pengembangan usaha produksi kopi diidentifikasi dengan analisis QSPM. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) sehingga akan menentukan alternatif strategi dan memberikan gambaran hasil yang lebih baik dari tahapan sebelumnya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan yaitu dari bulan Januari sampai bulan Juni 2023. Penelitian ini dilaksanakan di kelompok tani Maju Mukti desa Tembelang, kecamatan Kalikajar, kabupaten Wonosobo. Pemilihan kelompok tani Maju Mukti dilakukan dengan pertimbangan kopi Tembelang sudah memiliki PIRT. Kopi robusta di desa Tembelang memiliki cita rasa coklat yang khas. Metode penentuan lokasi dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang di ambil oleh peneliti dibagi menjadi 2 jenis yaitu informan kunci (*key informant*) dan informan biasa. Informan kunci yaitu, ketua kelompok tani, bagian produksi, bagian pemasaran dan ketua Disnakerintas. Informan biasa yaitu, 2 Petani, toko oleh-oleh Putra SM, Sri Rejeki dan kedai kopi Brew Miscela.

Metode yang digunakan dalam analisis data adalah metode deskriptif. Deskriptif analisis adalah metode untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang lebih mendalam. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik pada satu variabel atau lebih

(variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain sehingga dapat menggambarkan atau menganalisis suatu hasil dari penelitian dan tidak dapat digunakan untuk membuat kesimpulan secara luas (Sugiyono 2005:21).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Analisis SWOT adalah metode dengan mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) melalui matriks IFAS dan EFAS. Analisis QSPM digunakan untuk menyusun strategi dalam melakukan evaluasi strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan berdasarkan faktor internal dan eksternal. Penentuan prioritas strategi yang tepat diterapkan sesuai dengan kondisi dan situasi yang tepat di internal kelompok tani Maju Mukti (David, 2010:353).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

1. Analisis Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

Tabel 2. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

Faktor strategis internal/IFAS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan:			
100 % Kopi Robusta Organik	0,10	3,87	0,38
Mempunyai PIRT 2103307010530-21	0,10	3,62	0,36
Tersedianya mesin pengolahan kopi	0,09	3,37	0,30
Tersedianya produk kopi baik dalam bentuk <i>regular coffee</i> atau <i>speciality coffee</i>	0,09	3,75	0,33
Keunikan kopi robusta dengan rasa coklat yang khas	0,10	4,00	0,40
Kelemahan:			
Akses jalan kurang memadai	0,08	3,37	0,26
Keterbatasan sarana dan prasarana produksi kopi	0,09	3,37	0,30
Belum adanya akun media sosial dan <i>market place</i> dalam pemasaran	0,10	3,50	0,35
Rendahnya minat generasi muda terhadap pertanian kopi	0,09	3,12	0,28
Produksi kopi robusta masih fluktuatif	0,08	3,62	0,28
Total	1,00		3,24

Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Berdasarkan Tabel 2 diatas faktor internal dengan kekuatan utama adalah keunikan kopi robusta dengan rasa coklat yang khas dengan skor 0,40 rating 4,00 dan bobot sebesar 0,10. Kelompok tani Maju Mukti perlu menjaga kualitas kopi sehingga dapat mempertahankan rasa dari kopi robusta tembelang yaitu keunikan kopi dengan rasa coklat yang khas yang mencerminkan produk tersebut hanya ada di Tembelang. Faktor internal dengan kekuatan kecil adalah tersedianya mesin pengolahan kopi dengan skor sebesar 0,30 dengan rating 3,37 dan bobot 0,09.

Faktor internal dengan kelemahan utama pada kelompok tani Maju Mukti adalah belum adanya akun media sosial dan *market place* dalam pemasaran dengan skor 0,35 rating 3,50 dan bobot 0,10. Belum adanya akun media sosial dan *market place* dalam pemasaran dapat membuat kelompok tani Maju Mukti belum bisa berkembang samapai sekarang. Pemanfaatan dari adanya media sosial dan *market place* dapat memperluas pemasaran kopi robusta. Faktor internal yang menjadi kelemahan kecil adalah akses jalan kurang memadai dengan skor 0,26 dan rating 3,37 dan bobot 0,08. Akses jalan kurang memadai menjadi kelemahan kecil dikarenakan dengan akses jalan yang susah dan kurang memadai dapat menghambat proses distribusi kopi tembelang ke reseller dan konsumen.

2. Analisis Matriks EFAS (*External Factor Analysis Strategy*)

Tabel 3. Matriks EFAS (*External Factor Analysis Strategy*)

Faktor strategis Eksternal/IFAS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang:			
Perkembangan <i>market place</i> sebagai <i>platform</i> pemasaran online	0,09	3,62	0,32
Perkembangan media sosial sebagai sarana memperkenalkan kopi Tembelang kepada masyarakat	0,10	3,75	0,37
Progam penyediaan bibit kopi bersertifikasi dari Dinas Pertanian	0,11	3,50	0,38
Peluang pasar domestik dan global yang besar	0,10	3,75	0,37
Berkembangnya trend minuman kopi bagi anak muda	0,10	3,62	0,36
Ancaman:			
Munculnya produk sejenis	0,09	3,25	0,29

Lanjutan Tabel 3

Kondisi bahan baku yang berfluktuatif	0,10	3,75	0,37
Pergeseran alih fungsi lahan	0,08	3,25	0,26
Serangan hama dan penyakit	0,09	3,75	0,33
Perubahan musim	0,09	3,62	0,32
Total	1,00		3,37

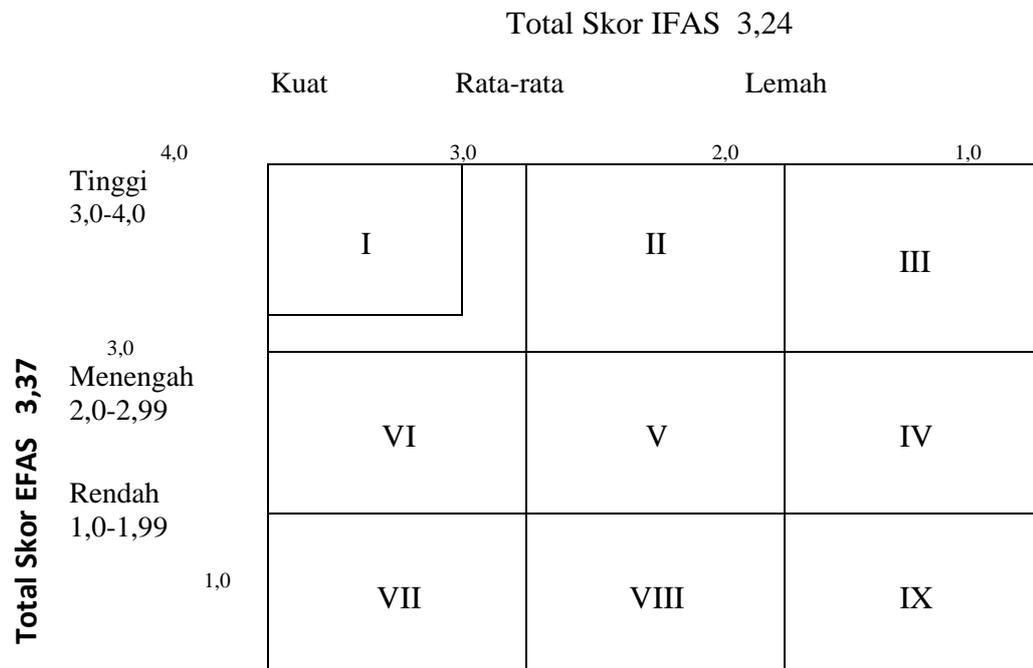
Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Berdasarkan Tabel 3 diatas faktor eksternal yang dapat dijadikan peluang sangat baik oleh kelompok tani Maju Mukti adalah progam penyediaan bibit kopi bersertifikasi dari Dinas Pertanian dengan skor sebesar 0,38, rating 3,50 dan bobot 0,11. Progam penyediaan bibit kopi bersertifikasi dari Dinas Pertanian menjadi peluang bagi kelompok tani Maju Mukti desa Tembelang dikarenakan dengan adanya bibit yang bersertifikasi dapat menghasilkan biji kopi yang bagus dengan kualitas yang tinggi sehingga produk kopi robusta mendapatkan mutu yang tinggi. Faktor eksternal yang mempunyai peluang kecil adalah perkembangan *market place* sebagai *platform* pemasaran online dengan skor sebesar 0,32 dengan rating 3,62 dan bobot 0,09. Dengan adanya pemasaran online dapat mempermudah kelompok tani Maju Mukti dalam memasarkan produk.

Faktor eksternal yang menjadi ancaman terbesar untuk kelompok tani Maju Mukti desa Tembelang adalah kondisi bahan baku yang berfluktuatif dengan skor 0,37 dan rating 3,75 serta bobot 0,10. Ancaman utama yang dihadapi kelompok tani Maju Mukti desa Tembelang adalah kondisi bahan baku yang berfluktuatif menyebabkan kelompok tani maju Mukti saat produksi mengalami hambatan karena ketersediaan kopi robusta di desa Tembelang yang tidak tetap menyebabkan produksi kopi robusta tidak menentu. Faktor eksternal yang mempunyai ancaman kecil adalah pergeseran alih fungsi lahan dengan skor sebesar 0,26 dengan rating 3,25 dan bobot 0,08. Pergeseran alih fungsi lahan menjadi kelemahan kecil dikarenakan dengan adanya alih fungsi lahan dapat berpengaruh terhadap kuantitas biji kopi sehingga dapat mempengaruhi produksi kopi robusta di kelompok tani Maju Mukti.

B. Matriks IE

Penentuan strategi menggunakan matriks IE (Internal-Eksternal) menunjukkan bahwa titik pertemuan antara sumbu X dengan total skor pada matriks IFAS sebesar 3,24 dan sumbu Y dengan total skor pada matriks EFAS sebesar 3,37.



Gambar 1 Matriks IE Kelompok Tani Maju Mukti
Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Gambar 1 diatas menunjukkan bahwa titik koordinat berada pada sel I. Hasil skor IFAS sebesar 3,24 dan EFAS 3,37 sehingga matriks IE pada sel I adalah tumbuh bangun dan bangun (*growth and build*). Strategi yang digunakan yaitu strategi inisiatif.

C. Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">I</p> <p style="text-align: center;">E</p>	<p style="text-align: center;">Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 100 % Kopi Robusta Organik 2. Mempunyai PIRT 2103307010530-21 3. Tersedianya mesin pengolahan kopi 4. Tersedianya keragaman produk kopi baik dalam bentuk <i>regular coffee</i> atau <i>speciality coffee</i> 5. Keunikan kopi robusta dengan cita rasa coklat yang khas 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Akses jalan kurang memadai 2. Keterbatasan sarana dan prasarana produksi kopi 3. Belum adanya akun media sosial dan <i>market place</i> dalam pemasaran 4. Rendahnya minat generasi muda terhadap pertanian kopi 5. Produksi kopi robusta masih fluktuatif
<p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan <i>market place</i> sebagai <i>platform</i> pemasaran online 2. Perkembangan media sosial sebagai sarana memperkenalkan kopi Tembelang kepada masyarakat 3. Progam penyediaan bibit kopi bersertifikasi dari Dinas Pertanian 4. Peluang pasar domestik dan global yang besar 5. Berkembangnya <i>trend</i> minuman kopi bagi anak muda 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti event kopi, melakukan promosi di media sosial, <i>marketplace</i>, <i>website</i> dengan mendeskripsikan keunikan kopi Tembelang (S1,S2, S4, S5, O1, O2, O4, O5) 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengedukasi generasi muda untuk menumbuhkan minat terhadap pertanian dan budidaya kopi (W2, W4, O5) 2. Pembuatan akun media sosial, <i>market place</i> dan <i>website</i> sebagai sarana promosi untuk mengoptimalkan kelompok tani dalam pemasaran (W2, W3, O1, O2, O4, O5)
<p style="text-align: center;">Treaths (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya produk sejenis 2. Kondisi bahan baku yang berfluktuatif 3. Pergeseran alih fungsi lahan 4. Serangan hama dan penyakit 5. Perubahan musim 	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkann produktivitas kopi dengan meningkatkan <i>Quality Control</i> sehingga memertahankan cita rasa yang khas (S1, S5, T1, T2, T4) 2. Melakukan inovasi dalam mengembangkan produk dengan menambah varian rasa (S1,S2, S3, T1, T2) 	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keaktifan dan memberikan wawasan anggota kelompok tani tentang budidaya dan perawatan tanaman kopi (W5, T2, T4, T5)

Tabel 4 Matriks SWOT

Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Penentuan alternatif strategi didasarkan pada hasil matriks IE (Internal-Eksternal) yang diperoleh dari perhitungan matriks IFAS dan EFAS yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan alternatif strategi. Berikut merupakan alternative strategi yang diterapkan di kelompok tani Maju Mukti desa Tembelang.

a. Strategi S-O

Strategi S-O (*Strenght-Opportunities*) atau strategi kekuatan peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal yaitu:

1) Mengikuti event kopi, melakukan promosi di media sosial, *marketplace* dan *website* dengan dengan mendeskripsikan keunikan kopi Tembelang (S1, S2, S4, S5, O1, O2, O4, O5). Event kopi dapat menjadi salah satu sarana untuk kelompok tani Maju Mukti untuk memperluas jaringan, kolaborasi dan memperkuat brand kopi robusta Tembelang. Media sosial, *marketplace* dan *website* menjadi wadah untuk mengedukasi konsumen dan pemberian informasi mengenai produk kopi, kualitas, dan keunggulan dari kopi robusta Tembelang kelompok tani Maju Mukti.

b. Strategi W-O

Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*) adalah strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan internal dan memanfaatkan peluang eksternal yang ada yaitu:

1) Mengedukasi generasi muda untuk menumbuhkan minat terhadap pertanian dan budidaya kopi (W2, W4, O5).

Bertumbuhnya minat generasi muda terhadap pertanian dan budidaya tanaman kopi dapat membangun sektor pertanian lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan produksi baik dalam segi kualitas maupun kuantitas.

2) Pembuatan akun media sosial, *market place* dan *website* sebagai sarana promosi untuk mengoptimalkan kelompok tani dalam pemasaran (W2, W3, O1, O2, O4, O5).

Dengan membuat akun media sosial, *market place* dan *website* seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, *tiktok* *youtube*, *shopee*, *tokopedia* dapat

memudahkan kelompok tani Maju Mukti dalam memasarkan produk kopi robusta, melakukan transaksi dan memudahkan konsumen dalam memesan produk. Pemanfaatan *Lintree* untuk memudahkan kelompok tani dalam melayani konsumen sehingga konsumen lebih mudah mengakses media sosial, *market place* hanya dengan 1 klik link utama.

c. Strategi S-T

Strategi S-T (*Strenght-Treaths*) adalah strategi yang digunakan untuk memaksimalkan kekuatan internal dan mengatasi ancaman. Alternatif strategi yang dilakukan yaitu,

- 1) Memaksimalkann produktivitas kopi dengan meningkatkan *Quality Control* sehingga memertahankan cita rasa yang khas (S1, S5, T1, T2, T4)

Peningkatan produksi kopi dengan *Quality Control* yang lebih ketat dapat diterapkan kelompok tani Maju Mukti untuk menjaga konsistensi produksi kopi, menjaga kualitas dan kuantitas kopi dan kepuasan pelanggan.

- 2) Melakukan inovasi dalam mengembangkan produk dengan menambah varian rasa (S1,S2, S3, T1, T2).

Penambahan varian produk dikelompok tani Maju mukti yaitu adanya rasa terbaru seperti kopi jahe robusta dan kopi robusta gula aren. Dengan adanya penambahan varian rasa tersebut dapat meningkatkan minat dan manfaat kopi robusta yang di konsumsi konsumen. Manfaat kopi jahe adalah melancarkan peredaran darah, meningkatkan daya tahan tubuh dan antioksidan dalam kopi dan kandungan dalam jahe akan membuat konsumen tidak mudah terserang penyakit. Manfaat kopi robusta gula aren adalah kalsium dari gula aren baik untuk kesehatan tulang dan adanya *indeks glikemis* dalam gula aren dapat mengatur tingkat gula darah dalam tubuh.

d. Strategi W-T

Strategi W-T (*Weakness-Treaths*) adalah strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman, alternatif strategi yang digunakan yaitu:

1) Meningkatkan keaktifan dan memberikan wawasan anggota kelompok tani tentang budidaya dan perawatan tanaman kopi (W5, T2, T4, T5).

Pemberian wawasan anggota kelompok tani Maju Mukti dalam budidayadan perawatan kopi dapat meningkatkan produksi kopi, dengan pemberian wawasan dapat menanggulangi berbagai permasalahan seperti serangan hama dan penyakit. Apabila petani terkena serangan hama kumbang penggarek buah kopi (PBKo) petani dapat melakukan pengendalian hama dengan pemupukan secara berkala, melakukan pemangkasan, penggunaan insektisida nabati.

D. Analisis QSPM

Prioritas strategi pengembangan usaha di kelompok tani Maju Mukti menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Matrik QSPM mengkolaborasi matrik IE dan matrik SWOT yang telah diperoleh, berikut merupakan Tabel matriks QSPM:

Tabel 5. Matriks QSPM

No	Faktor Utama	Bobot	Strategi I		Strategi II		Strategi III		Strategi IV		Strategi V		Strategi VI	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan														
1	100 % Kopi Robusta Organik	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30	4	0,40
2	Memiliki PIRT 2103307010530-21	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30	3	0,30
3	Tersedianya mesin pengolahan kopi	0,09	3	0,27	2	0,18	3	0,27	3	0,27	2	0,18	4	0,36
4	Tersedianya produk kopi baik dalam bentuk <i>regular coffee</i> atau <i>speciality coffee</i>	0,09	3	0,27	3	0,27	2	0,18	3	0,27	4	0,36	3	0,27
5	Keunikan kopi robusta dengan rasa coklat yang khas	0,10	3	0,30	4	0,40	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30
Kelemahan														
1	Akses jalan kurang memadai	0,08	2	0,16	3	0,24	3	0,24	2	0,16	2	0,16	2	0,16
2	Keterbatasan sarana dan prasarana produksi kopi	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27	2	0,18	4	0,36	3	0,27
3	Belum adanya akun media sosial dan <i>market place</i> dalam pemasaran	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40	3	0,30	2	0,20	3	0,30
4	Rendahnya minat generasi muda terhadap pertanian kopi	0,09	3	0,27	4	0,36	3	0,27	3	0,27	3	0,27	4	0,36
5	Produksi kopi robusta masih fluktuatif	0,08	4	0,32	3	0,24	3	0,24	4	0,32	4	0,32	3	0,24
Peluang														
1	Perkembangan <i>market place</i> sebagai <i>platform</i> pemasaran online	0,09	3	0,27	2	0,18	3	0,27	2	0,18	3	0,27	3	0,27
2	Perkembangan media sosial sebagai sarana memperkenalkan kopi Tembelang kepada masyarakat	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30	2	0,20	3	0,30
3	Program penyediaan bibit kopi bersertifikasi dari Dinas Pertanian	0,11	2	0,22	4	0,44	4	0,44	4	0,44	3	0,33	2	0,22
4	Peluang pasar domestik dan global yang besar	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30	4	0,40	2	0,20
5	Berkembangnya trend minuman kopi bagi anak muda	0,10	2	0,20	3	0,30	2	0,20	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Ancaman														
1	Munculnya produk sejenis	0,09	2	0,18	3	0,27	2	0,18	4	0,36	3	0,27	3	0,27
2	Kondisi bahan baku yang berfluktuatif	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30	4	0,40
3	Pergeseran alih fungsi lahan	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24	4	0,32	2	0,16	4	0,32
4	Serangan hama dan penyakit	0,09	3	0,27	3	0,27	4	0,36	4	0,36	3	0,27	3	0,27
5	Perubahan musim	0,09	4	0,36	4	0,36	4	0,36	3	0,27	4	0,36	4	0,36
Total				5,97		6,02		6,19		6,10		5,71		5,87

Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Berdasarkan Tabel 5 terdapat alternatif strategi yang menjadi prioritas alternatif strategi pengembangan usaha kopi robusta yaitu:

1. Alternatif III : Pembuatan akun media sosial, *market place* dan *website* sebagai sarana promosi untuk mengoptimalkan kelompok tani dalam pemasaran menjadi faktor strategi alternatif prioritas strategi yang pertama dengan skor dengan total 6,19. Alasan adanya strategi ini karena kelompok tani Maju Mukti perlu membuat akun media sosial, *market place*, *website*

sebagai sarana penyebaran informasi, promosi, memudahkan kelompok tani Maju Mukti dalam melayani konsumen dan memperluas pangsa pasar kopi robusta.

2. Alternatif IV : Memaksimalkann produktivitas kopi dengan meningkatkan *Quality Control* sehingga mempertahankan cita rasa yang khas menjadi prioritas strategi yang kedua yang dapat dilakukan oleh kelompok tani Maju Mukti dengan skor TAS 6,10. Alasan adanya strategi ini saat proses produksi kopi kelompok tani Maju Mukti dapat menjaga cita rasa coklat kopi yang menjadi salah satu ciri khas dari kopi robusta Tembelang sehingga tetap mempertahankan kepuasan konsumen.
3. Alternatif II : Mengedukasi generasi muda untuk menumbuhkan minat terhadap pertanian dan budidaya kopi menjadi faktor strategi alternatif prioritas strategi yang ketiga dengan skor 6,02. Alasan adanya strategi ini karena dengan adanya edukasi ke generasi muda dapat menumbuhkan minat pemuda di desa Tembelang untuk belajar dan menggeluti budidaya kopi robusta sehingga generasi muda dapat mengambil peran penting dalam mengembangkan pertanian kopi di desa Tembelang.

IV. PENUTUP

Faktor internal kekuatan yang dimiliki oleh kelompok tani Maju Mukti adalah 100 % kopi robusta organic, mempunyai PIRT 2103307010530-21, tersedianya mesin pengolahan kopi, tersedianya produk kopi baik dalam bentuk *regular coffee* atau *speciality coffee*, keunikan kopi robusta dengan rasa coklat yang khas. Faktor internal kelemahan yang dimiliki kelompok tani Maju Mukti adalah akses jalan kurang memadai, keterbatasan sarana dan prasarana produksi kopi, belum adanya akun media sosial dan market place dalam pemasaran, rendahnya minat generasi muda terhadap usaha pengolahan kopi, produksi kopi robusta masih fluktuatif.

Faktor eksternal peluang yang dimiliki kelompok tani Maju Mukti adalah perkembangan *market place* sebagai *platform* pemasaran online, perkembangan media sosial sebagai sarana memperkenalkan kopi Tembelang kepada masyarakat,

program penyediaan bibit kopi bersertifikasi dari Dinas Pertanian, peluang pasar domestik dan global yang besar, perkembangannya *trend* minuman kopi bagi anak muda. Faktor eksternal ancaman yang dimiliki kelompok tani Maju Mukti adalah munculnya produk sejenis, kondisi bahan baku yang berfluktuatif, pergeseran alih fungsi lahan, serangan hama dan penyakit, perubahan iklim.

Strategi pengembangan usaha yang digunakan oleh kelompok tani Maju Mukti adalah mengikuti *event* kopi dan melakukan promosi di media sosial, *market place* dan *website* dengan dengan mendeskripsikan keunikan kopi Tembelang, mengedukasi generasi muda untuk menumbuhkan minat terhadap pertanian dan budidaya kopi, pembuatan akun media sosial, market place dan website sebagai sarana promosi untuk mengoptimalkan kelompok tani dalam pemasaran, memaksimalkann produktivitas kopi dengan meningkatkan *quality control* sehingga memertahankan cita rasa yang khas, melakukan inovasi dalam mengembangkan produk dengan menambah varian produk, meningkatkan keaktifan dan memberikan wawasan anggota kelompok tani tentang budidaya dan perawatan tanaman kopi.

Prioritas strategi berdasarkan analisis QSPM dalam pengembangan usaha yang tepat dilakukan oleh kelompok tani Maju Mukti terdapat 3 prioritas strategi utama yaitu, pembuatan akun media sosial, *market place* dan *website* sebagai sarana promosi untuk mengoptimalkan kelompok tani dalam pemasaran, memaksimalkann produktivitas kopi dengan meningkatkan *quality control* sehingga memertahankan cita rasa yang khas, mengedukasi generasi muda untuk menumbuhkan minat terhadap pertanian dan budidaya kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Wonosobo, (2021). Kabupaten Woosobo dalam angka 2022. In *BPS Wonosobo*. Diakses dari <https://wonosobokab.bps.go.id/>
- Dinas Pertanian dan Perkebunan, (2022). *Data BPS Kopi dalam Jawa tengah 2021*. Diakses dari <https://jateng.bps.go.id/statictable/2022/03/15/2543/luas-areal-dan-produksi-perkebunan-rakyat-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-tengah-tahun-2021.html>
- Fahmi, B., Utami, S. W., & Kurniasanti, S. A. (2022). Robusta Seblang Coffee Home Industry The Strategies For Developing Robusta. *Jurnal Javanica*, 1, 11–20. Diakses dari <file:///C:/Users/Hp/Downloads/Fahmi.pdf>
- Hariance, R., Febriamansyah, R., & Tanjung, F. (2016). Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta Di Kabupaten Solok. *Jurnal AGRISEP*, 15(1), 111–126. Diakses dari <https://doi.org/10.31186/jagrisep.15.1.111-126>
- Kembaren, E. T., & Taufiqurrahman. (2021). Analisis Nilai Tambah Proses Pengolahan Kopi Arabika Gayo pada Kabupaten Centra Produksi di Aceh. *Jurnal Agrimor*, 6(2), 65–69. Diakses dari <https://doi.org/10.32938/ag.v6i2.1316>
- Narulita, S., Winandi, R., & Jahroh, S. (2014). Analisis Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2(1), 63. Diakses dari <https://doi.org/10.29244/jai.2014.2.1.63-74>
- Rangkuti, F. (2014). *Buku Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Diakses dari <http://katalogarpusklaten.perpusnas.go.id/detail-opac?id=407>
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan bobot, rating, dan OCAI*. PT Gramedia Pustaka Utama. Diakses dari <http://katalogdisarpuspematangsiantar.perpusnas.go.id/detail-opac?id=10577>