

**Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (Studi Kasus di  
Kelompok Tani Sumber Rejeki Desa Kapencar Kecamatan Kertek  
Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah)**

**Wendi Fitoyo<sup>1\*</sup>, Arta Kusumaningrum<sup>2</sup>, Dyah Panuntun Utami<sup>3</sup>**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Email : wendyfitoyo@gmail.com

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian : 1) Untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang dimiliki pelaku usaha dalam usaha pengolahan kopi arabika di Kelompok Tani Sumber Rejeki Desa Kapencar. 2) Untuk mengetahui faktor eksternal yang dimiliki pelaku usaha dalam usaha pengolahan kopi arabika di Kelompok Tani Sumber Rejeki Desa Kapencar. 3) Untuk merumuskan strategi pengembangan yang dapat meningkatkan pendapatan usaha pengolahan kopi arabika di Kelompok Tani Sumber Rejeki Desa Kapencar. Pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik wawancara. Lokasi yang dipilih yaitu Desa Kapencar Kecamatan Kertek Kabupaten Wonosobo. Sampel diambil dari anggota Kelompok Tani Sumber Makmur sejumlah 16 orang. Analisis data menggunakan diskriptif. Hasil penelitian 1) kekuatan Alat produksi kopi arabika Poktan Sumber Rejeki yang berfungsi normal dan rata-rata berusia di atas satu tahun (bobot 1,105 dan *rating* 5,0). 2) Kelemahan ada pada Produksi kopi arabika Poktan Sumber Rejeki belum terjadwal (bobot 0,105 dan *rating* 2,0). 3) Peluang ada pada Bahan-bahan produksi kopi arabika Poktan Sumber Rejeki, seperti kopi arabika diperoleh dari petani berada di satu desa dengan lokasi produksi (bobot 0,136 dan *rating* 4,0). 4) Ancaman yang ada yaitu Terdapat beberapa produk lain yang sejenis (bobot 0,114 dan *rating* 2,5). 5) Posisi usaha pengolahan kopi arabika Poktan Sumber Rejeki berada pada V atau *growth and stability* sehingga strategi yang dapat dilakukan yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk sebagai upaya memperluas pasar produk kopi arabika sehingga mampu meningkatkan penjualan.

Kata kunci : *faktor internal, faktor eksternal, strategi, kopi arabika*

**ABSTRACT**

*Research objectives: 1) To determine the internal factors that business actors have in the Arabica coffee processing business in the Sumber Rejeki Farmers Group, Kapencar Village, Kertek District, Wonosobo Regency. 2) To find out the external factors that business actors have in the Arabica coffee processing business in the Sumber Rejeki Farmers Group, Kapencar Village, Kertek District, Wonosobo Regency. 3) To formulate a development strategy that can increase the income of the Arabica coffee processing business in the Sumber Rejeki Farmers Group, Kapencar Village, Kertek District, Wonosobo Regency. Research samples were*

*taken using interview techniques. The location chosen was Kapencar Village, Kertek District, Wonosobo Regency. Samples were taken from 14 members of the Sumber Makmur Farmers Group. Data analysis uses descriptive. Results of research 1) strength of the Poktan Sumber Rejeki Arabica coffee production equipment which functions normally and is on average over one year old. Some of the tools needed are: pulper, huller, roaster, grinder (weight 1.105 and rating 5.0). 2) The weakness is that Poktan Sumber Rejeki Arabica coffee production is not scheduled, where production is carried out if there is an order and the remaining production is used as stock which is stored in plastic containers. This happens because Poktan Sumber Rejeki does not yet have a permanent partner who is able to distribute (order) products regularly (weight 0.105 and rating 2.0). 3) Opportunities exist in Poktan Sumber Rejeki Arabica coffee production ingredients, such as Arabica coffee and brown sugar obtained from farmers in the same village as the production location. This helps group members and local farmers (weight 0.136 and rating 4.0). 4) The Threat that exists is that there are several other similar products with more practical packaging because they use single-use packaging and are more attractive because the packaging contains more complete information than group products (weight 0.114 and rating 2.5). 5) The position of the Poktan Sumber Rejeki Arabica coffee processing business is in quadrant 1 so that the strategies that can be implemented are market penetration, market development and product development as an effort to expand the market for Arabica coffee products so as to increase sales.*

*Keywords: internal factors, external factors, strategy, arabica coffee*

## I. PENDAHULUAN

Dalam mewujudkan Indonesia sebagai lumbung pangan dunia pada tahun 2045, Kementerian Pertanian menyiapkan rencana strategis dan program yang mencakup delapan komoditas unggulan yaitu padi, jagung, kedelai, kopi, tebu rakyat, kakao, cabai, bawang merah dan bawang putih. Pembangunan ekonomi akan dilaksanakan dalam dua pendekatan, yaitu: (1) pengelolaan sumberdaya ekonomi, dan (2) peningkatan nilai tambah ekonomi. Menurut Hayami, *et al.* (1987) dalam Mutmainah dkk (2015) menjelaskan bahwa definisi dari nilai tambah adalah pertumbuhan nilai suatu komoditas karena ada input fungsional yang diberlakukan pada komoditas yang bersangkutan. Input fungsional tersebut berupa proses pengubahan bentuk (*form utility*), pemindahan tempat (*place utility*), maupun proses penyimpanan (*time utility*). Nilai tambah menggambarkan imbalan bagi tenaga kerja, modal, dan manajemen.

Kopi arabika (*Coffea arabica*.) merupakan salah satu komoditas unggulan yang tumbuh subur di daerah tropis. Kabupaten Wonosobo memiliki jumlah produksi kopi arabika 259.002 kg (Dinas Pangan Pertanian dan Perikanan Kabupaten Wonosobo 2022) di tahun 2022. Salah satu penghasil kopi arabika adalah Kecamatan Kertek dengan produksi kopi arabika 58.212 kg (Programa 2022) di tahun 2022. Kecamatan Kertek memiliki empat desa yang semuanya memiliki produksi kopi arabika cukup tinggi, salah satunya Desa Kapencar dengan produksi kopi arabika 20.400 kg ditahun 2022 (Programa 2022).

Keberadaan kopi arabika yang cukup melimpah saat panen raya menyebabkan harga di tingkat petani sangat fluktuatif. Dalam beberapa kasus petani mendapat harga yang hanya sama dengan biaya produksi, artinya tidak ada margin keuntungan dalam proses budidaya kopi arabika yang dilakukan. Hal ini mendorong Kelompok Tani melakukan pengolahan kopi arabika green bean menjadi kopi arabika bubuk untuk meningkatkan nilai tambah.

Desa Kapencar memiliki tujuh kelompok tani aktif Dimana dua diantaranya fokus dalam pengolahan kopi yaitu kelompok Kelompok tani Sumber Makmur dan Kelompok Tani Sumber Rejeki. Kelompok Tani Sumber Rejeki sebagai salah satu kelompok yang fokus menjalankan usaha pengolahan kopi di Desa Kapencar Dimana kelompok tersebut menjadi kelompok rujukan dalam hal pengolahan kopi dikarenakan aset yang mereka miliki lebih unggul baik dalam bidang sarana prasarana, mulai dari *Huller*, *Pulper*, dan *Alat Rosting Kopi*, maupun sumber daya manusia yang didominasi oleh petani muda kreatif.

## II. METODE PENELITIAN

### 1. Matrik EFAS dan IFAS

Matrik EFAS digunakan untuk menganalisis faktor – faktor eksternal yang kemudian diklasifikasikan kedalam peluang dan ancaman bagi unit usaha yang sama halnya dengan matrik IFAS, yaitu digunakan untuk menganalisis faktor – faktor internal yang kemudian diklasifikasikan kedalam kekuatan dan kelemahan dalam satu unit usaha yang dijalankan.

## 2. Matrik SWOT

Selanjutnya, mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan usaha pengolahan kopi arabika, informasi tersebut dikelompokkan dalam rumusan strategi. Alat yang digunakan untuk menyusun faktor – faktor strategis yaitu matrik SWOT. Matrik SWOT atau TOWS akan menyajikan gambaran tentang ancaman dan peluang dari faktor eksternal usaha serta komponen internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Kelompok Tani Sumber Rejeki. Dari analisis tersebut akan menghasilkan rumusan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi. Sampel sejumlah 16 orang anggota Kelompok Tani Sumber Rejeki Desa Kapencar Kecamatan Kertek Kabupaten Wonosobo.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Karakteristik responden

Identifikasi faktor internal dan eksternal strategis usaha kopi arabika di Poktan Poktan Sumber Rejeki melibatkan 16 responden meliputi ketua kelompok, anggota kelompok, konsumen, pesaing, panelis, pegawai bank, dan Penyuluh Pertanian Lapangan. Berikut adalah hasil identifikasi karakteristik responden:

##### a. Responden

Karakteristik responden dilihat dari berbagai aspek, seperti usia dan jenjang pendidikan formal dengan rincian sebagai berikut:

##### 1) Usia responden

Dari identifikasi karakteristik responden dapat diketahui bahwa usia produktif, yaitu usia di rentang 15-64 tahun mendominasi responden dengan jumlah 16 orang (100%) dan tidak memiliki responden berusia belum produktif. Hal ini selaras dengan pernyataan Metalisa dkk (2014) bahwa kondisi tubuh di usia produktif memiliki kemampuan bekerja, menghasilkan sesuatu, hingga mengembangkan keahlian yang dimiliki. Rincian sebaran responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi jumlah responden berdasarkan usia di Desa Kapencar

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)	Keterangan
1	0-14 tahun	0	0,0	Belum produktif
2	15-64 tahun	16	100,0	Produktif
3	>64 tahun	0	0,0	Tidak produktif
	Total	16	100	

Sumber: *Olahan data primer, 2024*

## 2) Jenjang pendidikan formal responden

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenjang pendidikan SD/MI, yaitu sebanyak 9 dari 16 orang (56,2%) serta berurutan diikuti oleh jenjang SLTA, SLTP dan S1. Hal ini dapat terjadi karena pendidikan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi dan respon sasaran termasuk inovasi teknologi, sebagaimana pernyataan Ramli (2012) bahwa semakin luasnya pendidikan dan pengetahuan sasaran maka sasaran lebih cepat dalam menerima inovasi. Berikut adalah rincian distribusi jumlah responden berdasarkan jenjang pendidikan formal:

Tabel 2. Distribusi jumlah responden berdasarkan jenjang pendidikan formal di Desa Kapencar

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Tidak tamat	0	0,0
2	SD/MI	9	56.2
3	SLTP	2	12.5
4	SLTA	0	0
5	DI-DIII	0	0
6	SI-SIII	5	31.2
	Total	16	100.0

Sumber: *Olahan data primer, 2024*

## 2. Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

Berdasarkan hasil identifikasi, berikut adalah beberapa faktor internal pengembangan usaha kopi arabika Poktan Sumber Rejeki:

Tabel 3. IFAS kopi arabika Poktan Sumber Rejeki

No	Faktor-faktor Internal Usaha	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B X R)	Komentar
A. Kekuatan					
1	Alat dan tempat produksi dapat berfungsi dengan baik	0,105	5,0	0,53	Alat milik kelompok
2	Evaluasi kegiatan dan produksi secara berkala	0,070	4,0	0,28	Setiap pertemuan rutin
3	Promosi <i>offline</i> dan <i>online</i> secara berkala	0,105	3,0	0,32	Via WhatsApp dan Facebook
4	Konsumen dapat membeli kopi arabika dengan beberapa pilihan ukuran kemasan	0,070	3,5	0,25	Ukuran 100 gr, 500gr, dan 1kg
5	Harga produk standar umum	0,070	3,5	0,25	Harga Rp27.000/100gr - Rp125.000/kg
6	Dapat didistribusikan ke berbagai wilayah karena produk tahan lama dan kemasan tidak mudah rusak	0,088	3,0	0,26	Dikemas dengan plastik tebal
	Total Skor A	0,509		1,877	
B. Kelemahan					
1	Produksi kopi arabika belum terjadwal dan terencana	0,105	2	0,211	Produksi sesuai pesanan
2	Belum memiliki S-PIRT	0,105	2,5	0,263	S-PIRT sudah habis masa aktif belum diperpanjang
3	Terdapat anggota yang belum melakukan produksi sesuai standar keamanan pangan	0,088	2,0	0,175	Besaran komposisi belum sesuai
4	Kemasan kurang menarik dan kurang praktis	0,070	1,5	0,105	Informasi produksi di label kurang lengkap
5	Pembukuan keuangan kopi arabika masih sederhana dan belum rutin	0,053	1,0	0,053	Dilakukan oleh sebagian anggota
6	Belum memiliki standar operasional prosedur produksi kopi arabika	0,070	1,5	0,105	Belum menetapkan SOP kelompok secara tertulis
	Total Skor B	0,491		0,912	
	Total Skor Bobot (A+B)	1,000		2,789	

Sumber: *Olahan data primer, 2024*

Terdapat enam kondisi yang menjadi kekuatan dan enam kondisi yang menjadi kelemahan usaha pengolahan kopi arabika Poktan Sumber Rejeki. Uraian kekuatan usaha Poktan Sumber Rejeki adalah sebagai berikut:

- a) Alat produksi kopi arabika Poktan Sumber Rejeki yang berfungsi normal dan rata-rata berusia di atas satu tahun. Beberapa alat yang diperlukan, yaitu: *pulper, huller, roaster, grinder* (bobot 1,105 dan *rating* 5,0).
- b) Evaluasi kegiatan-kegiatan Poktan Sumber Rejeki selama kurang lebih satu bulan termasuk produksi kopi arabika dilaksanakan saat pertemuan rutin, yaitu hari Selasa minggu ke-2 di setiap bulannya. Kegiatan ini dapat dilaksanakan secara mandiri oleh kelompok atau dihadiri pihak lain, seperti BPP Kecamatan Kertek (bobot 0,070 dan *rating* 4,0).
- c) Promosi secara *offline* dilakukan dengan menawarkan produk kopi arabika saat dilaksanakan pertemuan atau di dalam forum, sedangkan promosi secara

*online* dilakukan via WhatsApp dan Facebook dan belum terstruktur (bobot 0,105 dan *rating* 3,0).

- d) Harga produk standar umum dan bisa bersaing dengan produk lain yaitu berkisar pada: (bobot 0,107 dan *rating* 3,5).
- e) Konsumen dapat membeli kopi arabika Poktan Sumber Rejeki dengan beberapa pilihan kemasan, yaitu: 250gr, 500gr, dan 1kg. Hal ini diharapkan dapat membantu konsumen membeli kopi arabika dengan jumlah sesuai kebutuhan (bobot 0,070 dan *rating* 3,5).
- f) Kopi arabika Poktan Sumber Rejeki dikemas dengan *standing pouch* berbahan plastik menggunakan *zipper* dan kondisi serbuk yang kering sehingga keawetan produk dapat mencapai 6 bulan (BPOM, 2017). Kemasan ini juga cukup aman jika produk dikirim melalui jasa ekspedisi. (bobot 0,088 dan *rating* 3,0).

Selain kekuatan (*strengths*) yang mempengaruhi usaha, ada kelemahan (*weaknesses*) dalam usaha kopi arabika Poktan Sumber Rejeki, antara lain:

- a) Produksi kopi arabika Poktan Sumber Rejeki belum terjadwal, dimana produksi dilakukan jika ada pesanan dan sisa produksi digunakan sebagai stok yang disimpan pada kontainer berbahan plastik. Hal ini terjadi karena Poktan Sumber Rejeki belum memiliki mitra tetap yang mampu menyalurkan (memesan) produk secara rutin (bobot 0,105 dan *rating* 2,0).
- b) Poktan Sumber Rejeki belum memiliki S-PIRT sebagai salah satu penjamin keamanan pangan dalam proses produksi untuk menjamin keamanan pangan bagi konsumen (bobot 0,105 dan *rating* 2,5).
- c) Poktan Sumber Rejeki belum melakukan produksi sesuai standar keamanan pangan, seperti perbandingan jumlah komposisi bahan meskipun secara umum menghasilkan kopi arabika yang memenuhi kriteria (bobot 0,088 dan *rating* 2,0).
- d) Kemasan kurang menarik karena tidak memuat informasi produk secara lengkap dan kurang praktis karena semua pilihan ukuran kemasan cukup besar untuk sekali konsumsi. Hal ini menjadi salah satu kelemahan karena

beberapa produk lain sejenis memiliki kemasan sekali konsumsi yang dianggap lebih mudah dan ekonomis (bobot 0,070 dan *rating* 1,5).

- e) Pembukuan keuangan kopi arabika masih sederhana dimana catatan dilakukan dengan manual dan belum memiliki salinan berbentuk digital. Selain itu, pembukuan juga belum rutin dilaksanakan (bobot 0,053 dan *rating* 1,0).
- f) Poktan Sumber Rejeki belum memiliki standar operasional prosedur produksi kopi arabika tetapi mengusahakannya dengan merujuk pada standar yang dirilis Badan Pengawasan Obat dan Makanan (bobot 0,070 dan *rating* 1,5).

### 3. *External Factors Analysis Summary* (EFAS)

Berikut adalah bobot, *rating*, dan total skor bobot setiap faktor eksternal yang ditetapkan bersama responden:

Tabel 4. EFAS kopi arabika Poktan Sumber Rejeki

No	Faktor-faktor Eksternal Usaha	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B X R)	Komentar
A. Peluang					
1	Bahan-bahan produksi mudah diperoleh dari petani kopi arabika di sekitar wilayah	0,120	4,0	0,480	
2	Adanya monitoring dan evaluasi berkala pihak terkait pada produksi kopi arabika	0,110	3,5	0,385	Saat pertemuan rutin
3	Harga biji kopi sebagai bahan produksi normal	0,100	3,5	0,350	Lebih dominan normal dibandingkan turun
4	Dukungan berupa bantuan promosi dan alat produksi dari pihak-pihak lain	0,091	3,0	0,273	Dominan bantuan promosi
5	<i>Trend</i> masyarakat yang lebih suka minum kopi natural tanpa pemanis seperti kopi arabika	0,068	3,0	0,204	Tidak turun dan meningkat seiring popularisas cafe di wilayah wonosobo
6	Bekerjasama dengan usaha caffe yang sudah ada	0,056	3,0	0,168	
	Total Skor A	0,545		1,860	
B. Ancaman					
1	Produk serbuk kopi arabika lain dengan kemasan lebih praktis dan menarik dibandingkan produk kelompok	0,100	2,5	0,250	Ada produk lain dengan kemasan lebih kecil (praktis) dengan informasi lebih lengkap
2	Produk serbuk kopi arabika lain dengan harga lebih rendah	0,100	2,0	0,200	Produk lain memiliki harga lebih rendah dengan isi lebih sedikit
3	Produk berbahan dasar tanaman lain dan dijual ke sasaran yang sama (teh, telang, dll)	0,091	2,0	0,182	Jumlah peminat kopi arabika tertinggi dibandingkan bahan lain
4	Kenaikan harga kopi arabika sebagai bahan produksi	0,080	1,5	0,120	Menyebabkan produksi tertunda beberapa waktu
5	Penurunan kualitas bahan produksi yang dipengaruhi iklim	0,045	1,0	0,045	Kualitas kopi arabika dapat turun saat musim hujan
6	Persaingan dengan produsen olahan kopi di wilayah sekitar	0,039	1,0	0,039	
	Total Skor B	0,455		0,836	
	Total Skor Bobot (A+B)	1,0		2,696	

Sumber: *Olahan data primer, 2024*

Faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha kopi arabika Poktan Sumber Rejeki terdiri dari dua bagian, yaitu peluang dan ancaman. Terdapat enam peluang dan enam ancaman yang teridentifikasi mempengaruhi pengembangan usaha dengan rincian kondisi, antara lain:

- a. Bahan-bahan produksi kopi arabika Poktan Sumber Rejeki, seperti kopi arabika dan gula merah diperoleh dari petani berada di satu desa dengan lokasi produksi. Hal ini membantu anggota kelompok dan petani setempat (bobot 0,120 dan *rating* 4,0).
- b. Monitoring dan evaluasi berkala pihak terkait pada produksi kopi arabika, seperti BPP Kecamatan Kertek yang dilaksanakan bersamaan dengan pertemuan rutin atau saat produksi (bobot 0,110 dan *rating* 3,5).
- c. Harga bahan berupa biji kopi yang normal atau turun adalah kondisi yang cukup menguntungkan karena dapat meningkatkan margin antara biaya produksi dengan harga jual. Gula merah yang berasal dari nira cenderung memiliki harga yang lebih stabil dibandingkan bahan produksi lain seperti kopi arabika yang cenderung naik terutama saat musim hujan (bobot 0,100 dan *rating* 3,5).
- d. Dukungan berupa bantuan promosi oleh pihak lain seperti BPP Kecamatan Kertek dan mahasiswa yang sedang melaksanakan penelitian berkaitan kopi arabika. Selain itu, dukungan lain berupa alat produksi juga pernah diperoleh dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Wonosobo (bobot 0,091 dan *rating* 3,0).
- e. *Trend* masyarakat yang ingin minum kopi dengan tanpa gula seperti kopi arabika sehingga mampu meningkatkan penjualan kopi arabika Poktan Sumber Rejeki (bobot 0,068 dan *rating* 3,0).
- f. Bekerjasama dengan usaha *caffé* yang sudah ada memungkinkan membuka peluang lebih besar dalam penjualan kopi (0,036 dan *rating* 3,0).

Selain peluang pengembangan usaha, ada faktor eksternal lain yang berperan sebagai ancaman (*threats*) usaha kopi arabika Poktan Sumber Rejeki dengan rincian sebagai berikut:

- a) Terdapat beberapa produk lain yang sejenis dengan kemasan lebih praktis karena menggunakan kemasan sekali konsumsi dan lebih menarik karena kemasan memuat informasi lebih lengkap dibandingkan produk kelompok (bobot 0,100 dan *rating* 2,5).
- b) Terdapat beberapa produk serbuk kopi arabika lain dengan harga lebih rendah dibandingkan harga produk kelompok (bobot 0,100 dan *rating* 2,0).
- c) Terdapat beberapa produk berbahan dasar tanaman lain seperti teh, telang, dll yang dijual ke sasaran yang sama dan menyaingi penjualan kopi arabika (bobot 0,091 dan *rating* 2,0).
- d) Kenaikan harga kopi arabika sebagai salah satu bahan produksi adalah kondisi yang cukup mengancam kelompok. Semakin tingginya kenaikan harga kopi arabika mampu menyebabkan ditundanya produksi (bobot 0,080 dan *rating* 2,0).
- e) Penurunan kualitas kopi arabika sebagai bahan produksi kopi arabika yang dipengaruhi iklim. Kondisi menyebabkan harga kopi arabika berkualitas baik cenderung naik dan meningkatkan biaya produksi (bobot 0,045 dan *rating* 1,0).
- f) Persaingan dengan produsen olahan kopi di wilayah sekitar cukup masif sehingga menjadi ancaman bagi kelompok (bobot 0,039 dan *rating* 1,0).

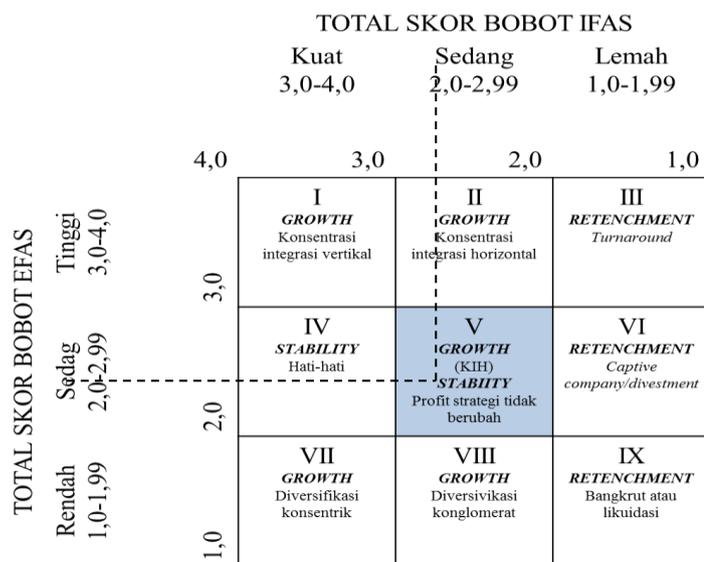
#### 4. Tahap analisis

Tahap analisis adalah tahap yang menggabungkan tabulasi Tabel IFAS dan EFAS menggunakan dua macam matrik, yaitu Matrik *Internal External* (IE) dan Matrik *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* (SWOT). Berikut adalah rincian dari setiap matrik:

##### a. Matrik IE

Matrik *Internal External* (IE) digunakan untuk mengetahui posisi suatu usaha sebelum menyusun rencana strategi alternatif. Hal ini dilakukan dengan menggabungkan total skor bobot Tabel IFAS yaitu 2,789 dan Tabel EFAS yaitu 2,932. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa usaha kopi arabika berada di Kuadran V atau posisi *growth and stability*. Posisi ini mendeskripsikan posisi usaha kelompok yang bertumbuh/berkembang dan

tetap stabil melalui peningkatan kualitas atau kuantitas produk dan memperluas akses pasar. *Growth strategy* di Kuadran V dapat dilakukan dengan integrasi horizontal. David (2011) menyatakan bahwa strategi integrasi horizontal dapat diartikan sebagai upaya memiliki kendali terhadap pesaing usaha. Promosi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk merealisasikannya. Selain sebagai alat perluasan pasar, promosi juga bertujuan menghindari penurunan keuntungan atau kehilangan penjualan. Ada pula *Stability Strategy*, yaitu penerapan strategi tanpa mengubah tujuan atau arah strategi yang sebelumnya telah ditetapkan. Peningkatan kapasitas anggota kelompok Poktan Sumber Rejeki dalam melakukan promosi merupakan salah satu upaya memperluas pasar produk kopi arabika. Berikut adalah rincian Matrik IE Poktan Sumber Rejeki:



Gambar 4.1. Matrik IE usaha kopi arabika

b. Matrik SWOT

Matrik SWOT digunakan untuk menyusun beberapa strategi alternatif yang bisa diterapkan sesuai kondisi usaha. Berikut adalah pemetaan beberapa strategi alternatif menggunakan Matrik SWOT:

Tabel 5. Matrik SWOT Usaha Tani Kopi Arabika Poktan Sumber Rejeki

	<b>KEKUATAN (STRENGTHS/S)</b>	<b>KELEMAHAN (WEAKNESSES/W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alat dan tempat produksi dapat berfungsi dengan baik (0,530)</li> <li>2. Evaluasi kegiatan dan produksi secara berkala (0,280)</li> <li>3. Promosi offline dan online secara berkala (0,320)</li> <li>4. Konsumen dapat membeli kopi arabika dengan beberapa pilihan ukuran kemasan (0,250)</li> <li>5. Harga produk standar umum (250)</li> <li>6. Dapat didistribusikan ke berbagai wilayah karena produk tahan lama dan kemasan tidak mudah rusak (0,260)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produksi kopi arabika belum terjadwal dan terencana (0,211)</li> <li>2. Belum memiliki S-PIRT (0,263)</li> <li>3. Terdapat anggota yang belum melakukan produksi sesuai standar keamanan pangan (0,175)</li> <li>4. Kemasan kurang menarik dan kurang praktis (0,105)</li> <li>5. Pembukuan keuangan kopi arabika masih sederhana dan belum rutin (0,053)</li> <li>6. Belum memiliki standar operasional prosedur produksi kopi arabika (0,105)</li> </ol>
<b>PELUANG (OPPORTUNITIES/O)</b>	<b>STRATEGI S-O</b>	<b>STRATEGI W-O</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan-bahan produksi mudah diperoleh dari petani kopi arabika di sekitar wilayah (0,545)</li> <li>2. Adanya monitoring dan evaluasi berkala pihak terkait pada produksi kopi arabika (0,545)</li> <li>3. Harga biji kopi sebagai bahan produksi normal (0,398)</li> <li>4. Dukungan berupa bantuan promosi dan alat produksi dari pihak-pihak lain (0,273)</li> <li>5. Trend masyarakat yang lebih suka minum kopi natural tanpa pemanis seperti kopi arabika (0,205)</li> <li>6. Bekerjasama dengan usaha <i>caffé</i> yang sudah ada (0,168)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perluasan pasar melalui optimalisasi promosi menggunakan media cetak dan media digital (S<sub>4</sub>, S<sub>8</sub>, O<sub>5</sub>, O<sub>6</sub>)</li> <li>2. Membuka kesempatan bermitra dengan pihak lain untuk memasarkan kopi arabika (S<sub>1</sub>, S<sub>2</sub>, S<sub>5</sub>, S<sub>6</sub>, S<sub>7</sub>, S<sub>8</sub>, O<sub>1</sub>, O<sub>5</sub>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembuatan dan pembinaan penerapan standar operasional prosedur produksi kopi arabika (yang merujuk pada keamanan pangan) yang disepakati seluruh anggota (W<sub>3</sub>, W<sub>7</sub>, O<sub>3</sub>)</li> <li>2. Dapat mempermudah perizinan S-PIRT (W<sub>3</sub>, W<sub>7</sub>, O<sub>3</sub>)</li> </ol>
<b>ANCAMAN (THREATS/T)</b>	<b>STRATEGI S-T</b>	<b>STRATEGI W-T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk serbuk kopi arabika lain dengan kemasan lebih praktis dan menarik dibandingkan produk kelompok (0,284)</li> <li>2. Produk serbuk kopi arabika lain dengan harga lebih rendah (0,227)</li> <li>3. Produk berbahan dasar tanaman lain dan dijual ke sasaran yang sama (teh, telang, dll) (0,182)</li> <li>4. Kenaikan harga kopi arabika sebagai bahan produksi (0,227)</li> <li>5. Penurunan kualitas bahan produksi yang dipengaruhi iklim (0,045)</li> <li>6. Persaingan dengan produsen olahan kopi di wilayah sekitar (0,039)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Studi banding atau observasi usaha tani sejenis sebagai bahan evaluasi dan perbaikan kualitas produk (S<sub>3</sub>, T<sub>1</sub>, T<sub>2</sub>, T<sub>3</sub>, T<sub>4</sub>, T<sub>5</sub>)</li> <li>2. Meningkatkan hasil produk Kopi Arabika (S<sub>3</sub>, T<sub>1</sub>, T<sub>2</sub>, T<sub>3</sub>, T<sub>4</sub>, T<sub>5</sub>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan desain kemasan dan label agar lebih aman, menarik, dan praktis (W<sub>4</sub>, T<sub>1</sub>, T<sub>2</sub>, T<sub>3</sub>)</li> <li>2. Pelatihan dan pembinaan pembukuan keuangan usaha tani kopi arabika serta penyeragaman harga jual kopi arabika (W<sub>5</sub>, W<sub>6</sub>, W<sub>7</sub>, T<sub>2</sub>, T<sub>3</sub>)</li> </ol>

Sumber: *Olahan data primer, 2024*

Kajian tentang strategi pengembangan usaha kopi arabika di Desa Kapencar, Kecamatan Kertek bertujuan untuk menetapkan strategi terbaik

dalam mengembangkan usaha. Dalam kajian ini, penetapan strategi tersebut menggunakan Analisis *Strengths Weaknesses Opportunities Threats* (SWOT) karena Analisis SWOT adalah teknik menentukan strategi secara obyektif. Hal ini dapat diketahui dari adanya faktor internal dan eksternal usaha yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi.

Kondisi Poktan Sumber Rejeki saat ini tidak lepas dari faktor internal dan eksternal usaha yang mempengaruhinya. Identifikasi faktor-faktor tersebut didasarkan pada data sekunder dari Badan Pusat Statistik nasional dan daerah, Balai Penyuluhan Pertanian Kertek, Kantor Desa Kapencar, dan lainnya serta data primer dari informan dan responden. Proses ini mengidentifikasi sembilan kekuatan, tujuh kelemahan, lima peluang, dan lima ancaman usaha kopi arabika Poktan Sumber Rejeki.

Berdasarkan identifikasi faktor internal berupa kekuatan usaha kopi arabika, diketahui bahwa kekuatan usaha berbobot terendah yaitu konsumen dapat menentukan pilihan ukuran kemasan dan harga produk standar umum dimana ukuran kemasan yang biasa digunakan yaitu kemasan 100 gr, 500 gr, dan 1 kg. Untuk harga standar umum kopi arabika dalam setiap kemasan 100 gr yaitu 27.000 dimana harga ini adalah standar umum kopi arabika yang beredar di pasaran.

Selain konsumen dapat menentukan pilihan kemasan dan harga standar umum, ada kekuatan lain yang dimiliki kelompok dengan bobot tertinggi, yaitu alat dan tempat produksi kopi arabika berfungsi dengan baik. Hal ini bisa terjadi pada Poktan Sumber Rejeki karena Poktan menjadi salah satu penerima hibah alat kopi berupa Pulper, Huller, Roaster, dan Grinder dari Dispaperkan Kabupaten Wonosobo yang diimbangi dengan kemampuan kelompok dalam mengoperasikan dengan baik melalui pendampingan Penyuluh Pertanian Lapangan desa setempat sehingga alat bisa digunakan dengan baik sesuai fungsi masing-masing alat.

Hasil identifikasi kondisi usaha tani kopi arabika Poktan Sumber Rejeki menguraikan bahwa tidak hanya kekuatan yang memperkuat usaha, tetapi ada juga kelemahan yang dapat menghambat usaha. Tabel 4.10

meringkas hasil *skoring* faktor kelemahan dan diperoleh bahwa Pembukuan keuangan kopi arabika masih sederhana dan belum rutin menempati skor terendah, yaitu 0,053. Kondisi ini mengakibatkan kesulitan dalam melakukan evaluasi mingguan, bulanan, dan tahunan terlebih pada catatan-catatan penting dalam proses produksi bubuk kopi dan catatan-catatan pada keuangan kelompok. Evaluasi ini sangat penting dilakukan untuk memperbaiki kesalahan dan kekurangan pada saat produksi dan melihat pencapaian penjualan secara jelas dalam setiap periode evaluasi sehingga melalui catatan tersebut kelompok dapat menentukan sikap untuk memperbaiki serta menentukan strategi yang tepat untuk dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Pengembangan usaha kopi arabika oleh Poktan Sumber Rejeki dikuatkan oleh berbagai peluang dari lingkungan eksternal usaha. Hal ini sesuai dengan pernyataan David (2011) bahwa tidak hanya faktor internal usaha yang mendorong perkembangan usaha, tetapi ada juga faktor eksternal dan mendukung dan mengancam usaha. Dari identifikasi peluang usaha ini diperoleh hasil bahwa peluang terbesar yang mempengaruhi usaha ini adalah bahan-bahan produksi mudah diperoleh dari petani kopi arabika di sekitar wilayah dan adanya monitoring dan evaluasi berkala pihak terkait pada produksi kopi arabika dengan nilai 0,545, sedangkan peluang dengan bobot terendah yaitu trend masyarakat yang lebih suka minum kopi natural tanpa pemanis seperti kopi arabika dengan nilai 0,205. Bahan baku berupa kopi arabika yang dapat diperoleh dari petani setempat meningkatkan motivasi kelompok untuk meningkatkan nilai ekonominya. Harga bahan-bahan yang diperlukan juga masih terjangkau dilakukan secara swadaya oleh kelompok. Pembinaan dari Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Kertek dan Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo dilakukan agar produksi kopi arabika lebih terkendali, terarah, dan mampu memberdayakan anggota kelompok. Dalam perkembangannya, permintaan pasar yang selalu ada karena kesadaran masyarakat yang ingin minum kopi tanpa gula sebagai Tren mendorong kopi arabika tetap diproduksi kelompok ini.

Selain peluang, terdapat beberapa kondisi yang mengancam usaha tani kopi arabika Poktan Sumber Rejeki. Identifikasi peluang usaha kopi arabika Poktan Sumber Rejeki memperoleh hasil bahwa ancaman usaha dengan pengaruh terkecil adalah penurunan kualitas bahan produksi yang dipengaruhi iklim dengan nilai 0,045. Anggota kelompok selaku produsen menyatakan bahwa belum tentu terjadi dalam satu tahun periode berjalan namun jika terjadi akan sedikit berpengaruh pada produksi kopi arabika. Ancaman lainnya adalah produk lain yaitu produk serbuk kopi arabika lain dengan kemasan lebih praktis dan menarik dibandingkan produk kelompok. Perbedaan harga jual ini dapat dipengaruhi oleh perbedaan kondisi bahan baku.

Hasil identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi usaha kopi arabika Poktan Sumber Rejeki dihimpun dalam Tabel IFAS dan EFAS. Kedua tabel ini secara ringkas menguraikan bobot, peringkat (*rating*), dan total skor bobot setiap faktor yang diberikan responden. Analisis Tabel IFAS menghasilkan total skor bobot sebesar 2,789 dan Tabel EFAS menghasilkan total skor bobot sebesar 2,932. Hasil akhir tahap ini digunakan sebagai bahan analisis data menggunakan Matrik IE dan Matrik SWOT.

Sebelum menentukan strategi-strategi alternatif usaha tani kopi arabika Poktan Sumber Rejeki, perlu diketahui kondisi dan posisi usaha ini. Langkah ini dilakukan menggunakan Matrik *Internal External* (IE) dengan cara meletakkan total skor bobot IFAS pada sumbu X matrik dan total skor bobot EFAS pada sumbu Y matrik hingga bertemu di satu titik dalam sebuah kuadran. Dari tahap ini diketahui bahwa usaha tani kopi arabika Poktan Sumber Rejeki berada pada Kuadran V atau *growth and stability*, yang dapat diartikan bahwa usaha tani ini sedang berada pada tahap membangun atau tumbuh dan tetap dapat berjalan stabil karena kelemahan dan ancaman yang dimiliki dapat diimbangi dengan kekuatan dan peluang yang ada. *Growth strategy* di Kuadran V dilaksanakan melalui integrasi horizontal, artinya upaya pengembangan produk kopi arabika Poktan Sumber Rejeki dengan perluasan pasar atau diversifikasi. Hal ini terhubung pada *stability strategy*,

yaitu strategi yang ditetapkan tanpa mengubah tujuannya. Peningkatan kapasitas anggota kelompok dalam melakukan promosi melalui berbagai media dapat dilakukan sebagai *stability strategy* untuk memperluas pasar.

Kombinasi hasil analisis menggunakan Tabel IFAS dan EFAS menghasilkan beberapa strategi alternatif yang diklasifikasikan menjadi empat macam, yaitu:

Tabel 6. Hasil Analisis Matrik SWOT

STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
1. Perluasan pasar melalui optimalisasi promosi menggunakan media cetak dan media digital (S <sub>4</sub> , S <sub>8</sub> , O <sub>5</sub> , O <sub>6</sub> ) 2. Membuka kesempatan bermitra dengan pihak lain untuk memasarkan kopi arabika (S <sub>1</sub> , S <sub>2</sub> , S <sub>5</sub> , S <sub>6</sub> , S <sub>7</sub> , S <sub>8</sub> , O <sub>1</sub> , O <sub>5</sub> )	3. Pembuatan dan pembinaan penerapan standar operasional prosedur produksi kopi arabika (yang merujuk pada keamanan pangan) yang disepakati seluruh anggota (W <sub>3</sub> , W <sub>7</sub> , O <sub>3</sub> ) 4. Dapat mempermudah perizinan S-PIRT (W <sub>3</sub> , W <sub>7</sub> , O <sub>3</sub> )
STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
1. Studi banding atau observasi usaha tani sejenis sebagai bahan evaluasi dan perbaikan kualitas produk (S <sub>3</sub> , T <sub>1</sub> , T <sub>2</sub> , T <sub>3</sub> , T <sub>4</sub> , T <sub>5</sub> ) 2. Meningkatkan hasil produk Kopi Arabika (S <sub>3</sub> , T <sub>1</sub> , T <sub>2</sub> , T <sub>3</sub> , T <sub>4</sub> , T <sub>5</sub> )	1. Mengembangkan desain kemasan dan label agar lebih aman, menarik, dan praktis (W <sub>4</sub> , T <sub>1</sub> , T <sub>2</sub> , T <sub>3</sub> ) 2. Pelatihan dan pembinaan pembukuan keuangan usaha tani kopi arabika serta penyeragaman harga jual kopi arabika (W <sub>5</sub> , W <sub>6</sub> , W <sub>7</sub> , T <sub>2</sub> , T <sub>3</sub> )

Sumber: Olah Data Primer 2024

### c. Strategi S-O

Rangkuti (2000) menyatakan bahwa Strategi *Strengths-Opportunities* (SO) adalah strategi yang menggunakan kekuatan-kekuatan untuk memanfaatkan peluang usaha. Hal ini diterapkan pada usaha tani kopi arabika Poktan Sumber Rejeki dimana terdapat 2 strategi S-O, salah satunya adalah perluasan pasar melalui optimalisasi promosi menggunakan media cetak dan media digital. Leaflet atau brosur yang menarik dapat diberikan saat konsumen membeli produk dan disebarluaskan saat pertemuan atau dalam suatu forum. Selain itu, dari hasil wawancara kepada responden diperoleh informasi bahwa Poktan Sumber Rejeki telah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan mendapat pelanggan dari media tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan Purbohastuti (2017) bahwa media sosial dapat memperbesar keuntungan sebuah usaha karena media sosial mendorong penggunaannya berpartisipasi terhadap topik yang sedang dibicarakan dan menjangkau berbagai informasi. Namun, penggunaan media sosial oleh kelompok ini untuk promosi belum optimal, sehingga diperlukan pelatihan

penggunaan media digital dan media cetak yang baik dan efektif. Upaya perluasan pasar kopi arabika searah dengan kesempatan yang dibuka untuk bermitra dengan pihak lain dalam memasarkan produk.

d. Strategi W-O

Rangkuti (2000) menyatakan bahwa Strategi *Weaknesses-Opportunities* (W-O) adalah langkah-langkah mencapai tujuan yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan usaha. Hal ini diterapkan dalam usaha tani kopi arabika Poktan Sumber Rejeki, yaitu dengan pembuatan dan pembinaan penerapan standar operasional prosedur produksi kopi arabika (yang merujuk pada keamanan pangan) yang disepakati seluruh anggota bertujuan menyegarmakan proses dan hasil produksi karena menggunakan merek kelompok. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen kepada Poktan Sumber Rejeki selaku konsumen. Pembuatan prosedur dapat dilakukan saat pertemuan rutin.

e. Strategi S-T

Strategi *Strengths-Threats* (S-T) adalah langkah untuk mencapai tujuan yang dilakukan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki usaha untuk memanfaatkan menghindari ancaman. Dalam kajian ini, strategi S-T dilakukan dengan studi banding atau observasi usaha tani sejenis sebagai bahan evaluasi dan perbaikan kualitas produk. Selanjutnya, hasil identifikasi dibandingkan dengan kondisi di lingkungan pelaku studi banding dan dijadikan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan Poktan Sumber Rejeki sehingga tetap diminati konsumen dan mampu bersaing dengan produk lain.

f. Strategi W-T

Strategi *Weaknesses-Threats* (W-T) adalah strategi yang mampu memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman. Dalam kajian ini, strategi ini dilakukan dengan mengembangkan desain kemasan dan label agar lebih aman, menarik, dan praktis. Desain kemasan yang menyantumkan informasi produk secara lengkap dapat meningkatkan ketertarikan dan rasa aman pada konsumen. Responden menguraikan bahwa pilihan ukuran kemasan yang lebih beragam terutama ukuran sekali konsumsi akan lebih

memudahkan calon konsumen. Hal ini searah dengan Apriyanti (2018) yang menyatakan bahwa kemasan dapat dirancang dengan variasi ukuran lebih banyak mulai dari partai kecil karena hal ini akan berpengaruh pada harga produk dan daya beli calon konsumen (Apriyanti, 2018).

Dalam kajian ini, strategi W-T juga dapat dilakukan dengan pelatihan dan pembinaan pembukuan keuangan usaha tani kopi arabika serta penyeragaman harga jual kopi arabika. Saat ini, Poktan Sumber Rejeki telah melaksanakan pembukuan usaha tani berupa pencatatan inventaris serta keuangan berupa kas dan simpan pinjam. Kondisi pembukuan kelompok ini masih kurang lengkap karena sebagaimana pernyataan Yulius dkk (2018) dan Molyono (2023) bahwa ada tiga jenis pencatatan, yaitu data inventaris, data produksi, dan keuangan sehingga kelompok ini masih perlu meningkatkan pencatatan produksi secara rutin dan terstruktur.

#### IV. PENUTUP

Kekuatan terdiri dari: Alat dan tempat produksi dapat berfungsi dengan baik (0,530), Evaluasi kegiatan dan produksi secara berkala (0,280), Promosi offline dan online secara berkala (0,320), Konsumen dapat membeli kopi arabika dengan beberapa pilihan ukuran kemasan (0,250), Harga produk standar umum (250), Dapat didistribusikan ke berbagai wilayah karena produk tahan lama dan kemasan tidak mudah rusak (0,260).

Kelemahan terdiri dari: Produksi kopi arabika belum terjadwal dan terencana (0,211), Belum memiliki S-PIRT (0,263), Terdapat anggota yang belum melakukan produksi sesuai standar keamanan pangan (0,175), Kemasan kurang menarik dan kurang praktis (0,105), Pembukuan keuangan kopi arabika masih sederhana dan belum rutin (0,053), Belum memiliki standar operasional prosedur produksi kopi arabika (0,105).

Peluang terdiri dari: Bahan-bahan produksi mudah diperoleh dari petani kopi arabika di sekitar wilayah (0,545), Adanya monitoring dan evaluasi berkala pihak terkait pada produksi kopi arabika (0,545), Harga biji kopi sebagai bahan produksi normal (0,398), Dukungan berupa bantuan promosi dan alat produksi dari

pihak-pihak lain (0,273), Trend masyarakat yang lebih suka minum kopi natural tanpa pemanis seperti kopi arabika (0,205).

Ancaman terdiri dari: Produk serbuk kopi arabika lain dengan kemasan lebih praktis dan menarik dibandingkan produk kelompok (0,284), Produk serbuk kopi arabika lain dengan harga lebih rendah (0,227), Produk berbahan dasar tanaman lain dan dijual ke sasaran yang sama (teh, telang, dll) (0,182), Kenaikan harga kopi arabika sebagai bahan produksi (0,227), Penurunan kualitas bahan produksi yang dipengaruhi iklim (0,045).

Analisis SWOT diperoleh strategi terbaik untuk mengembangkan usaha tani pengolahan kopi arabika di Poktan Sumber Rejeki, yaitu optimalisasi promosi penetrasi pasar media sosial, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

Mengimplementasikan beberapa strategi yang telah dirumuskan, terutama strategi prioritas yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk sebagai upaya memperluas pasar produk kopi arabika sehingga mampu meningkatkan penjualan. Pendampingan dan pembinaan berbagai kegiatan Poktan Sumber Rejeki termasuk usaha tani kopi arabika secara rutin oleh pihak-pihak terkait, seperti Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL), perangkat kalurahan setempat, hingga dinas kesehatan sebagai upaya meningkatkan keterampilan, kemandirian, dan menjaga mutu produk.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dalimunthe, Hazfri. 2021. Modifikasi Proses Pengolahan Kopi Arabika Menggunakan Metode Honey Process. *Jurnal Teknik Pertanian Lampung Vol. 10, No. 3 (2021): 317-326*. Diunduh dari: [jurnal.fp.unila.ac.id](http://jurnal.fp.unila.ac.id)
- David, Fred R. dan Forest R. David. 2016. *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fattarani, A. A. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika Studi Kasus: Usaha “Kampung Kopi Gayo”, Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah Volume 2, Nomor 4, halaman: 323-332*. Diunduh dari: [www.jim.unsyiah.ac.id/JFP](http://www.jim.unsyiah.ac.id/JFP)
- Irsal Basda, Muhammad., Iskandar Hasan, Iskandar., Rasyid, Rasmeidah. 2022. Strategi Pengembangan Usaha Kopi Bubuk (Studi Kasus Usaha Home

Industri Marasa Coffee Makassar). *WIRATANI : Jurnal Ilmiah Agribisnis Vol 5 (2)*. Diunduh dari: [jurnal.agribisnis.umi.ac.id](http://jurnal.agribisnis.umi.ac.id)

Kartika, D. Y., Rifin. A., Saptono, I. T., 2017. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (Studi Kasus PT Golden Malabar). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 4 No. 2, Halaman: 212 – 219. Diunduh dari: [journal.ipb.ac.id](http://journal.ipb.ac.id)

Miftah, H. R., Yoesdiarti, A. 2020. Analisis Kelayakan Usaha Pengolahan Kopi Robusta (*Coffea Canephora*) Pada Kelompok Tani Hutan (Kth) Cibulao Hijau. *Jurnal Agribisains ISSN 2442-2541 Volume 6 Nomor 1, halaman: 29 – 34*. Diunduh dari: [ojs.unida.ac.id](http://ojs.unida.ac.id)

Pemerintah Indonesia. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia No 20 tahun 2008 yang Mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta. Sekretariat Negara.