

## **STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI DI SUMATERA BARAT**

### **STRATEGY FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF COFFEE AGRIBUSINESS DEVELOPMENT IN WEST SUMATRA**

Rahmi Awalina<sup>1\*</sup>, Ayendra Asmuti<sup>1</sup>, Zuldadan Naspendra<sup>2</sup>, Syaifuddin Islami<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Andalas

<sup>2</sup> Jurusan Tanah, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas

<sup>3</sup>Program Studi Agroteknologi, Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIPER), Sijunjung

Email: rachmeestp@gmail.com

#### **ABSTRACT**

*Indonesia is the third largest coffee exporting country in the world after Vietnam. In the current era of trade globalization, market competition is increasingly more stringent, where each country opens up their markets to one another. Therefore, we need to analyze the competitiveness and development of Indonesian coffee agribusiness. Competitiveness The analysis is performed by analyzing the comparative advantage Revealed Comparative Advantage (RCA) and competitive advantage with Diamond Porter's theoretical approach. The results show that Indonesian coffee, especially West Sumatra, has a competitive advantage, both comparative and competitive. The analysis used for produce an agribusiness development strategy is by SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). The strategy resulting from the analysis is more focused on the technical aspect and cultivation of coffee commodity development.*

*Key words : agribusiness, coffee, SWOT, strategy.*

#### **PENDAHULUAN**

Salah satu negara pengekspor terbesar keempat dunia untuk komoditi kopi adalah Indonesia dengan peran rata-rata sebesar 4,76 persen terhadap total ekspor dunia. Posisi pertama ditempati Negara Brazil dengan peran rata-rata sebesar 24,30 persen, kemudian diikuti dengan Vietnam sebesar 17,94 persen dan Colombia sebesar 10,65 persen (ICO, 2012). Ada lebih dari 50 negara tujuan ekspor kopi dari Indonesia. Negara tujuan ekspor kopi Indonesia diantara adalah Amerika Serikat dengan peran pasar rata-rata sebesar 19,35 persen dari total ekspor kopi Indonesia kemudian

diikuti oleh Jepang, Jerman dan Italia, masing-masing dengan peran pasar rata-rata sebesar 14,96; 15,88; dan 6,71 persen (Departemen Perdagangan, 2010). Tingkat konsumsi kopi per kapita masyarakat Indonesia tergolong sangat rendah bila dibandingkan dengan negara-negara pengimpor seperti masyarakat Eropa yang rata-rata mengkonsumsi kopi diatas 5 kg/kapita/tahun dan Amerika Serikat di atas 4 kg/kapita/tahun, sedangkan konsumsi kopi masyarakat Indonesia hanya sebesar 0,45 kg/kapita/tahun (International Coffee Organization, 2011).

Indonesia sebagai negara tropis disamping berpeluang untuk pengembangan produk diversifikasi kopi olahan, juga berpotensi untuk pengembangan produk industri pengolahan kopi specialties dengan berbagai rasa khas seperti: Lintong Coffee, Lampung Coffee, Java Coffee, Kintamani Coffee, Toradja Coffee. Permasalahan yang selama ini dihadapi agribisnis kopi Indonesia cukup kompleks, mulai dari hulu hingga ke hilir. Di sisi hulu, tingkat produktivitas kopi Indonesia masih rendah jika dibandingkan dengan negara produsen utama kopi dunia lainnya seperti Brazil (1.000 kg/ha/tahun), Columbia (1.220 kg/ha/tahun), Vietnam (1.540/kg/ha/thn). Produktivitas tanaman kopi di Indonesia baru mencapai 700 kg biji kopi/ha/tahun untuk Robusta dan 800 Kg biji kopi/ha/ Tahun untuk Arabika (Kemenperin, 2013). Rendahnya produktivitas kopi Indonesia disebabkan karena 95 persen kopi Indonesia berasal dari perkebunan rakyat yang umumnya belum menggunakan bibit kopi unggul, teknik budidaya yang dilakukan masih sederhana serta lambatnya dalam peremajaan tanaman, minimnya sarana dan prasarana pendukung yang mengakibatkan rendahnya mutu kopi Indonesia yang dihasilkan.

Di bagian hilir dalam hal produksi, industri hilir skala kecil memiliki keterbatasan sarana dan prasarana produksi (mesin pengolahan dan pengemasan), teknologi yang tinggi hanya dimiliki oleh industri skala menengah dan besar, selain itu industri skala kecil kurang melakukan inovasi dalam menciptakan diversifikasi berbagai produk yang saat ini jenis kopi olahan sudah banyak ragamnya dikalangan masyarakat. Total produsen kopi di Indonesia sudah mencapai 205 perusahaan, namun sebagian besar adalah perusahaan dengan usaha skala kecil yang hanya menguasai pangsa pasar

sebesar delapan persen saja (Bina UKM, 2009). Di pasar internasional, rendahnya mutu kopi Indonesia dan selera konsumen dunia yang lebih menyukai kopi jenis Arabika, sementara Indonesia hanya mampu menyumbang 27,7 persen kopi jenis Arabika dari total produksi kopi domestik, menjadi tantangan tersendiri bagi Indonesia.

Industri kopi domestik tidak hanya bertumpu pada komoditas primer semata (dalam bentuk biji kopi) tetapi juga dalam bentuk olahan kopi guna mendapatkan nilai tambah dan meningkatkan daya saing yang akan meningkatkan konsumsi domestik terhadap kopi. Pada perdagangan globalisasi saat ini, kondisi persaingan pasar semakin ketat dimana negara saling membuka pasarnya masing-masing. Pengembangan produk diversifikasi kopi olahan menjadi berbagai macam jenis kopi, seperti roasted coffee, instant coffee, coffee mix, decaffeinated coffee, soluble coffee, kopi bir (coffee beer), ice coffee mempunyai peran penting, karena dapat menjadi komoditas unggulan yang mempunyai daya saing tinggi di pasar internasional.

Sumatera Barat merupakan salah satu daerah yang memberikan kontribusi produksi kopi di Indonesia. Daerah ini termasuk dalam 10 provinsi yang menghasilkan kopi di atas 15 ribu ton per tahun. Pada tahun 2018, produksi kopi Sumatera Barat mencapai 18.317,3 ton dengan luas lahan 31.538 ha. Dalam hal produktivitas kopi di Sumatera Barat juga mengalami fluktuasi, tahun 2004 produktivitas kopi sebesar 641,54 kg/ha, kemudian terus mengalami peningkatan produktivitas hingga tahun 2015 sebesar 962 kg/ha, namun tahun 2005 hingga 2018 terus mengalami penurunan hingga 500 kg/ha (BPS, 2019). Ditinjau dari 19 kabupaten/kota di Sumatera Barat, terdapat sejumlah daerah

penghasil kopi yakni, Kabupaten Solok, Kabupaten Solok Selatan, Kabupaten Agam, Kabupaten Tanahdatar, Kabupaten Limapuluh Kota, Kabupaten Pasaman Barat dan Kabupaten Pesisir Selatan. Sentra penghasil kopi terbanyak Sumatera Barat sendiri adalah Kabupaten Solok dan Kabupaten Solok Selatan. Disamping Sumatera Barat memiliki banyak potensi untuk pengembangan komoditas kopi tetapi hal tersebut belum dapat meningkatkan produktivitas lebih baik lagi. Banyak persoalan yang dihadapi dalam pengembangan komoditi ini mulai dari hulu (ketersediaan input produksi, teknik budidaya, faktor sumberdaya daya manusia (petani), sampai kepada hilir (penanganan pasca panen dan lainnya). Hasil penelitian Putri, dkk, (2018) mengungkapkan, penggunaan faktor produksi oleh petani kopi di Kabupaten Solok seperti penggunaan pupuk masih belum optimal. Akibatnya produksi tanaman juga tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Penggunaan factor produksi yang optimal dapat meningkatkan hasil produksi dan meningkatkan pendapatan petani. Hasil penelitian Wibowo (2019), tantangan peningkatan produksi kopi dihadapkan pada masalah adanya perubahan iklim, keterbatasan lahan dan minimnya ketersediaan tenaga kerja, untuk itu perlu adanya keterlibatan dan dukungan dari pemerintah dalam peningkatan produksi kopi melalui subsidi sarana produksi, program pendampingan teknologi sistem budidaya petani dan bantuan sarana dan prasarana pendukung lainnya. Namun, tantangan pengembangan peningkatan produksi ini perlu dilihat secara menyeluruh dan kompleks dalam subsistem agribisnis. Dalam konsep agribisnis, pengembangan kopi, perlu memperhatikan

subsistem yang dapat menunjang dari pengembangan agribisnis tersebut.

Beberapa penelitian terkait daya saing kopi sudah banyak dilakukan. Diantaranya Asmarantaka (2011) melakukan penelitian mengenai daya saing ekspor kopi Indonesia dengan data time series 1989 sampai 2008. Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis daya saing secara komparatif adalah RCA sedangkan secara kompetitif adalah EPD. Hasil dari RCA menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing kopi secara komparatif dengan nilai RCA rata-rata 6,55. sedangkan secara kompetitif melalui EPD diketahui bahwa meskipun ekspor kopi dunia mengalami pertumbuhan yang menurun, namun ekspor kopi Indonesia mengalami pertumbuhan yang positif. Meryana (2007) dalam penelitiannya juga menyatakan, hasil analisis daya saing kopi robusta Indonesia di pasar internasional dengan menggunakan Revealed Comparative Advantage (RCA) yang menunjukkan bahwa industri kopi nasional memiliki keunggulan komparatif yang ditunjukkan dengan nilai RCA yang lebih dari satu, sementara hasil analisis keunggulan kompetitif yang menggunakan pendekatan Berlian Porter menunjukkan bahwa faktor sumberdaya, kondisi permintaan domestik, dan struktur pasar mendukung industri kopi dalam negeri berkembang. Strategi dianalisis dengan memakai analisis SWOT. Senada dengan Meryana (2007), Siahaan (2008) juga menganalisis daya saing kopi arabika Indonesia menyatakan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif dengan nilai RCA sebesar 2,65. Dari beberapa penelitian tersebut terdapat persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu menganalisis daya saing kopi Indonesia khususnya di Sumatera Barat secara komparatif dan kompetitif,

keunggulan komparatif menggunakan metode RCA dan kompetitif menggunakan teori Belian Porter. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis daya saing kopi secara komparatif dan kompetitif serta merumuskan strategi dalam pengembangan agribisnis kopi di Sumatera Barat.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu melalui wawancara dengan pihak-pihak terkait yaitu petani kopi, peneliti sosial ekonomi pertanian, pengusaha kopi olahan dan pihak pemerintah untuk merumuskan strategi pengembangan agribisnis kopi di Sumatera Barat. Data sekunder yang digunakan berupa data time series dalam kurun waktu 6 tahun (2008-2013). Kopi yang menjadi objek penelitian adalah biji kopi yang belum disangrai atau belum diolah dan belum dihilangkan kafeinnya. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif maupun kuantitatif. Daya saing agribisnis kopi di Indonesia secara komparatif dianalisis dengan menggunakan RCA, sedangkan kompetitif dengan alat analisis Teori Berlian Porter, serta untuk menganalisis strategi pengembangan agribisnis kopi di Sumatera Barat dengan alat analisis SWOT.

### Revealed Comparative Advantage (RCA)

Menurut Tambunan (2001), keunggulan komparatif dapat diukur salah satunya dengan menggunakan Revealed Comparative Advantage (RCA) yang membandingkan pangsa pasar ekspor sektor tertentu tersebut di pasar dunia dengan tujuan penggunaan indeks RCA dalam penelitian adalah untuk mengetahui posisi komparatif Indonesia diantara negara-negara produsen kopi lainnya di pasar kopi

internasional. Variabel yang diukur adalah kinerja ekspor suatu produk (kopi) terhadap total ekspor suatu wilayah (Indonesia) yang kemudian dibandingkan dengan pangsa nilai ekspor kopi dunia terhadap total nilai ekspor dunia. RCA dirumuskan sebagai berikut

$$RCA = \frac{X_i / X_j}{X_{iw} / X_w}$$

#### Keterangan

- X<sub>ij</sub>= Nilai ekspor komoditi i dari negara j
- X<sub>j</sub>= Total nilai ekspor negara j
- X<sub>iw</sub>= Nilai ekspor komoditi i dari dunia
- X<sub>w</sub>= Total nilai ekspor dunia

### Teori Berlian Porter

Dalam penelitian ini dianalisis kondisi kopi di Sumatera Barat ke dalam enam komponen yang terdapat dalam teori Belian Porter (Porter, 1990). Enam komponen itu adalah : (1) Kondisi Faktor, (2) Kondisi Permintaan Domestik, (3) Industri terkait dan Industri Pendukung, (4) Struktur, Persaingan dan Strategi, (5) Peran Pemerintah dan (6) Peran Kesempatan. Setelah diketahui faktor-faktor dalam Sistem Berlian Porter. Enam komponen ini nantinya akan digunakan dalam analisis SWOT.

### Analisis SWOT

Matriks SWOT merupakan alat pencocokan strategi yang dapat dilakukan berdasarkan pengembangan empat jenis strategi, yaitu SO Strategy (Strategi Kekuatan-Peluang), ST Strategy (Strategi Kekuatan-Ancaman), WO Strategy (Strategi Kelemahan-Peluang), dan WT Strategy (Strategi Kelemahan-Ancaman). SO Strategy memanfaatkan kekuatan internal dari sistem agribisnis kopi untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. ST Strategy menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. WO Strategy memperbaiki

kelemahan sistem agribisnis kopi dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. WT Strategy merupakan taktik defensive yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan sistem agribisnis kopi serta menghindari ancaman eksternal (David 2006).

Berikut ini adalah langkah-langkah dalam menyusun Matriks SWOT:

- a. Tentukan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan internal kunci agribisnis kopi di Sumatera Barat
- b. Tentukan faktor-faktor peluang dan ancaman eksternal agribisnis kopi di Sumatera Barat
- c. Tentukan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman strategis agribisnis kopi di Sumatera Barat
- d. Sesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan SO Strategy.
- e. Sesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan ST Strategy.
- f. Sesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan WO Strategy.
- g. Sesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan WT Strategy.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Analisis Keunggulan Komparatif Kopi Indonesia di Pasar Internasional**

Peningkatan daya saing kopi Indonesia di pasar internasional dapat dilihat dari keunggulan komparatifnya. Salah satu metode yang digunakan untuk menganalisis daya saing komparatif komoditas suatu negara di pasar internasional adalah dengan menggunakan metode Revealed Comparative Advantage (RCA). Nilai RCA yang lebih dari satu, mengindikasikan bahwa komoditas suatu negara tersebut memiliki daya saing yang baik di pasar internasional. Pasar ekspor kopi Indonesia merupakan pasar pengikut bila dibandingkan dengan

pasar ekspor Brazil sebagai pasar acuan. Hal ini menandakan bahwa keragaan ekspor kopi Indonesia selain ditentukan oleh produksi kopi Indonesia sangat ditentukan juga oleh keragaan kopi di Brazil.

Berdasarkan Tabel 1, nilai ekspor kopi Indonesia mengalami fluktuasi mengikuti fluktuasi nilai ekspor kopi dunia, dimana nilai ekspor rata-rata kopi Indonesia selama kurun waktu dari 2008 sampai 2013 adalah sebesar US\$ 1.047.692.429 dengan rata-rata pangsa pasar kopi Indonesia setiap tahunnya sebesar 6,44 persen. Pangsa pasar kopi Indonesia terhadap dunia tertinggi terjadi pada tahun 2013 sebesar 11,92, hal ini dikarenakan adanya penurunan ekspor kopi dunia pada tahun 2013 terhadap tahun sebelumnya sebesar 45 persen. Pangsa pasar Brazil rata-rata pada kurun waktu 2008 sampai 2013 adalah sebesar 31,08 persen, sedangkan Vietnam sebesar 12,04 persen dan Kolombia sebesar 11,6 persen. Berdasarkan hasil analisis RCA ekspor kopi di atas dapat disimpulkan Indonesia memiliki daya saing yang cenderung menurun. Nilai angka pada RCA yang di peroleh adalah lebih besar dari satu yang menunjukkan bahwa produk ekspor kopi Indonesia memiliki daya saing secara komparatif di pasar dunia, dengan nilai rata-rata RCA sebesar 5,56. Daya saing kopi Indonesia tertinggi yaitu dengan nilai RCA sebesar 8,06 yang terjadi pada tahun 2008, hal ini disebabkan kontribusi ekspor kopi Indonesia tertinggi dalam kurun waktu 2008-2013 terhadap total ekspor komoditi Indonesia di tahun tersebut yaitu sebesar 0,79 persen.

### **Analisis Keunggulan Kompetitif Kopi Di Sumatera Barat Dengan Sistem Berlian Porter**

Beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing agribisnis kopi di Sumatera Barat diantaranya adalah sumberdaya alam, sumberdaya manusia, sumberdaya ilmu pengetahuan dan teknologi, sumberdaya modal, dan sumberdaya infrastruktur. Kelima faktor sumberdaya tersebut dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Sumberdaya Alam

Sumatera Barat memiliki iklim tropis dan curah hujan yang sangat mendukung dalam pengembangan komoditas kopi. Lahan perkebunan kopi yang ada cukup luas namun tidak didukung oleh peningkatan

produktivitas yang tinggi karena kepemilikan lahan terbagi bagi sehingga kurangnya intensif dalam pemeliharaan tanaman, peremajaan tanaman tidak dilakukan dan penggunaan teknologi budidaya komoditas kopi masih sangat sederhana.

Tabel 1. Nilai Ekspor Kopi Indonesia dan Dunia serta Pangsa Pasar Kopi Indonesia Tahun 2008-2012

Tahun	Ekspor Kopi		Pangsa Pasar Indonesia (%)
	Indonesia (US\$)	Dunia (US\$)	
2008	1.081.467.000	15.018.930.709	7.20
2009	929.822.000	13.524.514.164	6.88
2010	983.998.000	16.272.481.765	6.05
2011	1.303.494.000	21.140.132.985	6.17
2012	1.566.805.000	22.705.167.103	6.90
2013	1.468.261.000	12.313.492.862	11.92
Rata-rata	1.047.692.429	14.424.959.941	6.44

Sumber: diolah dari UN Comtrade

Tabel 2. Analisis RCA Kopi Indonesia di Pasar Internasional Tahun 2008-2013

Tahun	Ekspor Kopi		Ekspor seluruh komoditas (US\$)		RCA
	Indonesia (US\$)	Dunia (US\$)	Indonesia (Xit)	Dunia (Xwt)	
2008	1.081.467.000	15.018.930.709	137.020.424.402	15.341.980.304.073	8,06
2009	929.822.000	13.524.514.164	116.509.991.781	11.943.425.234.600	7,05
2010	983.998.000	16.272.481.765	157.779.103.470	14.493.048.840.151	5,55
2011	1.303.494.000	21.140.132.985	203.496.619.185	16.838.339.215.892	5,10
2012	1.243.825.829	22.705.167.103	190.000.000.000	17.172.580.313.564	4,95
2013	1.166.188.552	12.313.492.862	167.658.259.937	14.547.648.794.565	8,22
Rata-rata	1.047.692.429	14.424.959.941	138.923.485.539	12.905.288.957.549	5,56

Sumber: diolah dari UN Comtrade

### 2. Sumberdaya Manusia

Peningkatan kualitas sumberdaya manusia sangat menentukan keberhasilan dari agribisnis kopi. Sumberdaya manusia berperan penting dalam mendukung keunggulan kompetitif dari agribisnis kopi. Sebagian besar perkebunan kopi adalah perkebunan rakyat, tenaga kerja yang dipakai dalam budidaya kopi adalah tenaga kerja mulai dari persiapan lahan, penanaman tanaman pelindung kopi, pemeliharaan dan pengendalian hama, pemanenan serta pengolahan yang kesemuanya dilakukan oleh petani secara tradisional. Petani sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan produksi dan dapat menentukan keberhasilan agribisnis

kopi, seharusnya memiliki keunggulan yang kompetitif. Namun saat ini, penerapan inovasi yang dilakukan oleh petani kopi belum banyak, terutama dalam pengelolaan budidaya kopi yang sesuai dengan teknik budidaya yang baik (Good Agriculture Practice/GAP). Kondisi ini memberikan dampak terhadap lambatnya proses transformasi ilmu pengetahuan dan teknologi dari ahli kopi dan lembaga penelitian ataupun penyuluh kepada petani (Nalurita et al., 2014).

### 3. Sumberdaya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Sumber daya ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan faktor penentu yang sangat penting bagi upaya peningkatan daya

saing industri kopi. Perlunya penguasaan teknologi mulai dari hulu sampai ke hilir (pra panen, panen sampai dengan pasca panen) merupakan faktor utama dalam meningkatkan produktivitas dan mutu kopi, yang pada akhirnya berdampak dengan adanya peningkatan daya saing industri kopi di Sumatera Barat. Selain itu juga penerapan teknologi informasi diharapkan mampu menyebarkan informasi yang dibutuhkan bagi para pelaku dan konsumen produk kopi. Tingkat penggunaan teknologi yang dilakukan oleh petani kopi masih sangat rendah. Rendahnya penggunaan teknologi tersebut dikarenakan proses transfer ilmu pengetahuan dan teknologi dari ahli kopi dan lembaga penelitian ataupun penyuluh kepada petani sangat lambat. Oleh karena itu, harus adanya kerjasama dalam membangun informasi antara lembaga penelitian pengembangan kopi dengan petani kopi.

#### 4. Sumberdaya Modal

Sumberdaya modal untuk investasi di industri kopi berupa investasi yang berbadan hukum seperti PMA, PMDN, BUMN, BUMD dan Koperasi. Permodalan dalam usaha perkebunan kopi masih dirasakan sangat kurang. Hal ini disebabkan oleh belum adanya sertifikasi terhadap kepemilikan lahan, serta tidak adanya kredit bantuan dari Pemerintah dengan pemberian bunga ringan serta sifat dari produk pertanian yang hasil produksinya tidak pasti atau tergantung terhadap keadaan alam. Hal demikian yang ditakutkan oleh sebagian besar lembaga permodalan karena takut modal yang diberikan tidak akan kembali atau dapat kembali tetapi dalam jangka waktu yang lama. Selain dari itu minat investor asing masih kurang karena terkait masalah perburuhan, perpajakan dan kebijakan pemerintah yang dinilai tidak konsisten.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa sumberdaya modal belum mendukung penuh adanya peningkatan daya saing kopi.

#### 5. Sumberdaya Infrastruktur

Sumber daya infrastruktur merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan bagi upaya peningkatan daya saing industri. Sarana dan prasarana fisik meliputi sarana dan prasarana budidaya kopi, sarana dan prasarana penyimpanan dan pengangkutan, transportasi (jalan) dan telekomunikasi. Sarana dan prasarana tersebut merupakan syarat mutlak bagi pengembangan industri kopi nasional. Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan (2006), keadaan prasarana yang mendukung industri kopi saat ini mulai dari tempat produksi hingga ke pelabuhan (jalan, alat angkutan, listrik dan energi) masih kurang memadai dan minim khususnya di luar pulau Jawa. Maka, dapat disimpulkan secara keseluruhan keadaan dari sarana dan prasarana yang ada belum dapat mendukung industri kopi yang berdaya saing.

#### **Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Di Sumatera Barat**

Alat analisis yang digunakan adalah dengan metode SWOT. Langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi informasi menjadi dua kelompok, yaitu informasi yang termasuk ke dalam lingkup internal, dan informasi yang termasuk ke dalam lingkup eksternal. Selanjutnya, dilakukan identifikasi kekuatan dan kelemahan yang berasal dari lingkup internal. Analisis Komponen Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Tahap pertama yang dilakukan dalam perumusan strategi adalah dengan melakukan identifikasi pada tiap komponen tersebut untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, hasil identifikasi tersebut menjadi komponen SWOT.

Perumusan Strategi dengan Matriks SWOT Tahap selanjutnya adalah merumuskan strategi berdasarkan analisis komponen kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang telah di analisis sebelumnya. Dalam merumuskan strategi pengembangan agribisnis kopi Sumatera Barat, alat analisis yang digunakan adalah Matriks SWOT. Strategi yang dihasilkan dari Matriks SWOT adalah strategi S-O yaitu menggunakan

kekuatan dari agribisnis kopi Indonesia untuk memanfaatkan peluang yang ada, strategi WO yaitu memanfaatkan peluang untuk meminimalkan kelemahan dari agribisnis kopi Sumatera Barat, strategi S-T yaitu menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, dan strategi W-T yaitu meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Tabel 3. Matriks SWOT Agribisnis Kopi di Sumatera Barat

	<p><b>Kekuatan (Strength-S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumatera Barat memiliki iklim tropis dan curah hujan yang sangat mendukung untuk perkembangan komoditas kopi</li> <li>2. Kemudahan memperoleh bibit</li> <li>3. Penyerapan tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak</li> <li>4. Teknologi pengolahan kopi berkembang pesat</li> <li>5. Meningkatnya luas areal perkebunan kopi</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (Weaknesses-W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penguasaan ilmu dan penggunaan teknologi oleh petani kopi masih dikatakan rendah</li> <li>2. Permodalan dalam usaha perkebunan kopi masih dirasakan kurang.</li> <li>3. Kurangnya sarana dan prasarana pendukung industri kopi</li> <li>4. Konsumsi konsumen terhadap kopi perkapita masih sangat rendah</li> <li>5. Ekspor masih dalam bentuk biji kopi (bahan baku)</li> <li>6. Rantai pemasaran yang sangat panjang</li> </ol>
<p><b>Peluang (Opportunities-O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya bermunculan usaha/kafe kopi olahan</li> <li>2. Terdapat alokasi dana untuk rehabilitasi dan peremajaan tanaman kopi</li> <li>3. Adanya penyuluhan, riset bibit unggul dan pelepasan varietas unggul</li> <li>4. Banyak memiliki kelompok kopi spesial</li> <li>5. Perdagangan bebas</li> </ol>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan konsumsi domestik (S4,O1,O2,O5)</li> <li>2. Meningkatkan produksi arabika dan kopi spesial (S1,S2,S3,S4,S5,O3,O4,O5)</li> <li>3. Penguatan kelembagaan atau kelompok petani kopi (S2,S4,O2,O3,O4,O6)</li> </ol>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelatihan teknologi di tingkat petani dan industri kelas kecil dan menengah (W1,O4,O5,O6)</li> <li>2. Adanya lembaga yang memfasilitasi penjualan langsung dari petani ke industri (W6,O2,O3,O5)</li> <li>3. Perbaikan infrastruktur guna memperlancar proses distribusi (W3,O3)</li> </ol>
<p><b>Ancaman (Threats-T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasar kopi olahan domestik mengarah pada pasar monopolistik</li> <li>2. Adanya standar nasional</li> </ol>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas biji kopi guna meningkatkan kualitas kopi olahan dalam negeri (S1,S2,S3,S4,T1,T2,T3,T4)</li> <li>2. Banyaknya Inovasi produk kopi Olahan (S4,T1,T2)</li> </ol>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <p>Kegiatan ekspor kopi dalam bentuk kopi olahan (W5, T1,T2)</p>



### KESIMPULAN

1. Berdasarkan analisis daya saing menggunakan RCA (indeks RCA rata-rata sebesar 6,54) secara komparatif kopi Indonesia memiliki daya saing di pasar internasional. Berdasarkan analisis Berlian Porter, kopi juga memiliki keunggulan secara komparatif yang didukung oleh kondisi faktor (sumberdaya alam, modal, tenaga kerja, IPTEK), industri terkait dan pendukung, serta peran dukungan dari pemerintah.
2. Strategi peningkatan daya saing yang dihasilkan melalui analisis Matriks SWOT lebih banyak mengacu pada aspek teknis dan budidaya pengembangan komoditas kopi di Sumatera Barat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka RW. 2011. Analisis Daya saing Ekspor Kopi Indonesia. Di dalam : Baga LM, Fariyanti A, Jahroh S. Kewirausahaan dan Daya saing Agribisnis. Bogor : IPB Pr. Hlm 79-93.
- Bina UKM. 2011. <http://binaukm.com>
- Badan Pusat Statistik. (2019). Statistik Kopi Indonesia 2018. Jakarta: Badan Pusat Statistik (BPS). *Agroindustri*, 7(3), 189–197. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2018.007.03.7>
- Departemen Perdagangan. 2010. Indonesian Foreign Trade In Brief. Ditjen Perdagangan Luar Negeri, Jakarta.
- [ICO] International Coffee Organization. 2011. Coffee Market Report. <http://www.ico.org>. (9 November 2012)
- Meryana, E. 2007. Analisis Daya saing Kopi Robusta Indonesia di Pasar Internasional. Skripsi. Program Sarjana Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Siahaan, Jummy A. 2008. Analisis Daya saing Komoditas Kopi Arabika Indonesia di Pasar Internasional. Skripsi. Program Studi Ekonomi Pertanian dan Sumberdaya. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Putri, A., Yusmani, Y., Paloma, C., & Zakir, Z. (2018). Kinerja Faktor Produksi Kopi Arabika (*Coffea arabica* L.) di Lembah Gumanti, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri* (3), 189–197. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2018.007.03.7>