

Strategi Pengembangan Usahatani Kopi untuk Meningkatkan Produktivitas di Desa Aek Sabaon, Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan

Syaputra Hidayat Pulungan¹, Rosni², Alvin Pratama³

Jurusan Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan^{1,2,3}
syaputrahidayat81@gmail.com¹, rosnihamzah75@gmail.com², alvnprtm21@gmail.com

ABSTRACT

Aek Sabaon Village in Marancar District, South Tapanuli Regency, North Sumatra, has a coffee plantation area of 18 hectares, but its productivity remains low due to high fertilizer prices, pest infestations, and conventional farming techniques. This research aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in coffee farming development and formulate strategies to enhance productivity and farmers' welfare. The research employs SWOT analysis to develop coffee farming strategies in Aek Sabaon Village. Internal and external factors are analyzed using the IFAS and EFAS Matrices, which are then used to formulate SO, WO, ST, and WT strategies. The results show an IFAS score of 3.00 and an EFAS score of 3.12, with strengths and opportunities being more dominant than weaknesses and threats. The recommended strategies include optimizing topography, expanding farmland, utilizing infrastructure, digital marketing, international market expansion, and providing training and empowerment programs for farmers to improve productivity and competitiveness.

Keywords: *coffee, development, farmers, productivity, strategy*

ABSTRAK

Desa Aek Sabaon di Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara memiliki lahan kopi seluas 18 hektare, tetapi produktivitasnya masih rendah akibat mahalnya harga pupuk, serangan hama, dan teknik budidaya konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) serta merumuskan strategi pengembangan usahatani kopi guna meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan usahatani kopi di Desa Aek Sabaon. Faktor internal dan eksternal dianalisis melalui Matriks IFAS dan EFAS, yang hasilnya digunakan untuk menyusun strategi SO, WO, ST, dan WT. Hasil penelitian menunjukkan skor IFAS 3,00 dan EFAS 3,12 dengan kekuatan dan peluang lebih dominan dibandingkan kelemahan dan ancaman. Strategi yang direkomendasikan mencakup optimalisasi topografi, ekspansi lahan, pemanfaatan infrastruktur, pemasaran digital, ekspansi pasar internasional, serta pelatihan dan pemberdayaan petani untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing

Kata Kunci: kopi, pengembangan, petani, produktivitas, strategi

I. Pendahuluan

Indonesia, sebagai negara beriklim tropis dengan tanah yang subur memiliki potensi besar dalam sektor pertanian, termasuk budidaya kopi (Amanda & Rosiana, 2023). Menurut data yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun (2023), luas lahan perkebunan kopi di Indonesia mencapai 1.266,85 ribu hektar dengan total produksi sekitar 758,73 ribu ton per tahun. Dua jenis kopi utama yang dibudidayakan adalah robusta dan arabika dengan dominasi kopi robusta yang mencapai 73% dari total produksi nasional (Simbolon, 2024). Tingginya produksi kopi di Indonesia menjadikannya salah satu eksportir kopi terbesar di dunia. Indonesia menempati peringkat keempat sebagai produsen kopi terbesar setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia (Suherman et al., 2023). Dibandingkan dengan komoditas perkebunan lainnya seperti karet atau kelapa sawit, kopi memiliki keunggulan dalam hal diversifikasi pasar, karena tingginya permintaan baik di pasar domestik maupun internasional yang terus meningkat setiap tahunnya (Putri et al., 2024).

Sebagai salah satu produk perkebunan yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, kopi memberikan sumbangan yang berarti terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sektor perkebunan. Pada tahun 2022, tanaman kopi memberikan sumbangan sebesar 16,15 persen terhadap total PDB perkebunan di Indonesia (Alfareza & Ichsan, 2024). Kopi memiliki lima pusat produksi utama, yaitu Provinsi Sumatera Selatan, Lampung, Sumatera Utara, Aceh, dan Jawa Timur. Sumatera Utara merupakan salah satu produsen unggulan kopi arabika dan robusta di dunia, dengan luas lahan mencapai 98.592 hektare pada tahun 2023 dan total produksi sebesar 89.610 ton, atau sekitar 10% dari produksi kopi nasional (Martauli & Gracia, 2021). Daerah penghasil kopi terbesar di Sumatera Utara meliputi Kabupaten Karo, Toba, Tapanuli, dan Dairi (Ginting et al., 2022).

Berdasarkan total produksinya, Provinsi Sumatera Utara menyumbang sekitar 12% dari produksi kopi nasional. Angka tersebut menjadikannya sebagai salah satu daerah penghasil kopi terbesar di Indonesia (Dian et al., 2024). Ketersediaan produksi kopi di wilayah ini memberikan kontribusi krusial bagi perekonomian masyarakat, terutama dalam sektor pengolahan dan jasa. Selain itu, kondisi geografis yang mendukung dengan suhu dan curah hujan yang seimbang mendorong pertumbuhan kopi yang optimal. Pada tahun 2023, produktivitas kopi di Sumatera Utara mencapai 0,90 ton per hektare (Saragi et al., 2021).

Desa Aek Sabaon terletak di Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan telah lama dikenal sebagai salah satu penghasil kopi di wilayah tersebut. Berdasarkan data desa, luas wilayah Desa Aek Sabaon mencapai 25 hektare dengan jumlah penduduk sebanyak 183 keluarga. Luas kebun kopi di desa ini sekitar 18 hektare (Hasibuan et al., 2023). Desa Aek Sabaon memiliki potensi besar sebagai penghasil kopi karena terletak di Kecamatan Marancar, yang berada pada ketinggian 100–1.850 mdpl. Jenis kopi yang dibudidayakan masyarakat umumnya terdiri dari Kopi Arabika (*Coffea arabica*) dan Kopi Robusta (*Coffea canephora*). Namun, produktivitas kopi di desa ini masih tergolong rendah dengan hasil panen hanya sekitar 2 ton per hektare, sedangkan rata-rata produktivitas kopi petani di Indonesia mencapai 3–4 ton per hektare.

Berdasarkan observasi awal, strategi pengembangan perlu diterapkan untuk meningkatkan produktivitas usahatani di Desa Aek Sabaon, mengingat hasil produksi masih tergolong kecil. Hal ini disebabkan oleh mahalnya harga pupuk, serangan hama, serta dampak El Niño, yang telah menyebabkan gagal panen raya selama dua tahun terakhir. Hama yang menyerang pohon kopi di Desa Aek Sabaon adalah Penggerek Buah Kopi (PBKo), yang menyebabkan kerusakan pada buah, menurunkan kualitas hasil panen, serta mengurangi produksi kopi. Selain itu, harga pupuk yang sebelumnya Rp450.000 per sak kini meningkat menjadi Rp600.000 per sak, sehingga semakin membebani petani. Upaya penanggulangan oleh pemerintah setempat dilakukan melalui program Penyuluhan Pertanian Lapangan (PPL). Namun, menurut hasil penelitian Ermawati et al. (2023),

efektivitas program PPL masih rendah akibat keterbatasan frekuensi pelaksanaan dan kurangnya pendampingan yang berkelanjutan kepada petani.

Meskipun Desa Aek Sabaon, Kecamatan Marancar dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kopi terbesar di Kabupaten Tapanuli Selatan, produktivitas kopinya masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan daerah penghasil kopi lainnya di Sumatera Utara, seperti Kabupaten Mandailing Natal atau Dairi. Salah satu penyebabnya adalah masih digunakannya teknik budidaya konvensional dari tahap penanaman hingga pascapanen, ditambah dengan kurangnya pemahaman petani mengenai sumber benih bersertifikat serta masih digunakannya benih hasil penyemaian sendiri, yang secara langsung berkontribusi pada rendahnya mutu dan hasil produksi kopi. Selain itu, kurangnya pengetahuan mengenai metode bercocok tanam yang baik serta fluktuasi harga kopi menjadi tantangan utama yang dihadapi para petani. Akibatnya, banyak petani kesulitan dalam mengembangkan usaha mereka dan kurang memperhatikan perawatan tanaman kopi mereka.

Berbagai tantangan yang dihadapi petani kopi, seperti penerapan teknik pertanian konvensional, kurangnya pemahaman tentang praktik pertanian yang baik, serta fluktuasi harga kopi, menuntut adanya strategi pengembangan usahatani yang lebih efektif di Desa Aek Sabaon, Kecamatan Marancar, Tapanuli Selatan. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan petani kopi di Desa Aek Sabaon, Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan melalui analisis SWOT serta mengidentifikasi strategi pengembangan yang dapat diterapkan guna meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani kopi di daerah tersebut.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan usahatani kopi di Desa Aek Sabaon, Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan. Dalam pengumpulan data, penelitian dilaksanakan di Desa Aek Sabaon yang secara astronomis terletak pada 1°31'10" LU dan 99°13'16" BT. Penelitian ini dilakukan pada Januari hingga Februari 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah 60 petani kopi yang tinggal di Desa Aek Sabaon. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling atau sampling jenuh, yaitu seluruh populasi dijadikan sampel karena jumlahnya kurang dari 100 orang. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode, yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan tertulis kepada petani kopi untuk memperoleh data primer, observasi lapangan dengan mengamati secara langsung kondisi usahatani kopi, teknik budidaya yang diterapkan, serta faktor-faktor yang memengaruhi produktivitas; dan wawancara dengan petani kopi serta pihak terkait seperti kepala desa, penyuluh pertanian, dan pedagang kopi di Desa Aek Sabaon. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

1. Menentukan faktor eksternal serta internal dengan menggunakan matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Faktor Analysis Summary* (EFAS)

Menurut Angelina (2023), penentuan faktor strategi internal dilakukan dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, memberi bobot berdasarkan tingkat kepentingannya (1,0 hingga 0,0), serta memberikan rating (1–4) sesuai dampaknya. Skor pembobotan diperoleh dari perkalian bobot dengan rating, dengan total skor dalam Matriks IFAS berkisar antara 1,0 hingga 4,0. Jika total skor di bawah 2,5, perusahaan dinilai lemah secara internal, sedangkan di atas 2,5 menunjukkan kondisi internal yang kuat. Sementara itu, faktor strategi eksternal ditentukan dengan menyusun peluang dan ancaman, memberi bobot (1,0 hingga 0,0), serta menetapkan rating (1–4) dengan prinsip peluang bernilai positif dan ancaman sebaliknya. Skor pembobotan dihitung dengan metode yang sama, menghasilkan total skor dalam Matriks EFAS.

Skor 4,0 menandakan respons optimal terhadap peluang dan ancaman, sedangkan 1,0 menunjukkan strategi yang kurang efektif dalam menghadapi faktor eksternal.

2. Analisis Strategi SWOT

Dalam penelitian ini, analisis SWOT diterapkan untuk merumuskan strategi pengembangan usahatani kopi di Desa Aek Sabaon, Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan. Pendekatan ini mengacu pada logika yang bertujuan untuk mengoptimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), sekaligus meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Keempat faktor strategis ini perlu dianalisis berdasarkan kondisi terkini guna menentukan strategi yang tepat dalam meningkatkan produktivitas usahatani kopi.

Tabel 1. Analisis SWOT

Faktor Eksternal \ Faktor Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	Strategi (SO)	Strategi (WO)
Opportunity (O)	= Strengths weight score + Opportunities weight score	= Weaknesses weight score + Opportunities weight score
	Strategi (ST)	Strategi (WT)
	Threats (T)	
	= Strengths weight score + Threats weight score	= Weaknesses weight score + Threats weight score

Sumber : Khoironi (2023)

3. Matriks SWOT

Setelah menghitung nilai masing-masing faktor internal dan eksternal, langkah selanjutnya adalah menempatkan nilai-nilai tersebut dalam Matriks *Grand Strategy* untuk menentukan strategi yang paling tepat dalam pengembangan usahatani kopi. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mengoptimalkan usaha menuju kinerja yang lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan, sesuai dengan kondisi yang ada. Langkah berikutnya adalah merumuskan strategi berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal dengan menggunakan Matriks SWOT.

Analisis *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS) dilakukan dengan menghitung selisih antara *Strength* (S) dan *Weakness* (W) serta *Opportunity* (O) dan *Threat* (T). Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk menyusun empat strategi utama, yaitu:

- Strategi SO (*Strength-Opportunities*), yaitu memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang.
- Strategi WO (*Weakness-Opportunities*), yaitu mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
- Strategi ST (*Strength-Threats*), yaitu menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman.
- Strategi WT (*Weakness-Threats*), yaitu meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

III. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1) Tahap Input

a) Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Dari data yang diperoleh, dilakukan analisis matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), yang mencakup kekuatan dan kelemahan perusahaan. Rating dalam analisis ini diperoleh dari 60 responden petani kopi.

Tabel 2. Matriks Evaluasi IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No	Faktor Internal Petani Kopi Kekuatan (<i>Strength</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Topografi yang sesuai untuk pertumbuhan kopi	0,11	3,38	0,39
2	Kopi memiliki cita rasa yang khas	0,13	3,98	0,54
3	Kepemilikan lahan sendiri	0,12	3,42	0,39
4	Masa produksi kopi jangka panjang	0,13	3,93	0,52
5	Infrastruktur transportasi yang memadai	0,11	3,37	0,38
6	Luas lahan yang memadai	0,12	3,48	0,41
	Total Kekuatan	0,73		2,63
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1	Kurangnya modal petani	0,05	1,53	0,08
2	Penggunaan teknologi budidaya yang masih konvensional	0,04	1,23	0,05
3	Petani kurang mengetahui tempat penyediaan dan penggunaan bibit bersertifikat dan masih menggunakan bibit dari penyemaian sendiri.	0,05	1,35	0,06
4	Petani masih kurang menguasai dalam praktik budidaya kopi yang baik	0,05	1,42	0,07
5	Sistem pengeringan biji kopi masih mengandalkan sinar matahari	0,04	1,20	0,05
6	Kurang peran dan penyuluhan pertanian	0,05	1,35	0,06
	Total Kelemahan	0,27		0,37
	Total Keseluruhan	1,00		3,00

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis faktor internal perusahaan menunjukkan bahwa skor kekuatan (*Strength*) sebesar 2,63, sedangkan skor kelemahan (*Weakness*) sebesar 0,37 dengan total skor *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) sebesar 3,00. Faktor kekuatan dengan skor tertinggi adalah kopi yang memiliki cita rasa khas, yaitu 0,54. Sementara itu, kelemahan terbesar ditunjukkan oleh dua komponen yang memiliki skor sama, yakni penggunaan teknologi budidaya yang masih konvensional dan sistem pengeringan biji kopi yang masih mengandalkan sinar matahari, masing-masing dengan skor sebesar 0,05.

b) Matriks Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Adapun instrumen matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS) dari hasil penelitian mengenai strategi pengembangan usahatani kopi untuk meningkatkan produktivitas di Desa Aek Sabaon, Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Matriks Evaluasi EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

No	Faktor Eksternal Petani Kopi Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Adanya bantuan bibit kopi dari pemerintah	0,09	3,42	0,32
2	Permintaan kopi sangat tinggi karena banyak diminati masyarakat luas	0,10	3,87	0,40
3	Merupakan komoditas unggulan	0,09	3,52	0,33
4	Pasar yang masih terbuka baik domestik maupun luar negeri	0,10	3,62	0,35

5	Adanya fasilitas UMKM oleh lembaga-lembaga keuangan dengan bunga yang kecil	0,09	3,50	0,33
6	Kelompok tani yang banyak	0,10	3,70	0,37
7	Gaya hidup minum kopi yang berkembang di masyarakat	0,10	3,65	0,36
8	Pemanfatan teknologi Informasi dalam pemasaran kopi	0,10	3,62	0,35
Total Peluang		0,78		2,82
Ancaman (Threats)				
1	Peralihan budidaya ke komoditas lain yang dianggap lebih menguntungkan	0,04	1,65	0,07
2	Iklim yang tidak menentu	0,04	1,52	0,06
3	Munculnya produk-produk biji kopi dari wilayah lain	0,03	1,12	0,03
4	Harga kopi yang fluktuatif	0,03	1,18	0,04
5	Kenaikan harga pupuk	0,04	1,37	0,05
6	Pertumbuhan ekonomi yang tidak pasti	0,04	1,33	0,05
Total Ancaman		0,22		0,31
Total Keseluruhan		1,00		3,12

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 8 peluang dan 6 ancaman dalam analisis faktor eksternal. Skor peluang mencapai 2,82, sementara skor ancaman sebesar 0,31, menunjukkan bahwa peluang lebih dominan dibandingkan ancaman. Hasil keseluruhan dari *External Factor Analysis Summary* (EFAS) adalah 3,12. Faktor peluang dengan skor tertinggi adalah tingginya permintaan kopi karena banyak diminati masyarakat luas, dengan skor 0,40. Sementara itu, faktor ancaman terbesar ditunjukkan oleh peralihan budidaya ke komoditas lain yang dianggap lebih menguntungkan, dengan skor sebesar 0,07.

2) Tahap Matching

a) Matriks *Grand Strategy*

Setelah diketahui nilai masing-masing faktor internal dan eksternal, langkah selanjutnya adalah menempatkan nilai-nilai tersebut pada Matriks *Grand Strategy*.

Tabel 4. Hasil Analisis SWOT

Internal Eksternal	Strength (S)	Weakness (W)
	Opportunity (O)	Threats (T)
	SO = S + O SO = 2,63 + 2,82 SO = 5,45	WO = W + O WO = 0,37 + 2,82 WO = 3,19
	ST = S + T ST = 2,63 + 0,31 ST = 2,94	WT = W + T WT = 0,37 + 0,31 WT = 0,68

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai kombinasi strategi SWOT sebagai berikut:

1. *Strength – Opportunity* (SO) dengan skor 5,45 bertujuan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang yang ada. Upaya yang dapat dilakukan meliputi pengoptimalan lahan dengan bantuan bibit berkualitas dari pemerintah guna meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi, serta memanfaatkan cita rasa khas kopi sebagai daya tarik utama dalam memenuhi permintaan pasar domestik dan internasional. Selain itu, penggunaan lahan sendiri dan masa produksi yang

panjang dapat menciptakan stabilitas produksi serta menjadikan kopi sebagai komoditas unggulan yang kompetitif. Infrastruktur transportasi yang baik juga dimanfaatkan untuk memperluas distribusi kopi, sementara akses fasilitas UMKM dengan bunga rendah dan kerja sama dengan kelompok tani dapat memperkuat jaringan produksi serta pemasaran.

2. Strategi *Weakness-Opportunity (WO)* dengan skor 3,19 bertujuan untuk meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang yang ada. Upaya yang dapat dilakukan meliputi pemanfaatan bantuan bibit bersertifikat dari pemerintah guna meningkatkan kualitas dan produktivitas kopi, serta mengakses fasilitas pinjaman UMKM dengan bunga rendah untuk meningkatkan modal usaha, membeli peralatan modern, dan meningkatkan kapasitas produksi. Selain itu, jaringan kelompok tani dapat dimanfaatkan sebagai wadah berbagi pengetahuan, pelatihan, dan praktik budidaya kopi yang baik (*Good Agricultural Practices*). Pengadopsian teknologi informasi untuk pemasaran digital juga menjadi solusi agar petani dapat menjual langsung ke konsumen dan mengurangi ketergantungan pada sistem distribusi tradisional. Lebih lanjut, tingginya permintaan kopi dan pasar yang terbuka dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan, yang kemudian dapat diinvestasikan dalam teknologi budidaya modern guna meningkatkan efisiensi produksi.
3. Strategi *Strength – Threat (ST)* dengan skor 2,94 bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan dalam menghadapi ancaman. Upaya yang dapat dilakukan meliputi optimalisasi lahan yang sesuai untuk budidaya kopi serta penerapan sistem tumpang sari atau diversifikasi tanaman guna mengurangi risiko gagal panen akibat perubahan iklim. Keunggulan cita rasa khas kopi dapat dimanfaatkan sebagai daya saing utama untuk menarik konsumen lokal maupun internasional agar mampu bersaing dengan produk kopi dari wilayah lain. Selain itu, kepemilikan lahan sendiri dan masa produksi kopi yang panjang dapat menciptakan stabilitas produksi sehingga tetap bertahan dalam kondisi harga yang fluktuatif. Infrastruktur transportasi yang baik juga dapat dimanfaatkan untuk mencari sumber pupuk alternatif dengan harga lebih terjangkau atau bekerja sama dengan kelompok tani dalam pembelian pupuk secara kolektif. Sebagai langkah antisipasi terhadap ketergantungan pada satu komoditas, sebagian lahan dapat digunakan untuk menanam komoditas lain yang lebih menguntungkan, tanpa meninggalkan produksi kopi sebagai komoditas utama.
4. Strategi *Weakness – Threat (WT)* dengan skor 0,68 bertujuan untuk meminimalkan kelemahan guna menghindari ancaman. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah membentuk kelompok tani agar dapat mengakses pinjaman modal berbunga rendah dari lembaga keuangan atau program pemerintah serta melakukan pembelian pupuk secara kolektif untuk mengurangi biaya. Selain itu, adopsi teknologi budidaya modern seperti irigasi tetes, alat pengering biji kopi, dan sistem pemantauan cuaca dapat meningkatkan efisiensi serta mengurangi ketergantungan pada kondisi iklim. Kerja sama dengan pemerintah, lembaga swasta, atau universitas dalam penyelenggaraan pelatihan dan penyuluhan mengenai penggunaan bibit bersertifikat serta praktik budidaya kopi yang baik (*Good Agricultural Practices*) juga menjadi strategi penting. Penggunaan teknologi pengeringan modern, seperti mesin pengering, dapat membantu mengatasi ketergantungan pada sinar matahari serta meningkatkan kualitas biji kopi, terutama saat musim hujan. Selain itu, peningkatan peran penyuluh pertanian dalam memberikan pendampingan teknis dan insentif bagi petani kopi juga diperlukan agar mereka tetap bertahan di sektor kopi, meskipun ada godaan untuk beralih ke komoditas lain.

Berdasarkan hasil perhitungan kombinasi matriks SWOT di atas, maka strategi yang paling dominan digunakan untuk strategi pengembangan usahatani kopi untuk meningkatkan produktivitas di desa Aek Sabaon Kecamatan Marancar Kabupaten Tapanuli Selatan yaitu strategi

SO	dengan	total	nilai	5,24.
----	--------	-------	-------	-------

Tabel 5. Hasil Matriks SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal			Weakness (W)
	Strength (S) 1. Topografi yang sesuai untuk pertumbuhan kopi. 2. Kopi memiliki cita rasa yang khas. 3. Kepemilikan lahan sendiri. 4. Masa produksi kopi jangka panjang. 5. Infrastruktur yang memadai. 6. Luas lahan yang memadai.		1. Kurangnya modal petani. 2. Penggunaan teknologi budidaya yang masih konvensional. 3. Petani kurang mengetahui penyediaan dan penggunaan bibit bersertifikat dan masih menggunakan bibit dari penyemaian sendiri. 4. Petani masih kurang menguasai dalam praktik budidaya kopi yang baik. 5. Sistem pengeringan biji kopi masih mengandalkan sinar matahari. 6. Kurang peran dan penyuluhan pertanian.
	Opportunity (O) 1. Adanya bantuan kopi dari pemerintah. 2. Permintaan kopi sangat tinggi karena banyak diminati masyarakat luas. 3. Merupakan Komoditas unggulan. 4. Pasar yang masih terbuka baik domestik maupun luar negeri. 5. Adanya fasilitas UMKM oleh lembaga-lembaga keuangan dengan bunga yang kecil. 6. Kelompok tani yang banyak. 7. Gaya hidup minum kopi yang berkembang di masyarakat. 8. Pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran kopi.	Strategi (SO) 1. Memanfaatkan lahan dan bibit berkualitas untuk meningkatkan produktivitas kopi. 2. Menjadikan keunikan rasa kopi sebagai daya tarik pasar domestik dan internasional. 3. Memanfaatkan lahan sendiri dan produksi jangka panjang untuk daya saing kopi. 4. Menggunakan infrastruktur transportasi untuk memperluas pasar kopi. 5. Memanfaatkan fasilitas UMKM dan kelompok tani. 6. Menargetkan tren konsumsi kopi melalui media sosial dan platform digital. 7. Menggunakan <i>e-commerce</i> dan <i>marketplace</i> untuk memperluas pemasaran dan membangun merek kopi.	Strategi (WO) 1. Memanfaatkan bantuan pemerintah untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas kopi. 2. Menggunakan pinjaman UMKM berbunga rendah untuk membeli peralatan dan meningkatkan produksi. 3. Berbagi pengetahuan dan pelatihan guna menerapkan praktik budidaya kopi yang baik. 4. Mengadopsi teknologi untuk menjual langsung ke konsumen dan mengurangi perantara. 5. Memanfaatkan tingginya permintaan kopi untuk meningkatkan pendapatan dan investasi. 6. Mengembangkan kopi kemasan dan siap minum agar lebih bernilai dan sesuai tren pasar. 7. Bekerja sama dengan berbagai pihak untuk edukasi bibit, budidaya, dan pengeringan. 8. Menggunakan mesin pengering untuk meningkatkan kualitas dan mengurangi ketergantungan pada cuaca.

-
8. Memaksimalkan luas lahan untuk memenuhi permintaan pasar.
-

Threats (T)

1. Peralihan budidaya ke komoditas lain yang dianggap lebih menguntungkan.
2. Iklim yang tidak menentu.
3. Munculnya produk-produk biji kopi dari wilayah lain.
4. Harga kopi yang fluktuatif.
5. Kenaikan harga pupuk
6. Pertumbuhan ekonomi yang tidak pasti.

Strategi (ST)

1. Mengelola lahan dengan sistem tumpang sari untuk mengurangi risiko gagal panen akibat perubahan iklim.
 2. Memanfaatkan cita rasa khas kopi sebagai daya saing.
 3. Menggunakan lahan sendiri dan masa produksi panjang untuk menghadapi fluktuasi harga.
 4. Memanfaatkan infrastruktur transportasi untuk mendapatkan pupuk lebih murah.
 5. Menanam tanaman lain tanpa meninggalkan produksi kopi.
 6. Memanfaatkan masa produksi kopi yang panjang.
-

Strategi (WT)

1. Membentuk kelompok tani untuk akses pinjaman modal dan pembelian pupuk kolektif.
 2. Menggunakan irigasi tetes, alat pengering, dan pemantauan cuaca untuk meningkatkan efisiensi.
 3. Bekerja sama dengan pemerintah dan akademisi untuk edukasi bibit bersertifikat.
 4. Menggunakan mesin pengering untuk meningkatkan kualitas biji kopi.
 5. Memperkuat peran penyuluh pertanian agar petani tetap bertahan di sektor kopi.
 6. Mengolah kopi menjadi produk bernilai tambah dan mencari pasar alternatif.
-

Hasil Matriks SWOT menunjukkan petani kopi di Desa Aek Sabaon berada pada strategi *Strength-Opportunity* (SO), yaitu memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang. Strategi ini diterapkan untuk meningkatkan produktivitas usahatani dengan mengoptimalkan lahan yang sesuai untuk budidaya kopi melalui bantuan bibit berkualitas dari pemerintah guna meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi. Selain itu, cita rasa khas kopi dimanfaatkan sebagai daya tarik utama dalam memenuhi permintaan pasar domestik dan internasional yang terus meningkat. Penggunaan lahan sendiri serta masa produksi yang panjang juga menjadi faktor penting dalam menciptakan stabilitas produksi dan menjadikan kopi sebagai komoditas unggulan yang kompetitif. Infrastruktur transportasi yang baik dimanfaatkan untuk memperluas distribusi kopi ke pasar domestik dan internasional yang masih terbuka. Petani juga dapat mengakses fasilitas UMKM dari lembaga keuangan dengan bunga rendah untuk meningkatkan modal serta bekerja sama dengan kelompok tani guna memperkuat jaringan produksi dan pemasaran. Strategi pemasaran dikembangkan dengan menargetkan gaya hidup minum kopi di kalangan masyarakat melalui media sosial maupun platform digital lainnya. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi seperti *e-commerce*, media sosial, dan marketplace digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran serta membangun brand kopi yang kuat. Luas lahan yang tersedia juga dioptimalkan untuk meningkatkan skala produksi demi memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat.

Dari tabel matriks IFAS dan EFAS diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Jumlah dari hasil perkalian bobot (B) x rating (R) pada kekuatan dan kelemahan diselisihkan untuk mendapatkan titik X.

Kekuatan : 2,63

Kelemahan : 0,37

Titik X : $2,63 - 0,37$

X : 2,26

Berdasarkan hasil analisis IFAS disimpulkan bahwa peluang yang dihadapi oleh usahatani kopi di Desa Aek Sabaon memiliki kekuatan yang lebih dominan daripada kelemahan yang dimiliki. Skor kekuatan yang dimiliki adalah 2,63, sedangkan skor kelemahan yang dimiliki adalah 0,37.

- b. Jumlah dari hasil perkalian bobot (B) x rating (R) pada peluang dan ancaman diselisihkan untuk mendapatkan titik Y.

Peluang : 2,82

Ancaman : 0,31

Titik Y : $2,82 - 0,31$

Y : 2,51

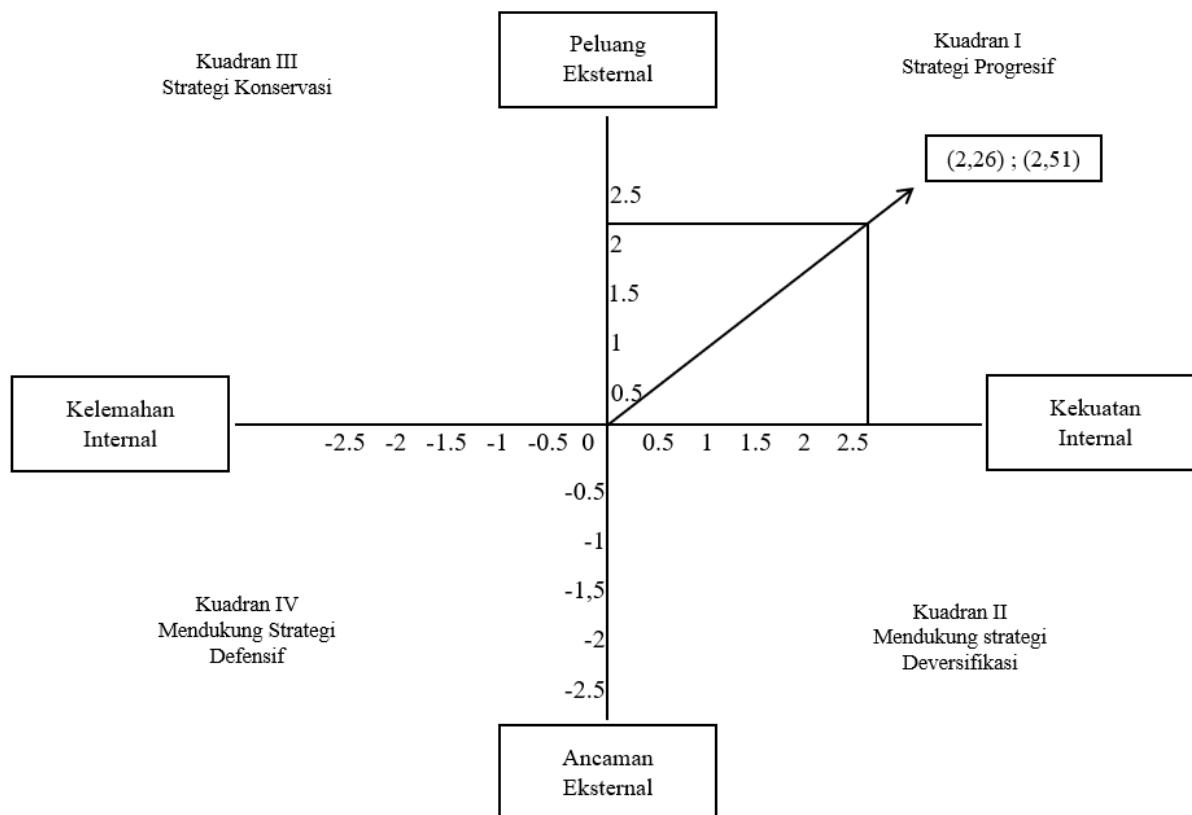
Peluang usahatani kopi di Desa Aek Sabaon lebih besar dibandingkan ancamannya, dengan skor peluang 2,82 dan ancaman 0,31. Berdasarkan matriks *grand strategy*, pengembangannya berada pada strategi pertumbuhan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang secara optimal.

Petani kopi di Desa Aek Sabaon memiliki posisi internal yang cukup kuat berdasarkan hasil analisis IFAS, dengan skor total sebesar 3,00. Namun, untuk mengetahui arah strategi, digunakan nilai selisih antara kekuatan dan kelemahan (X), yaitu 2,26 (hasil dari $2,63 - 0,37$). Nilai ini mencerminkan bahwa kekuatan lebih dominan dibandingkan kelemahan, meskipun masih terdapat beberapa kendala internal seperti sistem pengeringan biji kopi yang masih bergantung pada sinar matahari (skor 0,05) dan penggunaan teknologi budidaya yang masih konvensional (skor 0,05). Keduanya merupakan kelemahan dengan skor terendah.

Sementara itu, secara eksternal, hasil analisis EFAS menunjukkan bahwa total skor adalah 3,12, dengan nilai selisih antara peluang dan ancaman (Y) sebesar 2,51 (hasil dari $2,82 - 0,31$). Hal ini menunjukkan bahwa peluang dari lingkungan eksternal jauh lebih besar dibandingkan dengan ancaman. Peluang terbesar adalah tingginya permintaan kopi karena banyak diminati masyarakat luas

(skor 0,40), sedangkan ancaman utama adalah peralihan budidaya ke komoditas lain (skor 0,07), bukan produk biji kopi dari wilayah lain (yang justru memiliki skor ancaman paling rendah yaitu 0,03).

Dengan posisi titik koordinat $X = 2,26$ dan $Y = 2,51$ pada kuadran I dalam *Matriks Grand Strategy*, maka strategi yang tepat adalah strategi agresif (growth-oriented strategy), yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memperluas peluang yang ada. Berdasarkan hasil ini, disusunlah matriks *Grand Strategy* untuk strategi pengembangan lebih lanjut.



Gambar 1. Hasil *Matriks Grand Strategy*

Pengembangan usahatani kopi di Desa Aek Sabaon berada pada kuadran 1 (2,26 : 2,51) yang menandakan posisi yang kuat dan berpeluang. Strategi yang diterapkan harus memaksimalkan kekuatan, memanfaatkan peluang, serta meminimalisir ancaman dan kelemahan. Dengan pendekatan progresif dalam SWOT Kuadran 1 (kombinasi Kekuatan dan Peluang), usahatani kopi dapat dioptimalkan melalui pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal secara maksimal.

Pembahasan Penelitian

Strategi Progresif dalam Pengembangan Bisnis Kopi Berdasarkan Analisis SWOT

Berdasarkan analisis SWOT Kuadran 1 yang menggabungkan kekuatan internal dan peluang eksternal, dapat dirumuskan strategi progresif untuk mengembangkan bisnis kopi secara optimal. Strategi yang bisa diterapkan meliputi:

- 1) Memanfaatkan kekuatan topografi dan cita rasa khas

Keberadaan topografi yang mendukung pertumbuhan kopi serta cita rasa khas yang dimiliki oleh kopi lokal merupakan aset berharga dalam membangun keunggulan kompetitif.

Pemanfaatan kondisi geografis yang ideal dapat membantu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas kopi. Cita rasa khas ini juga berpotensi menjadi nilai jual utama untuk menarik minat pasar domestik dan internasional. Hal ini sejalan dengan temuan Hamdhana et al. (2024), bahwa karakteristik unik seperti aroma, rasa, atau aftertaste yang khas dapat dipromosikan sebagai produk premium. Sertifikasi seperti indikasi geografis (IG) atau organik turut memperkuat *positioning* produk di pasar global.

2) Ekspansi lahan dan peningkatan produksi

Kepemilikan lahan sendiri serta luas lahan yang memadai memberikan fleksibilitas dalam melakukan ekspansi dan peningkatan produksi. Bantuan pemerintah serta fasilitas UMKM dengan bunga kecil dapat diakses untuk memperoleh modal dalam membeli peralatan modern, benih unggul, atau memperluas area tanam. Peningkatan produksi ini menjadi langkah strategis dalam memenuhi permintaan kopi yang tinggi, baik di pasar domestik maupun internasional. Menurut Cen & Faisal (2021), masa produksi kopi yang berlangsung dalam jangka panjang mendorong adanya perencanaan produksi yang berkelanjutan, sehingga pasokan kopi tetap stabil sepanjang tahun.

3) Pemanfaatan infrastruktur yang memadai

Keberadaan infrastruktur yang baik, seperti jalan akses ke kebun, fasilitas pengolahan, dan jaringan distribusi, meningkatkan efisiensi produksi serta distribusi. Biaya logistik dapat ditekan dengan dukungan infrastruktur yang memadai, sehingga harga jual kopi menjadi lebih kompetitif. (solme et al. (2024) menguraikan bahwa pengembangan fasilitas tambahan seperti pabrik pengolahan kopi atau pusat pelatihan petani dapat meningkatkan nilai tambah produk.

4) Kolaborasi dengan kelompok tani

Keberadaan kelompok tani yang banyak membuka peluang untuk membangun kolaborasi yang saling menguntungkan. Pembentukan koperasi atau asosiasi petani dapat meningkatkan posisi tawar, sehingga harga jual produk lebih menguntungkan. Kolaborasi ini juga mempermudah akses ke pasar yang lebih luas, baik di tingkat domestik maupun internasional. Menurut Jandu et al. (2024), kelompok tani menjadi wadah berbagi pengetahuan dan pengalaman, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas produksi.

5) Menangkap tren gaya hidup minum kopi

Tren gaya hidup minum kopi yang semakin berkembang, terutama di kalangan generasi muda, menciptakan peluang besar bagi industri kopi. Pengembangan produk inovatif seperti kopi kemasan siap saji, kopi dingin (*cold brew*), atau kopi dengan varian rasa menarik dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Temuan Pangestuti & Heikal (2024) menunjukkan bahwa pembukaan kedai kopi atau gerai ritel di kota-kota besar juga menjadi strategi efektif untuk menarik konsumen urban yang memiliki kebiasaan mengonsumsi kopi.

6) Pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran

Teknologi informasi berkontribusi dalam pemasaran modern. Media sosial, *e-commerce*, serta platform digital lainnya menjadi sarana efektif untuk mempromosikan produk kopi. Kampanye pemasaran digital yang kreatif, seperti konten edukasi tentang kopi, cerita di balik produk, atau kolaborasi dengan *influencer*, mampu meningkatkan *brand awareness* serta loyalitas konsumen. Sejalan dengan penelitian Amalia & Mustakim (2024), pemanfaatan teknologi informasi membantu dalam pengumpulan dan analisis data pasar guna menyesuaikan strategi pemasaran dengan preferensi konsumen.

7) Memanfaatkan status komoditas unggulan

Status kopi sebagai komoditas unggulan menjadi daya tarik bagi investor dan mitra strategis. Promosi kopi sebagai produk unggulan daerah melalui pameran, festival kopi, atau kerja sama dengan pelaku industri dapat meningkatkan reputasi serta daya saing produk. Menurut Azis & Rosdaniah (2022), akses terhadap bantuan atau insentif dari pemerintah, seperti program pengembangan komoditas unggulan, semakin terbuka dengan adanya status ini.

8) Ekspansi ke pasar internasional

Pasar yang masih terbuka, baik domestik maupun internasional, memberikan peluang besar bagi industri kopi. Cita rasa khas serta kualitas tinggi yang dimiliki kopi lokal menjadi faktor utama dalam menembus pasar global. Fadhillah & Anward (2023) mendukung temuan ini bahwa ekspor kopi berkualitas mampu meningkatkan devisa negara sekaligus memperluas jaringan bisnis serta membuka kesempatan untuk berkolaborasi dengan pelaku industri global.

9) Pengembangan produk turunan

Permintaan kopi yang tinggi mendorong pengembangan produk turunan seperti kopi bubuk, kopi kemasan, atau kopi siap minum. Hal ini sejalan dengan temuan Hariri et al. (2023) bahwa diversifikasi produk ini dapat memenuhi kebutuhan berbagai segmen pasar serta meningkatkan nilai tambah produk. Keberadaan infrastruktur yang memadai mendorong proses produksi produk turunan dilakukan dengan lebih efisien dan berkualitas.

10) Pelatihan dan Pemberdayaan Petani

Peningkatan kualitas produksi dan kesejahteraan petani dapat diwujudkan melalui pelatihan serta pemberdayaan. Bantuan pemerintah serta fasilitas UMKM dapat dimanfaatkan untuk menyelenggarakan program pelatihan mengenai praktik pertanian berkelanjutan, pascapanen, serta manajemen bisnis. Petani yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang lebih baik akan mampu menghasilkan kopi berkualitas tinggi, sehingga daya saing produk semakin meningkat (Anjani & Laily, 2023).

IV. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian, strategi pengembangan usahatani kopi di Desa Aek Sabaon dipengaruhi oleh faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Kekuatan utama meliputi topografi yang sesuai, cita rasa khas kopi, serta luas lahan yang memadai, sementara kelemahannya adalah keterbatasan modal, penggunaan teknologi yang masih konvensional, dan kurangnya penyuluhan pertanian. Di sisi lain, peluang seperti permintaan kopi yang tinggi, dukungan pemerintah, dan tren gaya hidup minum kopi dapat dimanfaatkan, meskipun terdapat ancaman berupa perubahan iklim, harga kopi yang fluktuatif, dan persaingan dari daerah lain. Strategi yang dapat diterapkan mencakup ekspansi lahan, pemanfaatan infrastruktur, kolaborasi dengan kelompok tani, pemasaran digital, serta pengembangan produk turunan dan pasar internasional. Untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing kopi lokal, petani disarankan fokus pada pengembangan produk premium dengan sertifikasi seperti indikasi geografis dan organik untuk menembus pasar global. Ekspansi lahan dan modernisasi teknologi pertanian juga perlu dilakukan guna meningkatkan produksi secara berkelanjutan. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran dan kolaborasi antar kelompok tani dapat memperkuat posisi petani dalam rantai nilai industri kopi. Dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan melalui bantuan modal dan pelatihan harus dioptimalkan agar petani mampu menerapkan praktik pertanian yang lebih efisien dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Alfareza, M. Y., & Ichsan. (2024). Pengaruh Produksi, Konsumsi dan Ekspor Kopi Terhadap PDB Subsektor Perkebunan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal*, 7(2), 13–28.
- Amalia, R., & Mustakim, W. (2024). Pemberdayaan Komunitas Petani Kopi Dalam Pembangunan Ekonomi Lokal Yang Berkelanjutan Melalui Penerapan Teknologi Informasi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(4), 3579–3588.
- Amanda, S., & Rosiana, N. (2023). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia dalam Menghadapi Perdagangan Kopi Dunia. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)*, 13(1), 1–11. <https://doi.org/10.36841/agribios.v21i1.2807>
- Anjani, L. R., & Laily, D. W. (2023). Pemberdayaan Umkm Kopi Melalui Penyuluhan Dan Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Di Desa Puspo. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 273–278.
- Azis, A., & Rosdaniah. (2022). Strategi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Pengolahan Kopi Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 06(01), 95–101.
- Cen, C. C., & Faisal, E. N. (2021). Permintaan Kopi Indonesia (Studi terhadap Dua Negara Tujuan Utama Ekspor). *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 1(3), 108–119.
- Dian, R., Mulyara, B., Siregar, R. M., & Dibisono, M. Y. (2024). Inovasi Pengereng Mekanis Kopi Berbasis Arduino Uno Pada Wilayah Petani Kopi Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 4(6), 1–9. <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i6.929>
- Ermawati, E., Akhmad, A., & Idhan, A. (2023). Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Petani Jagung Melalui Metode Penyuluhan Pertanian. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 383–388. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3674>
- Fadhillah, H., & Anward, R. J. (2023). Analisis Determinan Volume Ekspor Kopi Indonesia dari Sisi Permintaan. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 6(1), 159–170.
- Ginting, A. A., Lubis, S. N., & Kesuma, S. I. (2022). Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Kopi Arabika di Kabupaten Karo, Sumatera Utara, Indonesia. *Agro Bali : Agricultural Journal*, 5(3), 592–600. <https://doi.org/10.37637/ab.v5i3.1045>
- Hamdhana, D., Yusra, M., Yunita, N. A., & Putri, R. G. (2024). Pembekalan Keterampilan Cupping Kopi pada Generasi Milenial di Aceh Utara. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(2), 2708–2716.
- Hariri, R., Harini, N., Sutawi, & Husna, A. (2023). Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Robusta (*Coffea Canephora*) di Desa Ratau Balai Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 3240–3246.
- Hasibuan, M. L., Sumard, Zebua, N. F., & Sari, N. (2023). Analisis Kadar Kafein Biji Kopi Arabika Dengan Variasi Temperatur Sangrai Yang Tumbuh Di Aek Sabaon Tapanuli Selatan. *Journal of Pharmaceutical and Sciences*, 6(2), 681–691.
- Jandu, I. H., Santu, L., & Ukar, Y. K. (2024). Peran Kelompok Tani dalam Peningkatan Produktivitas Petani Kopi di Desa Tueng Kacamatan Kuwus Barat Kabupaten Manggarai Barat The Role Of Farmers ' Groups In Increasing Productivity Coffee Farmers In Tueng Village , West Kuwus District , West Manggarai Di. *AGRIEKSTENSIA: Jurnal Penelitian Terapan Bidang Pertanian*, 23(2), 374–381.
- Khoironi, M. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis Swot Pada Jasa Variasi Mobil “Farhan Variasi Mobil” Di Kabupaten Semarang. *Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman Guppi*, 1–155.
- Martauli, E. D., & Gracia, S. (2021). Analisis Komoditas Unggulan Sektor Pertanian Dataran Tinggi Sumatera Utara. *Agrifor*, 20(1), 123–138. <https://doi.org/10.31293/agrifor.v20i1.5055>
- Pangestuti, I., & Heikal, J. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Tomoro dengan Menggunakan Regresi Biner Logistik untuk Menentukan Strategi Pemasaran yang Tepat. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 2173–2181. <https://doi.org/10.38035/rj.v6i5.1037>
- Putri, A., Novus, N., Utami, R. L., & Fauzan, M. R. (2024). Peluang Dan Ancaman Perdagangan Bebas Studi Kasus Indonesia – Malaysia Untuk Komoditas Pertanian Pada Biji Kopi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(4), 955–960.

- Saragi, C. P., Sembiring, S. A., & Simanullang, R. (2021). Estimasi Fungsi Produksi dan Tingkat Kelayakan Usahatani Kopi Arabika Petani Kopi di Desa Suka, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo. *Jurnal Agriust*, 2(1), 1–6.
- Simbolon, B. P. (2024). Perbedaan Penyeduhan Kopi dengan Metode Siphon, Frenchpress, dan Moka Pot. *JURAGAN-Jurnal Agroteknologi*, 2(2), 55–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.58794/juragan.v2i2.1203>
- Statistik, B. P. (2023). *Statistik Kopi Indonesia 2023*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/11/29/d748d9bf594118fe112fc51e/statistik-kopi-indonesia-2023.html>
- Suherman, R. F., Hikmah, S. Q., & Firmansyah, R. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia dipasar Internasional (Analysis of Factors Affecting Indonesian Coffee Export in the International Market). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial (JEMeS)*, 6(2), 51–61. <https://ojs.ejournalunigoro.com/index.php/JEMeS>
- Tsolme, N., Krisnamurthi, B., & Suharno, S. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Kopi Amungme Gold. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), 77–91. <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.77-91>