

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI KOPI LONGBERRY  
DESA ATU KAPUR KECAMATAN PANTAN CUACA KABUPATEN  
GAYO LUES**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**NOVITA WINDA SARI  
1404300148  
AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI KOPI  
LONGBERRY DESA ATU KAPUR KECAMATAN PANTAN  
CUACA KABUPATEN GAYO LUES**

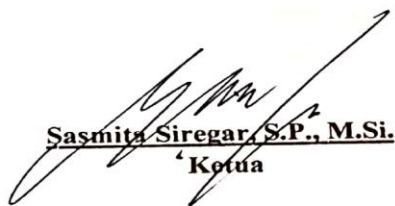
**SKRIPSI**

Oleh:

**NOVITA WINDA SARI  
1404300148  
AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi Strata 1 (S1)  
pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

**Komisi Pembimbing**

  
**Sasmita Siregar, S.P., M.Si.**  
Ketua

  
**Akbar Hanib, S.P., M.P.**  
Anggota

**Disahkan Oleh :**  
Dekan

  
**Ir. Asritanaryi Lunar, M.P.**

**Tanggal Lulus 08 Oktober 2019**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Novita Winda Sari

NPM : 1404300148

Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TANI KOPI LONGBERRY  
(STUDI KASUS : DESA ATU KAPUR KECAMATAN PANTAN  
CUACA KABUPATEN GAYO LUES

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Strategi Pengembangan Kopi Longberry ( Studi Kasus : Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca) adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programming yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Oktober 2019

Yang menyatakan



Novita Winda Sari

## RINGKASAN

Novita Winda Sari (1404300148) dengan judul skripsi “Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Longberry Di Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues”. Penelitian ini di bimbing oleh Ibu Sasmita Siregar, S.P., M.Si sebagai Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak Akbar Habib, S.P., M.P sebagai Anggota Komisi Pembimbing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang di hadapi petani dalam pengembangan usahatani kopi longberry dan untuk mengetahui strategi pengembangan dalam usahatani kopi Longberry di Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Deskriptif* dan analisis *SWOT*. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *Purposive*. Teknik pengambilan sampel dengan *Sampling Sensus* dengan jumlah sampel 43 orang yang terdiri dari 28 sampel petani, 7 sampel pedagang pengumpul dan 8 sampel konsumen. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2019. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usahatani kopi longberry yang berada di desa atu kapur memiliki peluang yang baik untug perkembangan usaha, hal ini dapat dilihat dari nilai ifas dan efas. Nilai ifas yang diperoleh sebesar 1,03, dan nilai efas 0,66 hal tersebut menunjukkan bahwa strategi yang dapat diterapkan adalah strategi agresif, strategi agresif merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki usahatani untuk mamfaatkan peluang yang ada pada usahatani kopi longberry.

**Kata kunci : Strategi pengembangan, Kopi Longberry, Usahatani**

## **RIWAYAT HIDUP**

NOVITA WINDA SARI dilahirkan di Kelurahan Tanjung Selamat, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan pada tanggal 16 November 1996 merupakan anak Pertama dari tiga bersaudara, putri dari Wagiran dan Supiana.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis adalah sebagai berikut :

1. Pada tahun 2001-2002 menjalani pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) di TK Raflesia Kebun Perlabian.
2. Pada tahun 2002-2008 menjalani pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD NEGRI No 116888 Tanjung Selamat, Kecamatan Kampung Rakyat.
3. Pada tahun 2008-2010 menjalani pendidikan Sekolah Menengah Pertama (MTS) di MTS Pondok Pesantren Perguruan Ridho Allah.
4. Pada tahun 2010-2013 menjalani pendidikan Sekolah Menengah Pertama (MTS) di MTS Pondok Pesantren Perguruan Ridho Allah.
5. Pada tahun 2011-2012 menjalani pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA N 1 Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan.
6. Pada tahun 2012-2014 menjalani pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA 1 Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan.
7. Pada tahun 2014 sampai sekarang menjalani pendidikan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis.

Pengalaman akademik dan organisasi:

1. Pada tahun 2014 mengikuti (PKKMB) dan MasaTa'aruf (MASTA) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Pada tahun 2017 melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Sei Balai Estate bertepatan di, PT Bakrie Sumatera Plantations.
3. Pada tahun 2019, melaksanakan penelitian untuk Skripsi di Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI KOPI LONGBERRY (Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan S1 di fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan kesempatan ini, penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada banyak pihak atas bimbingan dan dorongan yang diberikan secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan yang akan penulis lakukan dimasa yang akan datang.

Dengan mendapat banyaknya bimbingan, bantuan, perhatian serta dorongan, penulis dengan ketulusan hati ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ayahanda Wagiran dan Ibunda Supiana yang telah mencurahkan cinta dan kasih sayang yang tiada henti, perhatian, dukungan, doa, nasihat serta moril dan materil yang tidak ternilai harganya bagi penulis.
2. Ibunda Sasmita Siregar S.P., M.Si dan Bapak Akbar Habib S.P., M.P selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan waktu dan pemikiran serta bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Ir. Hj. Asritanarni Munar, M.P, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si, selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si, selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Seluruh instansi dan responden yang terkait dengan penelitian ini yang telah membantu penulisan dalam memperoleh data-data yang diperlukan.
8. Kepada Irwansyah Puri, S.T yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis
9. Para sahabat penulis Azlinda Ulfa, Dita Srimaya Ginting serta seruh teman-teman angkatan 2014 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang tidak bias saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam melaksanakan penelitian.

Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis.

Medan, Oktober 2019

Penulis



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim*

*Assalammu'alaikumWr. Wb*

Syukur alhamdulillah Penulis persembahkan kehadatar Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, taufik dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tidak lupa Penulis sanjungkan kepada junjungan kit aRasulullah SAW besert akeluarga dan sahabatnya yang telah membawa umat manusia menuju jalan kebaikan.

Penulis melakukan penyusunan Proposal yang diberijudul “***Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Longberry (Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues*** ” ini sebagai salah satu syarat atau langkah awal untuk penyusunan skripsi dan memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis berharap karya tulis ini bermanfaat bagi para pembaca dan masyarakat khususnya di lokasi penelitian.

Proposal ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan partisipasi yang telah diberikan kepada Penulis. Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Ayahanda Wagiran dan Ibunda Supiana yang telah mencurahkan cinta dan kasih sayang yang tiada henti, perhatian, dukungan moril dan materi serta nasihat yang tidak ternilai harganya bagi Penulis. Penulis hanturkan sembah sujud dan ucapan terima kasih yang tulus serta penghargaan yang tinggi kepada kedua orang tua atas jerih payah dan motivasi nya supaya dapat meraih cita-cita dan menuju masa depan yang cerah.
2. Ibu Ir. Hj. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Ibu Khairunnisa Rangkuti, SP., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Sasmita Siregar,S.P., M.Si dan Bapak Akbar Habib, SP., M.P selaku dosen pembimbing.
5. Seluruh Staf Dosen dan Staf Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan masukan-masukan dan ilmunya kepada penulis.
6. Serta seluruh teman seperjuangan khususnya kepada Dita Srimaya Ginting, Azlinda Ulfa, Lian Fitra Irawan, dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang selalu memberikan bantuan dan semangat khususnya Agribisnis IV.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran dibutuhkan dari semua pihak agar dapat menyempurnakan proposal ini kearah yang lebih baik. Semoga proposal ini berguna bagi pembaca, semua pihak yang membutuhkan dan Penulis khususnya.

*Wassalamu 'alaikumWr. Wb*

Medan, Oktober 2019

Penulis

## DAFTAR Isi

<b>RINGKASAN .....</b>	<b>i</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
LatarBelakang.....	1
PerumusanMasalah.....	6
TujuanPenelitian.....	6
KegunaanPenelitian .....	6
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
LandasanTeori .....	7
Taksonomi Tanaman Kopi .....	7
Sejarah Tanaman Kopi .....	8
Jenis-Jenis Tanaman Kopi .....	9
Usahatani .....	10

Analisis SWOT .....	11
PenelitianTerdahulu.....	18
KerangkaPemikiran .....	20
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
MetodePenelitian.....	23
MetodePenentuanLokasi .....	23
MetodePenarikanSampel.....	25
MetodePengumpulanData .....	26
MetodeAnalisis Data .....	26
Defenisi Dan Batasan Operasional.....	27
<b>DESKKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
Letak Dan Luas Daerah .....	29
Keadaan Penduduk .....	30
Sarana Dan Prasarana Umum.....	32
Karakteristik Sampel .....	33
<b>HASIL DAN PEMBAHASAAN .....</b>	<b>36</b>
Faktor Internal .....	36
Faktor Eksternal.....	38
Matriks IFAS .....	40
Matrik EFAS .....	41

Matriks Penggabungan IFAS+EFAS .....	43
Kuadran SWOT .....	44
Matriks SWOT .....	46
Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Longberry .....	48
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
Kesimpulan.....	53
Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>57</b>
<b>DOKUMENTASI .....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Produksi Kopi di Kabupaten Gayo Lues .....	2
2.	Data Produksi dan Luas Lahan Kopi Kecamatan di Kabupaten Gayo Lues .....	3
3.	Matriks SWOT .....	17
4.	Luas Tanam Dan Produksi Kopi Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten .....	24
5.	Pembagian sampel kelompok internal dan eksternal .....	25
6.	Distribusi penduduk desa Atu Kapur berdasarkan jenis kelamin .....	30
7.	Distribusi penduduk desa Atu Kapur berdasarkan Usia .....	31
8.	Distribusi penduduk desa Atu Kapur berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	31
9.	Sarana dan Prasarana Desa Atu Kapur .....	32
10.	Distribusi petani, pedagang pengumpul dan konsumen Sampel berdasarkan usia di Desa Atu Kapur Tahun 2019 .....	33
11.	Distribusi petani, pedagang pengumpul dan konsumen Sampel berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Atu Kapur Tahun 2019 .....	34
12.	Distribusi petani, pedagang pengumpul dan konsumen Sampel berdasarkan Jumlah Tanggungan di Desa Atu Kapur Tahun 2019 .....	35
13.	Matriks IFAS .....	40
14.	Matriks EFAS .....	41
15.	Penggabungan IFAS+EFAS .....	43
16.	Matriks SWOT Usahatani Kopi Longberry di Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues.....	46

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Diagram Analisis SWOT.....	15
2.	Skema Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Longberry .....	22
3.	Kuadran Analisis SWOT (Usahatani Kopi Longberry) .....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Daftar Quisoner.....	57
2.	Tujuan Penelitian .....	62
3.	Matriks Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal .....	66
4.	Matriks Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal .....	66
5.	Penentuan Rating (IFAS) .....	67
6.	Penentuan Rating (EFAS) .....	69



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Indonesia masih merupakan negara pertanian, artinya pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal tersebut ditunjukkan dari banyaknya penduduk dan tenaga kerja yang bekerja pada sektor pertanian atau produk nasional yang berasal dari pertanian. Dari beberapa komoditas perkebunan yang penting di Indonesia ada lima komoditi yang paling mendukung perkembangan perekonomian Indonesia diantaranya kelapa sawit, karet, kakao, kopi dan tebu. Untuk semua komoditi diluar karet memiliki volume permintaan yang selalu naik setiap tahun dan relatif tidak begitu terpengaruh oleh kondisi perekonomian global. Komoditi kopi merupakan komoditas perkebunan yang memegang peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Akibat dari peranan tersebut saat ini Indonesia merupakan salah satu negara produsen kopi terbesar dunia setelah Brazil dan Vietnam dengan sumbangan devisa yang cukup besar.

Kopi merupakan salah satu minuman yang paling terkenal di kalangan masyarakat Indonesia, termasuk di kabupaten Gayo Lues Provinsi Aceh, kopi digemari karena memiliki cita rasa dan aroma yang khas. Di negara Indonesia kopi yang berasal dari kabupaten Gayo Lues ini juga sudah dikenal oleh negara luar termasuk Amerika, belakangan ini pemerintah kabupaten Gayo Lues telah mempromosikan kopi Gayo (kopi longberry) Lues di ajang pameran kopi Specialty terbesar di dunia bertajuk *Specialty Coffee Association (SCA) Coffee Expo* di Seattle, Amerika Serikat, tepatnya pada tanggal 19 sampai 22 April 2018. Even ini mempertemukan para pelaku bisnis kopi dari berbagai negara di belahan dunia mulai dari produsen, pembeli dan industri pengolahan kopi. Sementara bagi para produsen kopi dari berbagai negara termasuk dari delegasi Indonesia dari kabupaten Gayo Lues diberi kesempatan memamerkan biji kopi unggulannya di masing-masing stand yang disediakan.

Kondisi alam yang sangat subur dan mudah bercocok tanam membuat produksi biji kopi longberry di kabupaten gayo lues mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Peningkatan yang terjadi membuat masyarakat menjadi lebih gigih dalam bekerja. Di kalangan itu, penduduk yang terdapat di kawasan gayo lues bisa merubah pola hidupnya semakin jaya dan meningkat dibandingkan pada sebelumnya mereka yang masih menggali mata pencahariannya dari komoditi tanaman tembakau dan cabai. Perkembangan produksi kopi di gayo lues disebabkan karna kualitas biji kopi yang sangat bagus, nilai jual yang tinggi dan banyak yang di minati oleh daerah lain. Dari hal ini masyarakat gayo lues telah banyak membudidayakan tanaman kopi sehingga produksi kopi dari daerah tersebut meningkat dan berkembang setiap tahunnya.

Dari hal tersebut dapat dilihat data perkembangan produksi kopi di kabupaten Gayo Lues pada Tabel 1.

**Tabel 1. Produksi Kopi di Kabupaten Gayo Lues 3 Tahun Terakhir**

<b>Tahun</b>	<b>Luas Panen(Ha)</b>	<b>Produksi (Ton)</b>
2016	2.250	1.400,0
2015	2.208	1.488,5
2014	2.033	1.220,0

*Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Gayo Lues*

Dari tabel diatas bersumber dari dinas pertanian Kabupaten Gayo Lues menjelaskan bahwa perkembangan produksi kopi di gayo lues selama tahun 2014-2016. Perkembangan produksi kopi longberry mengalami peningkatan dari tahun 2014 yaitu dengan jumlah produksi 1.220 ton menjadi 1.488,5 ton pada tahun 2015 dengan besaran luas la 2.208 ha. Pada tahun 2016 produksi kopi longberry mengalami penurunan jumlah produksi menjadi 1.400 ton, penurunan jumlah tidak memberikan pengurangan luas lahan tetapi mengalami penambahan luas tanam sebesar 2.250 ha. Penamabahan luas tanam tersebut membuktikan bahwa usahatani kopi longberry semakin di budidayakan.

Kabupaten Gayo Lues terdapat 11 kecamatan, yang masing-masing di kecamatan tersebut memiliki usahatani kopi, walaupun tidak semuanya menghasilkan produksi yang tinggi, dikarenakan sebagian kecamatan usaha pokoknya tidak semua dari kopi melainkan ada juga tanaman lain salah satunya kecamatan terangun yang sumber mata pencaharian mereka lebih banyak dari tanaman nilam dan serai wangi.

**Tabel 2. Data Produksi dan Luas Lahan Kopi Kecamatan pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues.**

<b>Kecamatan</b>	<b>Luas Lahan (Ha)</b>	<b>Produksi (Ton)</b>
<b>Pantan Cuaca</b>	<b>880</b>	<b>528</b>
<b>Dabun Gelang</b>	391	238,51
<b>Blangkejeren</b>	308	200,2
<b>Blang Jerango</b>	233	163,1
<b>Pining</b>	184	110,4
<b>Putri Betung</b>	100	64
<b>Blang Pegayon</b>	75	45,75
<b>Tripe Jaya</b>	35	21
<b>Kuta Panjang</b>	27	18,9
<b>Rikit Gaib</b>	12	7,2
<b>Terangun</b>	5	3
<b>Jumlah</b>	<b>2.250</b>	<b>1.400,06</b>

*Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Gayo Lues*

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa kecamatan pantan cuaca memiliki luas panen tanaman kopi terbesar di kabupaten gayo lues dengan luas lahan 880 Ha dan produksi 528 ton. Kecamatan pantan cuaca, kabupaten gayo lues secara geografis daerah kecamatan ini sangat jauh dari perkotaan, namun penghasilan dan komoditas pertanian lumayan tinggi, salah satunya usahatani kopi Arabika Longberry. Gayo lues kecamatan pantan cuaca saat ini sangat di perhatikan oleh pemerintah di karenakan mengingat banyak penduduknya yang pekerjaannya sebagai petani.

Kabupaten Gayo Lues Kecamatan Pantan Cuaca memiliki potensi yang cukup besar dalam memproduksi dan membudidayakan kopi arabika longberry. Kabupaten Gayo Lues yang terletak didaerah bagian Aceh Tenggara sangat terkenal dengan hasil pertaniannya terutama pada tanaman perkebunan yaitu kopi. Tidak hanya kopi longberry kopi yang sangat terkenal lainnya bahkan sudah sampai ke pasar Internasional adalah kopi Gayo, kopi gayo juga termasuk dalam kopi jenis arabika yang telah diinovasi dan dikembangkan didaerah dataran tinggi Gayo. Pada tiga tahun terakhir Kabupaten Gayo Lues kembali melakukan inovasi dengan mengembangkan jenis kopi baru yaitu kopi longberry yang telah berhasil di budidayakan oleh masyarakat di desa Atu Kapur kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues. Kopi longberry merupakan jenis kopi yang juga berasal dari produk turunan jenis kopi arabika. Kopi longberry memiliki ciri yang berbeda dari bentuk kopi pada umumnya, kopi longberry memiliki bentuk yang sedikit lonjong dan kecil serta memiliki aroma rempah yang tajam, kopi ini juga dapat ditemukan di dataran tinggi bagian Aceh tenggara yaitu di desa Atu Kapur.

Daerah yang cukup berpotensi dalam pengembangan kopi arabika longberry. Perkembangan kopi Arabika Longberry cukup pesat, mengingat kopi tersebut masih tergolong kopi jenis baru. Dengan luas tanam yang besar dan produksi yang tinggi serta memiliki nilai jual yang tinggi membuat kopi longberry dapat memberikan potensi yang besar dalam pengembangan usahatani kopi longberry di daerah tersebut. Kabupaten Gayo Lues mempunyai potensi yang besar untuk pengembangan komoditas kopi Longberi yang saat ini sudah dibudidayakan di Desa Atu Kapur kecamatan patan cuaca Desa Atu kapur. Walaupun daerah ini memiliki kesesuaian lahan dan iklim untuk budidaya kopi, namun sebagian besar petani kopi masih menghadapi beberapa kendala seperti tidak adanya peran pemerintah dalam pengembangan ushatani kopi longberry, kurangnya informasi dan teknologi mengenai pembudidayaan dan pengolahan pascapanen kopi, keterbatasan modal,

rendahnya inovasi untuk pengemasan produk dan jaringan pemasaran karena terbatasnya jumlah petani yang memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mengelolah kopi secara benar dan tepat sesuai standar operasional prosedur.

Berdasarkan uraian diatas, maka perusahaan perlu merumuskan strategi pengembangan usahatani yang tepat dengan mengenali lingkungan internal dan an eksternal yang mempengaruhi usahatani untuk mencapai tujuan usahatani.

Adapun permasalahan yang akan dianalisis adalah sebagai berikut:

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana faktor internal dan faktor eksternal usahatani kopi longberry?
2. Bagaimana strategi pengembangan usahatani kopi Longberry?

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal usahatani kopi longberry.
2. Untuk menganalisis bagaimana strategi pengembangan usahatani kopi Longberry.

### **Kegunaan Penelitian**

1. Sebagai bahan informasi ini dapat dipergunakan untuk mengetahui perkembangan luas tanaman dan produksi kopi di kabupaten gayo lues.
2. Sebgai bahan masukan bagi petani untuk meningkatkan pengembangan usahatani kopi longberry.
3. Sebagai bahan refrensi bagi peneliti lain untuk penelitian lebih lanjut tentang strategi pengembangan usahatani longberry.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

#### Taksonomi Tanaman Kopi

Kopi longberry adalah jenis kopi arabika yang memiliki bentuk fisik panjang dan lebih besar dibandingkan bentuk fisik kopi pada umumnya. Jumlah jenis kopi longberry tidak banyak diperoleh pada saat musim panen, sehingga supplynya terbatas. Kopi Longberry aslinya berasal dari Ethiopia namun di Indonesia jenis kopi ini hanya terdapat di dataran tinggi Gayo, tepatnya di Takengon Aceh Tengah. Longberry yang ditanam didataran tinggi gayo adalah tanaman kopi yang berusia kurang lebih 50-100 tahun. Karakter kopi ini lebih ringan, tetapi mempunyai profile yang balance dan bercita rasa herbal seperti kebanyakan kopi aceh pada umumnya atau karakteristik daerah (Kuba, 2015).

Kingdom	: Plantae
Divisi	: Tracheophyta
Kelas	: Magnoliopsida
Ordo	: Gentianales
Famili	: Rubiaceae
Genus	: Coffea L.
Spesies	: Coffea Arabica L ( Rohardjo, 2015 )

Kopi (*Coffea spp*) spesies tanaman berbentuk pohon yang termasuk dalam famili *Rubiaceae* dan genus *Coffea*. Tanaman ini tumbuhnya tegak, bercabang dan bila dibiarkan tumbuh dapat mencapai tinggi 12 m. Daunnya bulat telur dengan ujung agak meruncing. Daun tumbuh berhadapan pada batang, cabang dan ranting-rantingnya (Najiyati dan Danarti, 1997).

## Sejarah Tanaman Kopi

Tanaman kopi bukan tanaman asli Indonesia, kopi pertama kali masuk ke Indonesia tahun 1696 dari jenis kopi Arabika. Kopi masuk dibawa oleh komandan pasukan Belanda yang kemudian ditanam dan dikembangkan. Tanaman ini kemudian mati semua oleh banjir, maka tahun 1699 didatangkan lagi bibit - bibit baru dan akhirnya menyebar ke berbagai bagian di kepulauan Indonesia seperti Sumatera, Bali, Sulawesi dan Timor. Namun sejak tahun 1876 perkembangan budidaya kopi Arabika mengalami kemunduran dikarenakan serangan penyakit karat daun (*Hemilia vastatrix*). Usaha selanjutnya adalah dengan mendatangkan kopi jenis robusta (*Coffea Canephora*) tahun 1900, yang tahan terhadap penyakit karat daun dan memerlukan syarat tumbuh serta pemeliharaan yang ringan, sedangkan produksinya jauh lebih tinggi, Maka kopi robusta menjadi cepat berkembang dan mulai menyebar ke seluruh daerah baik di Jawa, Sumatera maupun ke Indonesia bagian timur (AEKI, 2014).

Dari keempat jenis kopi yang paling komersial ditanam di Indonesia, Kopi Robusta adalah kopi yang paling pertama di usahakan di Indonesia kemudian menyusul kopi golongan liberica dan golongan Arabica dan golongan kopi longberry dengan segala blaster (*hybride-hybridnya*). Di Indonesia yang terpenting hanya Kopi Robusta (*Coffea Robusta*) dan Kopi Arabika (*Coffea Arabica*) Kopi Liberika (*Coffea Liberica*) serta sedikit kopi longberi (*Coffea longberry*). Tanaman Kopi Robusta tumbuh baik didataran rendah sampai pada ketinggian 1.000m di atas permukaan laut, di daerah - daerah dengan suhu 20°C. Tanaman Kopi Arabika menghendaki daerah - daerah yang lebih tinggi sampai ketinggian sekitar 1.700m di atas permukaan laut, daerah - daerah yang umumnya dengan suhu sekitar 10-16°C. Tanaman kopi Liberika dapat tumbuh didataran-dataran rendah (Spillane.1993) sedangkan tanaman kopi longberry dapat tumbuh di daratan tinggi gayo.

## **Jenis – Jenis Tanaman Kopi**

Di dunia perdagangan, dikenal beberapa golongan kopi. Salah satunya kopi arabika yang menjadi topik pembicaraan di dunia perkopian dikarenakan rasa dan aromanya yang nikmat. Namun secara garis besar, hanya ada 3 jenis kopi yang dibudidayakan yaitu : Kopi Arabika (*Coffea Arabica*), Kopi Robusta (*Coffea robust*), dan Kopi Liberika (*Coffea liberica*).

Kopi Arabika berasal dari Ethiopia dan Albessinia, jenis kopi ini dapat tumbuh pada ketinggian 800-1500 meter dpl. Kopi arabika longberri gayo adalah biji pilihan dengan bentuk biji memanjang, longberry bean banyak dihasilkan oleh varietas kopi abbyssinia dan varietas tim-tim jantung. Kopi gayo memiliki ciri unik dengan kekhasan yang berbeda dengan jenis kopi lain di indonesia. kopi gayo menghasilkan sebagian besar jenis kopi arabika terbaik. Cita rasa kopi gayo sendiri terasa lebih pahit dengan tingkat keasaman rendah dan memiliki aroma yang sangat tajam. Kopi arabika yang berkembang di daerah tanah Gayo Aceh Tenggara terbagi atas dua jenis, yaitu longberry dan pearberry.

Kopi arabika longberry aslinya berasal dari Ethiopia namun di Indonesia jenis kopi ini hanya terdapat di dataran tinggi Gayo, tepatnya di Takengon Aceh. Kopi Arabika longberry adalah jenis kopi arabika yang memiliki jenis biji panjang. Ukuran kopi longberry lebih panjang dan besar dari kopi pada umumnya. Gayo Longberry memiliki kekentalan dan ketebalan menengah ringan, dengan ciri aroma rempah dan rasa asam buah yang at.

Kopi arabika peaberry adalah jenis kopi arabika yang memiliki rasa yang sangat mantap. Peaberry disebut juga kopi jantan, dikarenakan dalam satu buah cherry kopi hanya terdapat satu biji, tidak dua biji seperti pada umumnya. Dengan biji yang bulat dan tunggal, kopi peaberry hanya memiliki kapasitas produksi yang sedikit, berkisar 5-10 % dari keseluruhan produksi kopi arabika. Kopi peaberry memiliki rasa keunikan tersendiri dengan acidity rendah hingga sedang, body tebal dan aroma kopi kuat.



## **Usahatani**

Ilmu usahatani adalah ilmu yang mempelajari bagaimana seorang mengusahakan dan mengkoordinir faktor-faktor produksi berupa lahan dan alam sekitarnya sebagai modal sehingga memberikan manfaat yang sebaik-baiknya. Sebagai ilmu pengetahuan, ilmu usahatani merupakan ilmu yang mempelajari cara-cara petani menentukan, mengorganisasikan, dan mengkoordinasikan pengaruh faktor-faktor produksi seefektif mungkin dan seefisien mungkin sehingga usaha tersebut memberikan pendapatan semaksimal mungkin, dengan melalui produksi pertanian yang berlebih maka di harapkan memperoleh pendapatan tinggi. Dengan demikian harus dimulai dengan perencanaan untuk menentukan dan mengkoordinasikan pengguna faktor-faktor produksi pada waktu yang akan datang secara efisien sehingga dapat di peroleh pendapatan yang maksimal. Dari definisi tersebut juga terlihat ada pertimbangan ekonomis disamping pertimbangan teknis (Suratiah K, 2015 ).

Usahatani adalah ilmu yang mempelajari tentang cara petani mengelola input atau faktor-faktor produksi (tanah, tenaga kerja, modal teknologi, pupuk, benih, dan pestisida) dengan efektif , efisien dan kontinu untuk dapat menghasilkan produksi yang tinggi sehingga pendapatan usahatannya meningkat (Hastuti dan Rahim, 2007).

Pengelolaan usahatani dari segi petani pada dasarnya terdiri dari pemilihan antara berbagai alternatif penggunaan sumber daya yang terbatas yang terdiri dari lahan, kerja, modal, waktu, dan pengelolaan. Hal ini dilakukan agar petani dapat mencapai tujuan dengan sebaik-baiknya dalam lingkungan yang penuh resiko dan kesukaran-kesukaran lain yang dihadapi dalam melaksanakan usahatannya (Soekartawi,2010).

## **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah instrument yang digunakan untuk melakukan analisis strategis. Menurut Drs. Robert Symbolon, MPA (1999), analisis SWOT merupakan suatu alat yang

efektif dalam membantu menstrukturkan masalah terutama dengan melakukan analisis atas lingkungan strategis yang lazim disebut sebagai lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Strategi yang tepat didasarkan pada kemampuan menemukenali diri dan lingkungannya, sehingga strategi benar-benar dapat terwujud dari kekuatan yang dimilikinya dan peluang yang dihadapinya. Analisis yang tepat dalam menyusun strategi adalah analisis SWOT. Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis SWOT adalah memahami seluruh informasi dalam suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah (Rangkuti, 2001).

SWOT merupakan singkatan dari strength (kekuatan-kekuatan), weaknesses (kelemahan-kelemahan), opportunities (peluang-peluang) dan threats (ancaman-ancaman). Pengertian-pengertian kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan (strength)

Kekuatan adalah sumberdaya, keterampilan atau keunggulan lain relative terhadap pesaing dan kebutuhan dari pasar suatu perusahaan.

2. Kelemahan (weaknesses)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya alam, keterampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan.

3. Peluang (opportunities)

peluang adalah situasi atau kecenderungan utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

4. Ancaman( threats)

Ancaman adalah situasi/kecenderungan utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan (Amrin, 1994).

### **Analisis Situasi SWOT**

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*). Sebelum melakukan analisis, maka diperlukan tahap pengumpulan data yang terdiri atas tiga model yaitu :

- **Matriks Faktor Strategi Internal**

Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara penentuan dalam membuat table IFAS.

- Susunlah dalam I faktor-faktor strategi internal (kekuatan dan kelemahan).
- Beri rating masing-masing faktor dalam kolom 2 sesuai besar kecilnya pengaruh yang ada pada faktor strategi internal, mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik) dan nilai 1 (tidak baik) terhadap kekuatan nilai “rating” terhadap kelemahan bersifat negatif, kebalikannya.
- Beri bobot untuk setiap dari 0 sampai 1 pada kolom bobot (kolom 3). Bobot ditentukan secara subjektif, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis usahatani.
- Kalikan rating pada kolom 2 dengan bobot pada kolom 3, untuk memperoleh scoring pada kolom 4.
- Jumlah scoring (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana usahatani tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya.

Hasil identifikasi faktor kunci internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, pembobotan rating dipindahkan ke tabel matriks faktor strategi internal (IFAS) untuk dijumlahkan dan kemudian diperbandingkan antara total skor kekuatan dan kelemahan.

- **Matriks Faktor Strategi Eksternal**

Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara penentuan dalam membuat EFAS.

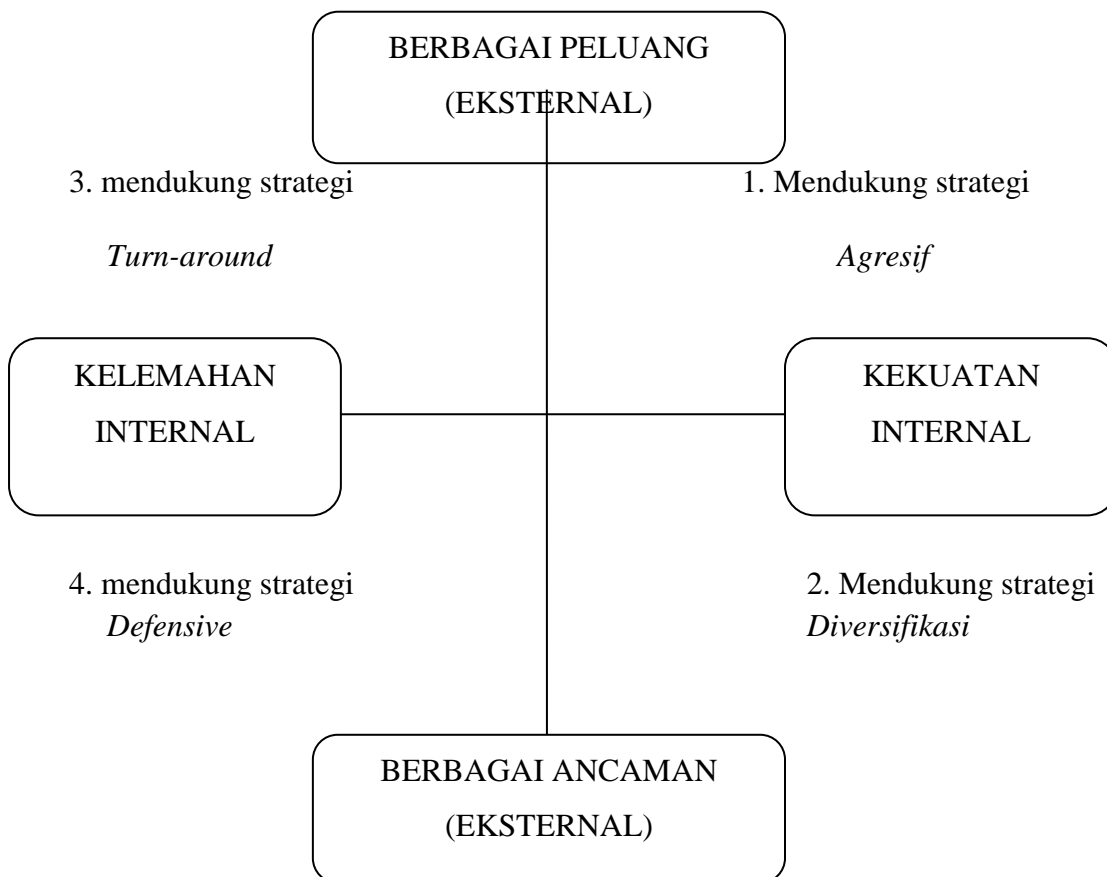
- Susunlah dalam kolom 1 faktor-faktor eksternalnya (peluang dari ancaman).
- Beri rating dalam masing-masing faktor dalam kolom 2 sesuai besar kecilnya pengaruh yang ada pada faktor strategi eksternal, mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik) dan nilai 1 (tidak baik) terhadap kekuatan nilai “rating” terhadap kelemahan bersifat negative, kebalikannya.
- Beri bobot untuk setiap faktor dari 0 sampai 1 pada kolom bobot (kolom 3). Bobot ditentukan secara subjektif, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis usahatani.
- Kalikan rating pada kolom 2 dengan bobot pada kolom 3, untuk memperoleh skoring pada kolom 4.
- Jumlah skoring (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi usahatani yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Hasil identifikasi faktor kunci internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, pembobotan dan rating dipindahkan ke tabel matriks faktor strategi eksternal (EFAS) untuk dijumlahkan dan kemudian diperbandingkan antara total skor kekuatan dan kelemahan.

- **Matriks Posisi**

Hasil analisis pada tabel matriks faktor strategi internal dan strategi eksternal dipetakan pada matriks posisi dengan cara sebagai berikut :

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- b. Posisi ushatani ditentukan dengan hasil sebagai berikut :
- Kalau peluang lebih besar dari pada ancaman maka nilai  $y > 0$  dan sebaliknya kalau ancaman lebih besar dari pada peluang maka nilai  $y < 0$ .
  - Kalau kekuatan lebih besar dari pada kelemahan maka nilai  $x > 0$  dan sebaliknya kalau kelemahan lebih besar dari pada kekuatan maka nilainya  $x < 0$  (Rangkuti, 2015).



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usahatani tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus

diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang gresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : meskipun menghadapi berbagai ancaman, usahatani ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : usahatani menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi usahatani ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal usahatani sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, usahatani tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Alat untuk menyusun faktor-faktor strategis usahatani adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usahatani dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang diilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis seperti yang dijelaskan dalam tabel berikut:

**Tabel 3. Matriks SWOT**

IFAS dan EFAS	STRENGTHS(S) Faktor-Faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES(O) Faktor peluang eksternal	STRATEGI (SO) Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan Untuk memanfaatkan Peluang	STRATEGI (WO) Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
TREATHS (T) Faktor ancaman eksternal	STRATEGI (ST) Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI (WT) Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

*Sumber: Rangkuti, 2014*

### **Analisis lingkungan internal**

Lingkungan internal adalah lingkungan organisasi yang berada di dalam organisasi tersebut dan secara normal memiliki implikasi langsung dan khusus pada perusahaan. Di dalam suatu organisasi terdapat kekuatan dan kelemahan dalam berbagai bidang fungsional bisnis, melalui analisis lingkungan internal kekuatan dan kelemahan tersebut dapat diidentifikasi dan dievaluasi sehingga perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan dengan cara efektif dan dapat mengatasi kelemahan yang dimilikinya.

Analisis lingkungan internal adalah proses dimana perencanaan strategi mengkaji pemasaran dan distribusi perusahaan, serta faktor keuangan dan akuntansi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahan perusahaan (Jauch dan Glueck, 1988). Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Sedangkan kelemahan adalah keterbatasan dan kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kuan yang menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan (Pearce dan Robinson, 1997).

## **Analisis Lingkungan Eksternal**

Analisis lingkungan eksternal menekankan pada mengenali dan mengevaluasi kecenderungan dan peristiwa yang diluar kendali sebuah perusahaan. Tujuan dari analisis lingkungan eksternal ialah untuk mengembangkan daftar terbatas peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan dan ancaman yang dihindari. Peluang adalah lingkungan perusahaan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan guna meningkatkan posisi bersaing perusahaan dalam industri. Sedangkan ancaman adalah lingkungan perusahaan yang tidak menguntungkan perusahaan.

Jauch dan Glueck, (1988) mendefinisikan analisis eksternal sebagai suatu proses yang dilakukan oleh perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang dan ancaman bagi perusahaan. Lingkungan perusahaan terdiri dari lingkungan umum, lingkungan industri dan lingkungan internasional. Lingkungan umum terdiri dari sosioekonomis, teknologi dan pemerintah sedangkan lingkungan industri terdiri dari konsumen, pemasok dan persaingan.

## **Penelitian Terdahulu**

Hasil penelitian Sihalo (2009) mengenai Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara menyimpulkan pertumbuhan ekonomi, ketidakpastian iklim global, fluktuasi harga kopi, penegakan hukum dan peraturan perundang – undangan kopi sejenis dari wilayah lain, penguasaan lahan kopi oleh pihak luar merupakan faktor ancaman bagi pengembangan agribisnis kopi dengan bobot skor 0,841 serta nilai total bobot skor 2,769 berarti secara eksternal. Daerah/Dinas Pertanian Subdinas Perkebunan dan masyarakat/petani telah merespon dengan baik terhadap peluang dan ancaman yang dimiliki, yang berarti bahwa faktor peluang eksternal dalam upaya pengembangan agribisnis kopi di Humbang Hasundutan dapat mengatasi ancaman yang dihadapi.



Hasil penelitian Ariswandi (2009) mengenai Strategi Kebijakan Pengembangan Komoditas Kopi di Kabupaten Lampung Barat menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil analisis LQ, komoditas kopi di Lampung Barat merupakan komoditas basis, dilihat dari produksi dan luas areal. Kabupaten Lampung Barat juga memiliki surplus produksi kopi yang menggambarkan potensi ekspor ke luar wilayah Lampung Barat. Komoditas kopi Lampung Barat juga memiliki nilai multipler tinggi ( $>1$ ) dari tahun 2003 – 2007, hal ini menunjukkan bahwa pengembangan kopi akan meningkatkan produksi wilayah. Hasil analisis dengan menggunakan analisis SWOT menghasilkan empat prioritas strategi kebijakan untuk mengembangkan komoditas kopi Lampung Barat yang terdiri dari: 1. Peningkatan SDM petani kopi agar mampu menghadapi daya saing dalam mempertahankan perekonomian, 2. Pengembangan akses pemasaran kopi melalui promosi produk, 3. Penumbuhan minat pengusaha dalam dan luar daerah untuk melakukan investasi dibidang industri kopi olahan. 4. Pembangunan infrastruktur penunjang pada sentra-sentra produksi kopi.

Hasil penelitian Nalurita, sari (2014) mengenai Analisis Daya saing dan Rumusan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia menyimpulkan bahwa berdasarkan daya saing menggunakan RCA (indeks RCA rata-rata sebesar 5.56) dan Berlian Porter, secara komparatif dan kompetitif kopi Indonesia memiliki daya saing di pasar internasional. Hal ini dapat dilihat dari faktor – faktor yang masuk kedalam kekuatan dan peluang di dalam analisis SWOT yang berdasarkan analisis Berlian Porter. Faktor – faktor yang masuk ke dalam kekuatan dan peluang adalah faktor yang mendukung daya saing kopi Indonesia. sedangkan faktor-faktor yang masuk ke dalam kelemahan dan ancaman adalah faktor yang kurang mendukung daya saing kopi Indonesia. strategi yang peningkatan daya saing yang dipilih adalah strategi S-O (menggunakan kekuatan guna menangkap peluang-peluang yang ada) yaitu meningkatkan ekspor kopi Robusta olahan (produk diverensiasi) dan produksi kopi spesial.

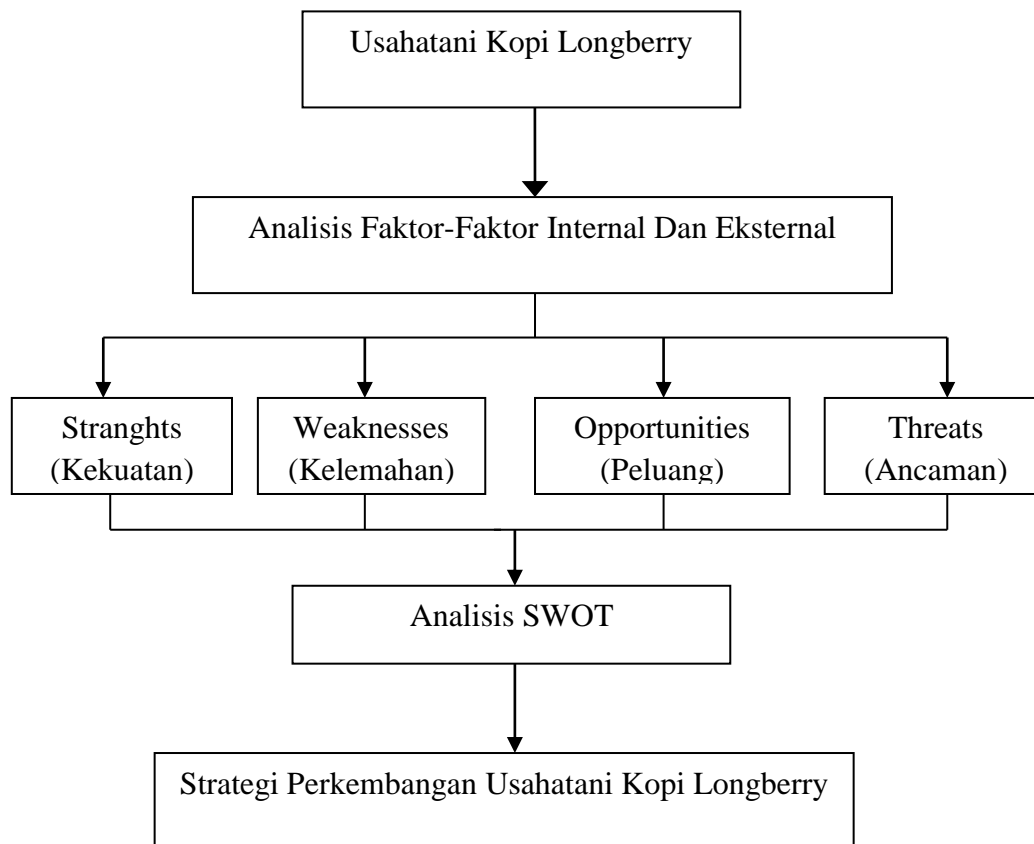
## **Kerangka Pemikiran**

Usahatani merupakan suatu usaha pembudidayaan segala jenis tanaman baik pada tanaman pangan maupun tanaman perkebunan yang proses pembudidayaannya dapat menghasilkan produk olahan. Kabupaten Gayo Lues dikenal sebagai daerah pembudidayaan kopi longberry yang memberikan penghasil kopi terbesar di banding daerah lain. Kopi merupakan minuman khas yang selalu diminati dan disukai oleh banyak kalangan baik itu kaum muda maupun kaum tua. Kopi yang terdapat di daerah gayo lues yaitu kopi longberry termasuk dalam jenis kopi arabika, kopi yang paling banyak diminati oleh masyarakat.

Kabupaten Gayo lues sudah memulai pembudidayaan kopi longberry dari beberapa tahun terakhir. Kopi longberry sendiri dikenal oleh masyarakat luas sebagai kopi gayo. Menurut data dari dinas pertanian kabupaten Gayo Lues penghasilan produksi pada tanaman kopi longberry setiap tahunnya mengalami peningkatan produksi. Peningkatan tersebut dapat memberikan keuntungan yang baik bagi perkembangan usahatani kopi longberry. Diantara 11 kecamatan yang berada di kabupaten Gayo Lues, kecamatan Pantan Cuaca merupakan Kecamatan dengan produksi terbesar yaitu 528 ton.

Perkembangan yang baik setiap tahunnya dapat memberikan kesempatan pada petani untuk lebih mengembangkan usahanya menjadi suatu usaha yang lebih besar. Dalam melakukan perkembangan usaha tersebut petani terlebih dahulu harus memperhatikan faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan usahatani. Selain melihat dari kedua faktor tersebut, petani juga harus melihat tingkat kelemahan dan kekuatan pada perkembangan usahatani kopi longberry dan melihat seberapa besar peluang dan tingkat ancaman yang akan dihadapi oleh petani yang ada di Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca kabupaten Gayo Lues. Kopi longberry yang hanya dapat berkembang dengan baik di dataran tinggi wilayah gayo, membuat petani harus lebih mengatur strategi untuk pengembangan usahatani kopi longberry yang saat ini di budidayakan di Kecamatan Pantan Cuaca.

Adapun skema kerangka pemikiran berkaitan dengan strategi usahatani kopi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran Srategi Pengembangan Usahatni Kopi Longberry**

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung kelapangan, karena studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu, atau suatu fenomena yang ditemukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

### **Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues sebagai populasi penelitian. Metode pengambilan lokasi tersebut dengan secara di sengaja (*purposive*) dengan alasan karena daerah ini merupakan salah satu tempat yang potensial untuk perkembangan usaha tani kopi longberry, Karena memiliki cuaca yang cukup baik. Di Kecamatan Pantan Cuaca itu terletak di antara perbatasan dengan kabupaten aceh tengah takengon atau blang kejeren. Sedangkan jarak Kota Blang kejeren dengan pantan cuaca sekitar 35 Km dan jarak dari Pantan Cuaca ke takengon sekitar 100 Km. Aceh adalah provinsi di indonesia yang beribukota banda aceh dan aceh terletak di ujung utara pulau sumatera dan merupakan provinsi paling barat di indonesia. Aceh memiliki 23 kabupaten diantaranya kabupaten gayo lues yang memiliki hasil alam yang sangat melimpah dan saat ini sudah banyak di perbincangkan dalam dan luar negeri karena hasil komoditi kopi tersebut yang sangat unggul dari pada kopi lainnya.

**Tabel 4. Luas Tanam Dan Produksi Kopi Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten.**

No	Kabupaten	2014		2015	
		Luas (Ha)	Produksi (Ton)	Luas (Ha)	Produksi (Ton)
1	Aceh Tengah A	48.300	26.851	48.320	29.239
	Aceh Tengah R	877	402	802	348
2	Bener Meriah A	47.370	11.029	47.370	11.526
	Bener Meriah R	1.795	889	1.886	1.014
3	Pidie	9.855	1.729	9.792	1.766
4	Gayo Lues A	3.894	1.063	3.894	1.084
	Gayo Lues R	876	197	876	201
5	Aceh Besar	1.719	790	1.719	793
6	Aceh Selatan	1.465	343	1.470	360
7	Aceh Jaya	1.459	225	1.561	245
8	Aceh Utara	975	224	1.025	226
9	Aceh Barat Daya	425	161	737	166
10	Aceh Timur	514	136	522	135
12	Aceh Barat	549	89	579	94
13	Aceh Tenggara	140	72	140	88
14	Aceh Singkil	163	67	179	82
15	Nagan Raya	149	50	276	55
16	Pidie Jaya	70	11	70	11
17	Subulussalam	28	5	13	5
18	Bireuen	8	4	8	4
19	Lhokseumawe	7	5	7	3
20	Aceh Tamiang	18	1	26	1
21	Banda Aceh	-	-	-	-
21	Sabang	-	-	-	-
22	Langsa	-	-	-	-
23	Simeulue	-	-	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>120.666</b>	<b>44.343</b>	<b>121.273</b>	<b>47.444</b>

Sumber : Dinas Pendidikan Aceh

Catatan : R: Kopi Robusta

A: Kopi Arabika

Tabel di atas menjelaskan kabupaten gayo lues terdapat di peringkat empat besar produksi kopi dari 23 kabupaten yang ada di aceh. Kabupaten tersebut memiliki 11 kecamatan dan lokasi yang saya pilih untuk di jadikan tempat penelitian yaitu kecamatan

pantan cuaca, desa atu kapur. Desa ini memiliki petani kopi yang lebih banyak dibandingkan desa lain yang ada di kecamatan pantan cuaca, sehingga saya tertarik dengan desa atu kapur untuk di jadikan sebuah tempat penelitian.

### **Metode Penarikan Sampel**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling sensus. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 43 orang yang berada di Desa Atu Kapur. Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel dibagi atas dua kelompok sampel yaitu kelompok internal yaitu kelompok petani dan kelompok eksternal yaitu kelompok luar petani.

Kelompok internal merupakan kelompok petani yang melakukan usahatani kopi longberry dengan sendiri. Sedangkan kelompok eksternal merupakan kelompok sampel yang dijadikan populasi untuk mendapatkan sumber informasi di luar petani yang bersumber dari pedagang pengumpul atau agen dan pedagang yang menjual produk kopi longberry. Dalam hal ini dapat di lihat pada tabel 5

**Tabel 5. Pembagian sampel berdasarkan kelompok internal dan eksternal**

No	Keterangan	Jumlah populasi
1	Internal	28
	Eksternal	
2	- Pedagang Pengumpul	7
	- Konsumen	8
	Jumlah	43

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan didalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara kepada responden dengan menggunakan pertanyaan (kuisisioner) yang dibuat terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder merupakan data terlengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait serta literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

## **Metode Analisis Data**

Untuk menganalisis rumusan masalah pertama dan kedua digunakanlah analisis deskriptif yaitu menganalisis secara langsung keadaan dilapangan serta melihat faktor internal dan eksternal yang ada dilapang. Untuk mengetahui jumlah produksi dan perkembangan luas tanam di lihat langsung dari data yang ada.

Untuk menganalisis rumusan masalah ketiga digunakanlah analisis SWOT, analisis Swot adalah penilaian atau assessment terhadap hasil inditifikasi situasi, untuk menentukan suatu kondisi yang bisa dikategorikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Matriks SWOT merupakan alat pecocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi : strategi SO (Strengths Opportunities), Strategi WO (Weaknesses-Opportunities), Strategi ST (Strengths Threats), dan Strategi WT (Weaknesses-Threats).

Terdapat delapan langkah dalam menyusun matrik SWOT, yaitu :

1. Tuliskan kekuatan internal pada usahatani yang menentukan.
2. Tuliskan kelemahan internal pada usahatni yang menentukan.
3. Tuliskan peluang eksternal pada usahatni yang menentukan.
4. Tuliskan ancaman eksternal pada usahatni yang menentukan.
5. Mecocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat.
6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO dalam sel yang tepat.
7. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat.
8. Resultan strategi WT dalam sel yang tepat.

## **Defenisi dan Batasan Operasional**

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam penelitian ini, maka perlu dibuat defenisi dan batasan operasional berikut:

1. Petani kopi adalah yang mengusahakan usahatani kopi yang didalamnya dibudidayakan kopi longberry.
2. Usahatani adalah suatu kegiatan yang dilakukan petani mulai dari memproduksi biji kopi longberry hingga dipasarkan yang dilakukan oleh petani di desa Atu kapur.
3. Strategi pengembangan usahatani kopi longberry adalah hal-hal yang dapat digunakan untuk meningkatkan usahatani kopi longberry di Desa Atu Kapur
4. S (*Strengths*) adalah kekuatan-keuatan yang ditemukan dalam usahatani kopi longberry di Desa Atu Kapur.
5. W (*Weaknesses*) adalah kelemahan - kelemahan yang ditemukan dalam usahatani kopi longberry di Desa Atu Kapur.
6. O (*Opportunities*) adalah berbagai peluang yang muncul dalam usahatani kopi longberry di Desa Atu Kapur.
7. T (*Threats*) adalah berbagai ancaman yang muncul dalam usahatani kopi longberry di Desa Atu Kapur.
8. Penelitian dilakukan di Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca kabupaten Gayo Lues.
9. Responden yang diteliti adalah petani yang melakukan usahatani kopi longberry di Desa Atu Kapur.
10. Dalam penelitian jumlah produksi dihitung pada saat musim panen dan luas tanam dihitung pada hitungan jumlah luas pada terakhir tanam.



## **DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN**

### **Letak dan Luas Daerah**

Pemilihan lokasi merupakan hal yang sangat penting dalam pelaksanaan sebuah penelitian. Daerah yang akan dijadikan sebagai lokasi penelitian haruslah memiliki kondisi yang sesuai dengan variabel penelitian. Misalnya penelitian dengan fokus bidang pertanian tidak relevan jika dilaksanakan di daerah kawasan industri, akan tetapi lebih sesuai jika dilaksanakan di daerah pedesaan.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini dilaksanakan di Desa Atu Kapur. Desa Atu Kapur merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues. Penduduk Desa Atu Kapur banyak yang berprofesi sebagai petani. Adapun batas-batas wilayah Desa Atu Kapur antara lain:

- Sebelah Utara berbatasan dengan : Desa Kenyaran
- Sebelah Selatan berbatasan dengan: Desa Seneren
- Sebelah Timur berbatasan dengan: Desa Cane Baru
- Sebelah Barat berbatasan dengan: Desa Suri Musara

Jarak Desa Atu Kapur dengan ibu kota kecamatan adalah sejauh 1 Km, sedangkan untuk jarak antara ibukota Kabupaten adalah sejauh 29 Km, dan jarak dengan ibu kota provinsi 434 Km. Umumnya tanah yang digunakan oleh masyarakat di Desa Atu Kapur adalah sebagian besar digunakan untuk berladang. Total luas areal Desa Atu Kapur adalah 3.953,60 Ha, yang terdiri dari lahan pemukiman 4 Ha, lahan perkebunan 3.946 Ha, lahan pemakaman 0,5 Ha, perkarangan 3 Ha, dan tambak/kolam, dan lainnya 0,1 Ha.

### **Keadaan Penduduk**

#### **a. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin**

Penduduk Desa Atu Kapur berjumlah sebanyak 594 jiwa. Berdasarkan jenis kelamin jumlah penduduk Desa Atu Kapur terdiri dari jumlah laki-laki sebanyak 316 jiwa dan perempuan sebanyak 278 jiwa. Untuk lebih jelasnya data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 6. Distribusi Penduduk Desa Atu Kapur Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	Laki-Laki	316	53,19
2	Perempuan	278	46,8
<b>Jumlah</b>		<b>594</b>	<b>100</b>

*Sumber: data kepala Desa Atu Kapur, 2018*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk jenis kelamin laki-laki lebih banyak dibanding dengan jenis kelamin perempuan, dengan selisih presentase jumlah penduduk sebesar 7,1 %.

#### **b. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia**

Penduduk yang berdomisili di Desa Atu Kapur terdiri dari berbagai rentang usia. Berdasarkan tabel di bawah dapat diketahui bahwa usia penduduk Desa Atu Kapur berada pada rentang usia 30-34,,35-39,,40-44 tahun, yaitu sebanyak 139 jiwa atau 23,40 % dari keseluruhan jumlah penduduk. Rentang usia tersebut merupakan usia produktif dimana setiap individu memiliki orientasi untuk bekerja guna mencukupi kebutuhan ekonomi. Sedangkan penduduk dengan usia lanjut berjumlah sebanyak 81 jiwa atau 13,63 % dari keseluruhan jumlah penduduk. Berikut adalah jumlah Desa Atu Kapur ditinjau berdasarkan usia.

**Tabel 7. Distribusi Penduduk Desa Atu Kapur Berdasarkan Usia**

No	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0-4	59	9,93
2	5-9	65	10,94
3	10-14	66	11,11
4	15-19	66	11,11
5	20-24	55	9,25
6	25-29	63	10,6
7	30-34	53	8,92
8	35-39	46	7,74
9	40-44	40	6,73
10	45-49	21	3,53
11	50-54	25	4,2
12	55-59	23	3,87
13	60-64	12	2,02
<b>Jumlah</b>		<b>594</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Kantor kepala Desa Atu Kapur, 2018.*

### c. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Penduduk Desa Atu Kapur mayoritas bekerja sebagai petani. Meskipun demikian masih terdapat beberapa penduduk lainnya yang memiliki profesi berbeda. Untuk lebih jelasnya jumlah penduduk dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis pekerjaannya, sebagai berikut.

**Tabel 8. Distribusi Penduduk Desa Atu Kapur Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	550	92,59
2	Pegawai Negeri Sipil	27	4,54
3	Pedagang	17	2,86
<b>Jumlah</b>		<b>594</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Kantor kepala Desa Atu Kapur 2018*

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa mata pencaharian yang tertinggi yaitu petani dengan jumlah 550 jiwa atau 92,59 %, peringkat ke dua adalah penduduk yang matapencaharian Pegawai Negeri Sipil yaitu sebanyak 27 jiwa atau 4,54 %, dan jumlah yang paling sedikit yaitu pedagang sebanyak 17 jiwa atau 2,86 %.

## Sarana Dan Prasarana Umum

Setiap desa memiliki sarana dan prasarana yang berbeda-beda antara satu sama lain. Sarana yang ada disesuaikan dengan kebutuhan topografi setiap desa. Tingkat perkembangan sebuah desa dapat diukur dengan kondisi sarana dan prasarana yang ada.

Desa Atu Kapur memiliki beberapa sarana dan prasarana. Keadaan sarana dan prasarana di Desa Atu Kapur akan mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat desanya. Semakin baik sarana dan prasarana pendukung maka akan mempercepat laju pembangunan Desa Atu Kapur baik di tingkat lokal maupun regional. Keadaan sarana dan prasarana di Desa Atu Kapur dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 9. Sarana dan Prasarana Desa Atu Kapur**

No	Jenis Sarana Dan Prasarana Desa	Jumlah (Unit)
1	Perumahan Penduduk	153
2	Tempat Ibadah	
	• Mesid	1
	• Musollah	1
3	Sarana Pendidikan	
	• Paud	1
	• Tk	1
	• Sd/Sederajat	1
	• Sma/Sederajat	1
4	Sarana Kesehatan	
	• Puskesmas Pembantu Dan Posyandu	1
5	Sarana Umum	
	• Kantor Kepala Desa	1
	• TPU	1

*Sumber: Data Kantor kepala Desa Atu Kapur, 2017.*

## Karakteristik Sampel

Sampel merupakan komponen yang paling penting dalam sebuah penelitian. Karakteristik sampel harus sesuai dengan tujuan penulisan sebuah penelitian. Sesuai dengan judul maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah para petani kopi dengan jumlah 43 orang responden yang terdapat di Desa Atu Kapur, Kecamatan Pantan Cuaca, Kabupaten

Gayo Lues. Dari keseluruhan sampel yang berjumlah 43 Orang ditentukan secara acak. Berdasarkan wawancara penulis dapat diketahui bahwa luas lahan petani kopi dari keseluruhan sampel adalah 1.625 Rante.

Karakteristik sampel penelitian dibedakan berdasarkan jenis kelamin, usia, Luas Lahan dan lama usaha. Penulis akan menjabarkan keseluruhan karakteristik sampel penelitian tersebut satu persatu.

**a. Umur Petani, Pedagang Pengumpul dan Konsumen Sampel**

Umur merupakan salah satu indikator dalam penentuan masa produktif seseorang menjalani pekerjaan. Umur petani, pedagang pengumpul dan konsumen sampel secara keseluruhan berada pada rentang 27-70 tahun dan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 10. Distribusi Petani Pedagang Pengumpul dan Konsumen Sampel Berdasarkan Usia Di Desa Atu Kapur Tahun 2019**

No	Kelompok Usia	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	20-30	8	18,6
2	31-40	12	27,9
4	41-50	22	51,2
5	61-70	1	2,3
<b>Jumlah</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer Diolah, 2019*

Dari tabel diatas dilihat bahwa petani, pedagang pengumpul dan konsumen sampel berdasarkan umur dengan tingkat umur sampel terkecil berada pada umur diantara 60-70 yaitu 1 jiwa atau 2,3 % dan sampel terbesar pada umur 41-50 tahun dengan jumlah 22 jiwa atau 51,2 %.

**b. Tingkat Pendidikan Petani, Pedagang Pengumpul dan Konsumen Sampel**

Pendidikan merupakan suatu hal yang penting, dimana dengan adanya pendidikan yang pernah diikuti oleh seseorang secara langsung akan mempengaruhi pola pikir dan pengetahuan. Dalam hal ini pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan yang bersifat

formal. Pendidikan petani, pedagang pengumpul dan konsumensampel secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 11. Distribusi Petani Pedagang Pengumpul dan Konsumen Sampel Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Desa Atu Kapur Tahun 2019**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	SD	1	2,3
2	SMP	11	25,6
3	SMA	23	53,5
4	S1	8	18,6
<b>Jumlah</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer Diolah, 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa petani, pedagang pengumpul dan konsumen sampel berdasarkan tingkat pendidikan, dimana tingkat pendidikan SMA menyumbang jumlah sampel terbanyak yaitu sebesar 23 jiwa atau 53,5 % dan tingkat pendidikan sampel terendah adalah SD yaitu dengan jumlah sampel sebanyak 1 jiwa atau 2,3 %.

### c. Jumlah Tanggungan Petani, Pedagang Pengumpul dan Konsumen Sampel

Jumlah tanggungan merupakan banyaknya anggota keluarga yang menjadi tanggung jawab seseorang dalam memenuhi semua kebutuhan hidup. Besarnya jumlah tanggungan petani, pedagang pengumpul dan konsumensampel secara keseluruhan berada pada rentang 1-5 orang. Untuk lebih jelasnya jumlah tanggungan petani sampel di daerah penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 12. Distribusi Petani, Pedagang Pengumpul dan Konsumen Sampel Berdasarkan Jumlah Tanggungan Di Desa Atu Kapur Tahun 2019**

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	0-2	19	44,19
2	3-4	18	41,86
3	5-6	6	13,95
<b>Jumlah</b>		<b>43</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer Diolah, 2019*

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa petani,pedagang pengumpul dan konsumen sampel berdasarkan kelompok jumlah tanggungan dimana jumlah tanggungan terbesar adalah 0-2 orang dengan jumlah 19 orang atau 44,19 % dan kelompok jumlah tanggungan terkecil adalah 5-6 yaitu 6 orang atau 13,95 %.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam usahatani kopi Longberry. Faktor internal meliputi faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar usahatani kopi Longberry. Faktor eksternal meliputi faktor peluang dan faktor ancaman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor internal dan faktor eksternal dari usahatani kopi Longberry, adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

### **Faktor internal**

#### 1. Faktor kekuatan

- Bentuk fisik lebih panjang dan lebih besar dibanding bentuk kopi pada umumnya, kualitas kopi Longberry di Desa Atu Kapur terlihat dari fisik biji kopi dan warna yang hitam kecoklatan serta tingkat keharuman yang tajam. Benih kopi Longberry dikembangbiakan sendiri oleh petani. Tetapi hanya sebagian petani yang mengembangbiakan benih kopi Longberry. Sebagian petani lainnya membeli benih kopi Longberry.
- Sumber daya manusia yang terampil dalam mengusahakan produksi kopi, usahatani kopi Longberry di Desa Atu Kapur memiliki sumber daya manusia yang terampil. Contohnya hubungan kerjasama yang baik dengan pedagang pengumpul dan konsumen sehingga produksi kopi dapat terjual dengan baik.
- Teknologi yang digunakan dalam proses produksi kopi sangat sederhana, proses produksi kopi Longberry berawal dari kopi Longberry yang ditanam yang kemudian apabila sudah panjang ujungnya dipangkas. Lalu apabila buahnya sudah merah, maka dipetik buahnya dan digiling untuk memisahkan kulit dengan biji kopinya. Setelah itu biji kopi dijemur selama 1-3 minggu kemudian di sangrai dan digiling sampai halus.



Proses ini membutuhkan waktu sekitar sebulan setelah panen. Kemudian dikemas sedemikian rupa.

- Rasa dan aroma kopi yang nikmat, cita rasa yang khas dari kopi Longberry dan tingkat keharuman yang tajam memberikan makna kopi Longberry berbeda dengan jenis kopi lainnya.
- Ketersediaan lahan yang cukup luas, ketersediaan lahan yang ada di Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca sangat luas dan lahan tersebut sangat cocok untuk budidaya kopi Longberry.

## 2. Kelemahan

- Pengalaman petani dalam usahatani kopi Longberry, petani kopi Longberry memiliki pengalaman usahatani paling banyak sekitar 7-8 tahun. Pengalaman ini tergolong masih rendah sebab petani belum memahami lebih dalam mengenai cara pemangkasan dan perawatan. Dalam perawatan, tanah sekitarnya harus bersih sehingga buah dapat berbuah.
- Belum memiliki label (merk), usahatani kopi Longberry di Desa Atu Kapur belum memiliki label atau nama sehingga produk kopi Longberry belum dikenal oleh masyarakat luas.
- Jarak ke konsumen terlalu jauh, usahatani kopi Longberry berada di Desa Atu Kapur daerah pegunungan, sehingga sulit bagi konsumen untuk mendapat kopi Longberry secara langsung dari Petani kopi Longberry.
- Teknologi yang kurang, teknologi yang digunakan dalam proses produksi kopi Longberry masih kurang, dimana dalam penggilingan kopi hanya beberapa petani yang telah menggunakan mesin, sebagian lainnya masih menggunakan alat tradisional dalam menggiling kopinya yaitu dengan cara ditumbuk.

## **Faktor Eksternal**

### **1. Peluang**

- Permintaan kopi Longberry yang semakin meningkat, kopi Longberry cukup diminati karena aroma dan rasa yang khas berbeda dengan kopi lainnya. Permintaan kopi Longberry sebagian besar dijual ke daerah Medan. Karena daerah Medan terdapat banyak cafe yang menjual kopi dari berbagai daerah.
- Adanya perkembangan teknologi dalam memperkenalkan produk kopi Longberry, perkembangan teknologi dalam memperkenalkan produk kopi yang dilakukan setiap petani kopi Longberry berbeda. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan kopi Longberry kepada masyarakat luas.
- Banyaknya jumlah produksi kopi namun harga tetap stabil, musim panen ataupun musim paceklik (produksi turun) tidak mempengaruhi harga kopi Longberry. Harga kopi Longberry tetap stabil yaitu berkisar Rp 400.000/kg.

### **2. Ancaman**

- Banyaknya jenis kopi, kopi memiliki banyak jenis kopi seperti kopi jenis ateng, robusta dan arabika. Sehingga penikmat kopi tidak hanya memilih kopi Longberry, tapi juga memilih jenis kopi lain yang sudah terkenal.
- Adanya persaingan usaha, banyak petani yang mengusahakan usahatani kopi Longberry selain di Desa Atu Kapur yaitu di daerah lain seperti Takengon dan Blanngejren, sehingga tidak menutup kemungkinan persaingan usaha akan terjadi. Hal ini menjadi ancaman bagi petani kopi di Desa Atu Kapur dalam memasarkannya.
- Keterikatan harga dari kerjasama, kerjasama yang terjadi antara petani dengan pedagang pengumpul memiliki ketetapan dalam menentukan harga. Harga ditetapkan

oleh kedua belah pihak sehingga tidak dapat dinaikan atau diturunkan apabila terjadi musim panen maupun paceklik.

## **Analisis Matriks IFAS Dan EFAS Pada Usahatani Kopi Longberry**

### **Matriks IFAS**

Faktor yang dianalisis dengan matriks IFAS ini adalah faktor-faktor strategis internal perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kekuatan dan kelemahan dimasukkan kemudian diberi bobot dan rating sehingga hasil identifikasi seperti tabel dibawah :

Tabel 13. Matriks IFAS

<b>Faktor- faktor strategi internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>
<b>Kekuatan</b>			
Bentuk fisik lebih panjang dan lebih besar disbanding bentuk kopi pada umumnya	0,129	4	0,516
Sumberdaya manusia yang terampil dalam mengusahakan produksi kopi	0,114	3	0,342
Teknologi yang digunakan dalam proses produksi kopi sangat sederhana	0,110	3	0,330
Rasa dan aroma kopi yang nikmat	0,114	3	0,342
Ketersediaan lahan yang cukup luas	0,110	4	0,440
<b>Jumlah</b>	<b>0,58</b>		<b>1,97</b>
<b>Kelemahan</b>			
Pengalaman petani dalam usahatani kopi Longberry	0,114	2	0,228
Belum memiliki label (merk)	0,124	2	0,248
Jarak konsumen terlalu jauh	0,095	3	0,285
Teknologi yang kurang	0,090	2	0,180
<b>Jumlah</b>	<b>0,42</b>		<b>0,94</b>
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,91</b>

Sumber : Data Primer diolah 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui hasil perhitungan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) menunjukkan bahwa nilai faktor internal sebesar 2,91. Hal ini menunjukkan bahwa posisi usahatani kopi Longberry berada di atas rata-rata dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang ada dalam usahatani.

### **Matriks EFAS**

Faktor yang di analisis dengan matriks EFAS ini adalah faktor-faktor strategis eksternal. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peluang dan ancaman dimasukkan sebagai faktor strategi eksternal kemudian diberi bobot dan rating sehingga diperoleh hasil identifikasi seperti tabel dibawah :

Tabel 14. Matriks EFAS

<b>Faktor- faktor strategi eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>
<b>Peluang</b>			
Permintaan kopi Longberry yang semakin meningkat	0,180	4	0,72
Adanya perkembangan teknologi dalam memperkenalkan produk kopi Longberry	0,160	4	0,64
Banyaknya jumlah produksi kopi namun harga akan tetap stabil	0,160	3	0,48
<b>Jumlah</b>	<b>0,5</b>		<b>1,84</b>
<b>Ancaman</b>			
Banyaknya jenis kopi	0,150	2	0,30
Adanya persaingan usaha	0,170	2	0,34
Keterikatan harga dari kerjasama	0,180	3	0,54
<b>Jumlah</b>	<b>0,5</b>		<b>1,18</b>
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,02</b>

Sumber : Data Primer diolah 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui hasil perhitungan matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) menunjukkan bahwa nilai faktor internal sebesar 3,02. Hal ini

menunjukkan bahwa posisi eksternal dalam usahatani kopi Longberry berada di atas rata-rata dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman yang ada dalam usahatani.

### Matriks penggabungan IFAS+EFAS

Tabel 15. Penggabungan IFAS +EFAS

No variabel	<i>Strength</i> Kekuatan	Bobot x Rating	<i>Weakness</i> Kelemahan	Bobot x Rating
1	Bentuk fisik lebih panjang dan lebih besar disbanding bentuk kopi pada umumnya	0,516	Pengalaman petani dalam usahatani kopi longberry	0,228
2	Sumberdaya manusia yang terampil dalam mengusahakan produksi kopi	0,342	Belum memiliki label (merek)	0,248
3	Teknologi yang digunakan dalam proses produksi kopi sangat sederhana	0,330	Jarak kekonsumen terlalu jauh	0,285
4	Rasa dan aroma kopi yang nikmat	0,342	Teknologi yang kurang	0,180
5	Ketersediaan lahan yang cukup luas	0,440		
	<b>Sub Total (A)</b>	<b>1,97</b>	<b>Sub Total (B)</b>	<b>0,94</b>
No Variabel	<i>Opportunity</i> Peluang	Bobot x Rating	<i>Threats</i> Ancaman	Bobot x Rating
1	Permintaan kopi Longberry yang semakin meningkat	0,72	Banyaknya jenis kopi	0,30
2	Adanya perkembangan teknologi dalam memperkenalkan produk kopi Longberry	0,64	Adanya persaingan usaha	0,34
3	Banyaknya jumlah produksi kopi namun harga akan tetap stabil	0,48	Keterkaitan harga dari kerjasama	0,54
	<b>Sub Total (c)</b>	<b>1,84</b>	<b>Sub Total (D)</b>	<b>1,18</b>
	<b>Total S+O</b>		<b>Total W+T</b>	
	<b>Atau (A) + (C)</b>	<b>3,81</b>	<b>Atau (B) +(D)</b>	<b>2,12</b>

Sumber : Data Primer diolah 2019

Pada tabel matriks penggabungan IFAS dan EFAS diatas dapat diketahui perbandingan bahwa :

$$\text{Strength} + \text{Opportunity} (3,81) > \text{Weakness} + \text{Threats} (2,12)$$

Maka faktor strategis kekuatan dan peluang sangat mendukung dalam memecahkan permasalahan yang ada dan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sehingga usahatani Kopi Longberry di Desa Atu Kapur, Kecamatan Pantan Cuaca, Kabupaten Gayo Lues dapat bertahan dan dapat lebih dikembangkan lagi.

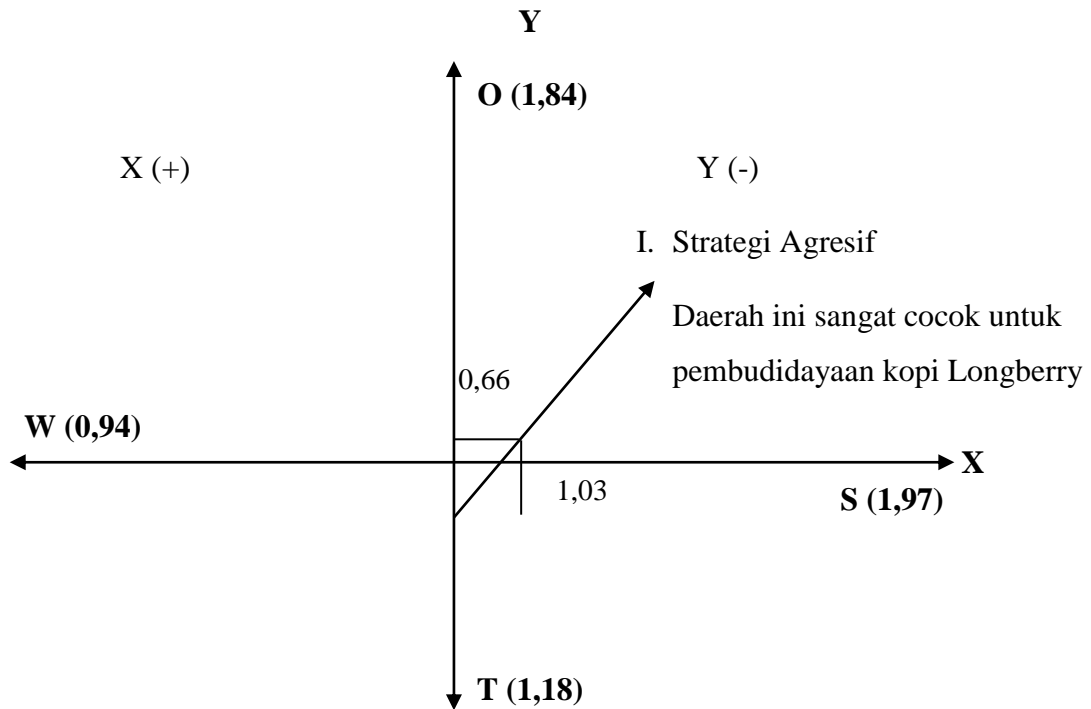
### **Kuadran SWOT**

Menurut rangkuti (2015), matriks IFAS dan EFAS dapat dipetakan dengan cara lain yaitu dengan kuadran SWOT. Hasil sebagai berikkut :

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- b. Posisi ushatani ditentukan dengan hasil sebagai berikut :
  - a) Kalau peluang lebih besar dari pada ancaman maka nilai  $y > 0$  dan sebaliknya kalau ancaman lebih besar dari pada peluang maka nilai  $y < 0$ .
  - b) Kalau kekuatan lebih besar dari pada kelemahan maka nilai  $x > 0$  dan sebaliknya kalau kelemahan lebih besar dari pada kekuatan maka nilainya  $x < 0$ .

Hasil dari tabel matriks IFAS dan tabel matriks EFAS didapat skor masing-masing faktor yaitu :

1. Nilai skor kekuatan sebesar 1,97.
2. Nilai skor kelemahan sebesar 0,94.
3. Nilai skor peluang sebesar 1,84.
4. Nilai skor ancaman sebesar 1,18.



**Gambar 3.** Kuadran Analisis SWOT (Usahatani Kopi Longberry)

Perhitungan :

$$\text{Sumbu X} = \text{Strength} - \text{Weakness} = 1,97 - 0,94 = 1,03$$

$$\text{Sumbu Y} = \text{Opportunity} - \text{Threats} = 1,84 - 1,18 = 0,66$$

Berdasarkan gambar 2 kudarannya analisis SWOT yang diatas bahwa strategi yang didapat diterapkan di usahatani Kopi Longberry adalah strategi Agresif yang terbentuk dalam kuadran I.

Strategi Agresif atau SO pada matriks SWOT merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki usahatani untuk memanfaatkan peluang yang ada pada usahatani kopi Longberry.



## Matrik SWOT

Tabel 16. Matrik Swot Usahatani Kopi Longberry di Desa Atu Kapur, Kecamatan Pantan Cuaca, Kabupaten Gayo Lues

<p><b>Faktor Internal</b></p> <p><b>Faktor Eksternal</b></p>	<p><b>STRENGTH (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bentuk fisik lebih panjang dan lebih besar dibanding bentuk kopi pada umumnya</li> <li>2. Sumberdaya manusia yang terampil dalam mengusahakan produksi kopi</li> <li>3. Teknologi yang digunakan dalam proses produksi kopi sangat sederhana</li> <li>4. Rasa dan aroma kopi yang nikmat</li> <li>5. Ketersediaan lahan yang cukup luas</li> </ol>	<p><b>WEAKNESS (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengalaman petani dalam usahatani kopi longberry</li> <li>2. Belum memiliki label (merek)</li> <li>3. Jarak kekonsumen terlalu jauh</li> <li>4. Teknologi yang kurang</li> </ol>
<p><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan kopi longberry yang semakin meningkat</li> <li>2. Adanya perkembangan teknologi dalam memperkenalkan produk kopi Longberry</li> </ol>	<p><b>SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat nilai tambah (inovasi produk)</li> <li>2. Meningkatkan produksi</li> <li>3. Memanfaatkan sarana transportasi yang sudah ada</li> <li>4. Meningkatkan</li> </ol>	<p><b>WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat program diskusi/pertemuan</li> <li>2. Memperbaiki sarana dan prasarana</li> <li>3. Menggunakan media sosial dalam promosi</li> <li>4. Menggunakan kemasan yang unik</li> <li>5. Peningkatan fasilitas</li> </ol>

<p>3. Banyaknya jumlah produksi kopi namun harga akan tetap stabil</p>	<p>peluang pasar</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Membuat label (merk)</li> <li>6. Memdukung terbentuknya agrowisata</li> <li>7. Menciptakan produk unggul</li> <li>8. Membuat management bisnis</li> <li>9. Optimalisasi dan pengembangan usahatani kopi</li> </ol>	<p>transportasi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Menggunakan teknologi modern</li> <li>7. Memberikan sampel produk</li> </ol>
<p><b>THREATS (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya jenis kopi</li> <li>2. Adanya persaingan usaha</li> <li>3. Keterikatan harga dari kerjasama</li> </ol>	<p><b>ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga hubungan kerjasama</li> <li>2. Optimalisasi proses produksi</li> <li>3. Tersedianya keragaman produk kopi</li> <li>4. Mencari informasi harga</li> </ol>	<p><b>WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempelajari sistem usahatani kopi longberry lebih lanjut</li> <li>2. Mencari informasi usahatani kopi longberry</li> <li>3. Melakukan promosi usaha</li> <li>4. Meneliti kopi longberry untuk meningkatkan kualitas</li> <li>5. Melakukan evaluasi kerjasama</li> </ol>

## **Strategi pengembangan Usahatani Kopi Longberry**

Analisis SWOT berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) yang di miliki petani, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi petani.

### **Strategi SO**

1. Membuat nilai tambah (inovasi produk), artinya melakukan pengembangan produk dari bahan baku kopi Longberry yang dipanen menjadi produk barang jadi. Misalnya : ekstrak kopi dalam pembuatan roti, kopi bubuk dan lainnya.
2. Meningkatkan produksi, artinya menghasilkan produksi yang lebih tinggi dari produksi sebelumnya sehingga dapat memenuhi permintaan kopi yang semakin meningkat. Meningkatkan produksi misalnya dapat dilakukan dengan cara pengujian perbandingan terhadap tanaman dengan bibit yang biasa digunakan dengan bibit lain, sehingga mendapatkan produksi yang lebih tinggi. Cara lainnya juga dengan meningkatkan SDM yang ada, memberikan pemahaman mengenai pekerjaan yang dilakukan agar lebih ahli dalam bidangnya.
3. Pemanfaatan sarana transportasi yang sudah ada untuk menjangkau konsumen yang jaraknya jauh dan menjaga kualitas kopi Longberry saat dalam perjalanan.
4. Meningkatkan peluang pasar baik domestik maupun internasional, artinya memperluas pasar baik domestik maupun internasional dengan mengandalkan kualitas kopi Longberry yang harum dan bagus. Pasar domestik yang dimaksud adalah pasar mingguan yang terletak di desa Atu Kapur, pasar mingguan tersebut hanya dibukan pada hari selasa pagi hingga siang hari.
5. Membuat label (merk), artinya membuat label kopi Longberry yang dihasilkan sehingga dapat lebih dikenal masyarakat.

6. Mendukung terbentuknya agrowisata, artinya membuat agrowisata di usahatani kopi Longberry agar masyarakat dapat langsung melihat cara budidaya kopi Longberry dari penanaman dan panen hingga kepada kopi yang telah digiling serta memberikan tester kepada konsumen. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kopi longberry yang dihasilkan sekaligus memperkenalkan masyarakat kepada kopi Longberry.
7. Menciptakan produk unggul, artinya menciptakan produk unggul yang memiliki cita rasa yang khas dengan tingkat keharuman tinggi dan kualitas baik sehingga dapat meningkatkan harga kopi Longberry. Menciptakan produk unggul juga dilakukan dengan cara penelitian terhadap kopi Longberry dengan adanya bantuan penyuluh pertanian. Membuat bibit sendiri, artinya menciptakan bibit kopi Longberry sendiri sehingga dapat menarik kepercayaan konsumen. Menciptakan bibit sendiri dapat dilakukan dengan cara melakukan penelitian mengenai bibit kopi Longberry dan mencari informasi mengenai pembuatan bibit kopi Longberry dengan adanya bantuan dari pemerintah melalui pusat penelitian kopi.
8. Membuat management bisnis, artinya menyusun segala aspek dalam usahatani kopi Longberry agar lebih transparan dan jelas. Dalam management bisnis, mengatur tentang mempertahankan produksi agar lebih stabil dengan melakukan penanaman secara sistematis dan meminimalisir biaya produksi.
9. Optimalisasi usahatani kopi Longberry yaitu melakukan optimalisasi terhadap usahatani kopi Longberry dengan memanfaatkan ketersediaan lahan yang ada. Serta melakukan pengembangan area lahan, artinya melakukan pengembangan terhadap lahan kopi Longberry sehingga lebih luas sebab ketersediaan lahan yang cukup dan sesuai untuk budidaya kopi Longberry.

## **Strategi WO**

1. Membuat program diskusi atau pertemuan, artinya membuat forum diskusi dengan berbagai pihak seperti penyuluh dan para petani kopi Longberry untuk saling berbagi informasi setiap permasalahan dalam usahatani kopi Longberry.
2. Memperbaiki sarana dan prasarana daerah usahatani, artinya memperbaiki setiap sarana dan prasarana yg digunakan untuk menunjang pemasaran kopi Longberry. Sehingga jarak dari usahatani ke konsumen tidak memerlukan waktu lama dan lancar.
3. Menggunakan media sosial dalam promosi yaitu melakukan promosi untuk mendapatkan konsumen yang lebih luas.
4. Penggunaan kemasan yang unik, artinya menciptakan kemasan yang unik sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli kopi Longberry.
5. Peningkatan fasilitas transportasi, artinya memberikan fasilitas transportasi yang baik untuk mengatasi jarak yang terlalu jauh.
6. Menggunakan teknologi modern, artinya menggunakan teknologi modern untuk meminimalisir kehilangan produksi kopi Longberry. Misalnya menggunakan mesin pengupas kulit kopi seperti mesin huller dan menggunakan mesin penggiling kopi seperti mesin grinder.
7. Memberi produk sampel yaitu menunjukkan keunggulan kopi Longberry meskipun tidak menggunakan teknologi.

## **Strategi ST**

1. Menjaga hubungan kerjasama yaitu menjaga kerjasama dengan menjual kopi Longberry baik fisik dan kuantitas sesuai perjanjian sehingga dapat menjaga kepercayaan.

2. Optimalisasi proses produksi artinya melakukan pengoptimalan terhadap proses produksi agar tidak kehilangan produksi selama proses produksi. Misalnya dengan menggunakan mesin dalam proses produksi.
3. Tersedianya keragaman produk kopi yaitu menciptakan produk kopi yang beragam sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Seperti membuat produk kopi instan, kopi bubuk, dan kopi ekstrak.
4. Mencari informasi harga dilakukan juga untuk dapat melakukan perubahan perjanjian yang telah disepakati.

### **Strategi WT**

1. Mempelajari usahatani kopi Longberry lebih lanjut, artinya mempelajari usahatani kopi Longberry dari petani kopi Longberry lain maupun dari pengalaman sehingga dapat menambah pengalaman petani dalam usahatani kopi Longberry.
2. Mencari informasi usahatani kopi Longberry melalui internet buku atau lainnya sehingga menambah pengalaman petani.
3. Melakukan promosi usaha, artinya melakukan pemasaran dengan cara mempromosikan kopi Longberry lewat media sosial dan lainnya.
4. Meneliti usahatani kopi Longberry agar meningkatkan kualitas kopi dan menambah pengalaman petani yang masih kurang dalam usahatani kopi Longberry.
5. Melakukan evaluasi kerjasama artinya menyusun ulang perjanjian yang telah disepakati bersama untuk mendapatkan keuntungan bersama.

Berdasarkan penjelasan strategi diatas dapat ditarik kesimpulan alternatif strategi yang harus diprioritaskan oleh para petani kopi longberry. Adapun urutan prioritas alternative strateginya sebagai berikut:

1. Mendukung terbentuknya agrowisata. (Strategi SO)
2. Menggunakan teknologi modern. (Strategi WO)

3. Tersedianya keragaman produk kopi. (Strategi ST)
4. Membuat management bisnis. (Strategi SO)

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Matriks penggabungan IFAS dan EFAS diketahui perbandingan bahwa Strength + Opportunity memberikan hasil (3,81) dan Weakness + Threats memberikan hasil (2,12).
2. Strategi kuadran yang di dapat terletak pada kuadran 1 dengan nilai sumbu X sebesar 1,03 dan sumbu Y sebesar 0,66 yang artinya strategi tersebut merupakan strategi agresif.
3. Strategi agresif atau SO pada matriks SWOT merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki usahatani untuk memanfaatkan peluang yang ada pada usahatani kopi longberry.
4. Matriks SWOT usahatani kopi Longberry terdiri dari
  - Strategi SO yang meliputi membuat nilai tambah, meningkatkan produksi dan peluang pasar, memanfaatkan sarana transportasi, menciptakan produk unggul dan mendukung terbentuknya agrowisata.
  - Strategi WO yang meliputi menggunakan teknologi modern, kemasan yang menarik dan media sosial dalam promosi.
  - Strategi ST yang meliputi optimalisasi dalam proses produksi, keragaman produk kopi dan pencarian informasi harga.
  - Strategi WT yang meliputi melakukan promosi dan evaluasi kerja.
5. Dalam analisis Swot didapat strategi alternative yang harus di prioritaskan sebagai berikut: mendukung terbentuknya agrowisata (strategi SO), menggunakan teknologi modern (strategi WO), tersedianya keragaman produk kopi (strategi ST), dan membuat management bisnis (strategi SO).

### **Saran**



Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah :

1. Petani diharapkan mencari informasi terbaru tentang budidaya kopi dan teknologi yang tepat untuk meningkatkan produksi dan kualitas dari hasil produksi, sehingga menambah perkembangan produksi kopi.
2. Diharapkan kepada pemerintah daerah setempat untuk memberikan bantuan berupa tenaga penyuluh dibidang budidaya kopi agar dapat membantu pelaku usaha lebih meningkatkan hasil produksinya

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrin Kahar, 1994. *Pendidikan, Penelitian dan Pengembangan Hortikultura*. Proc. Simp. Hort. Nas., Malang. P. 54 -59.
- Ariswandi, 2009. *Strategi Kebijakan Pengembangan Komoditas Kopi di Kabupaten Lampung Barat*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Asosisasi Eksportir Kopi Indonesia, 2014. <http://aeki-aice.org>. Diakses 18 September 2014.
- Badan Pusat Statistika. 2016. *Luas Areal dan Produksi Komiditas Kopi Perkebunan Rakyat*. Kabupaten Gayo Lues.
- Hastuti D. R. dan Rahim A. 2007. *Ekonomika Pertanian (pengantar, teori, dan kasus)*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kuba, Aman. 2015. *Defenisi Kopi Longberry*. Gayo Lues.  
44
- Najiyati, S dan Danarti. 1997. *Kopi Budidaya dan penanganan lepas panen*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nalurita, Sari. 2014. *Analisis DayaSaing dan Rumusan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia*. Institut Pertanian Bogor.
- Pearce, John A dan Richard B. Robinson. 1997. *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid 1. JAKARTA: Binarupa Aksara.
- Rangkuti, F. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sihaloho, T. M. 2009. *Strategi Pengembangan agribisnis Kopi Di kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara* [Skripsi], Fakultas Pertanian, Institus Pertanian Bogor. Bogor.
- Soekartawi,2010. *Agribisnis teori dan aplikasinya*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Spillane, James. 1994. *Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius. Yogyakarta.
- Sugiono, Dr., Prof., (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suratiyah, Ken, 2015.*Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya, Jakarta

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUISONER

#### STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TANI KOPI LONGBERRY (Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues)

Kepada yth :

Bapak/ibu/saudara/i

Di

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novita Winda Sari

Npm : 1404300148

Jurusan : Agribisnis/ Fakultas Pertanian

Bersamaan surat saya ini memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuisoner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dari kuisoner ini akan digunakan sebagai penelitin skripsi.

Demikian lah surat ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerjasama dari bapak/ibu/saudara/i saya ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

## Kuisisioner penelitian

### A. Karakteristik responden

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Jumlah tanggungan :

### B. Petunjuk pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan tersebut saya berharap kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan ini.
2. Pilihlah salah jawaban yang tersedia dengan memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia
3. Ketersediaan pilihan :
  - SS : Sangat setuju (4)
  - S : Setuju (3)
  - TS : Tidak Setuju (2)
  - STS : Sangat tidak setuju (1)
4. Terima kasih banyak untuk waktu yang telah bapak/ibu berikan sehingga informasi yang bapak/ibu berikan dapat berguna dalam penelitian saya ini.

### C. Pertanyaan

#### **Petani**

1. Apakah usaha tanaman kopi longberry sebagai pekerjaan utama Bapak/ibu?  
Jawab : .....
2. Apakah usaha kopi longberry yang bapak/ibu jalankan sudah memiliki merk penjualan?  
Jawab : .....
3. Kenapa bapak/ibu memilih usaha kopi longberry?
  - a. Harga bibit yang mahal
  - b. Permintaan yang tinggi
  - c. Harga jual kopi longberry yang tinggi
  - d. Biaya pembuatan bibit yang murah
4. Sudah berapa lama pengalamman bapak/ibu dalam melakukan usahatani kopi longberry tersebut?  
Jawab : .....
5. Berapakah jumlah produksi yang bapak/ibu hasilkan selama setahun?  
Jawab : .....
6. Berapakah luas lahan yang bapak/ibu yang digunakan dalam usaha kopi longberry?  
Jawab : .....
7. Berapakah jumlah frekuensi panen bapak/ibu dalam 1 bulan?  
Jawab : .....
8. Barapa gaji yang harus bapak/ibu bayar untuk tenaga kerja?  
Jawab : .....
9. Apa saja kendala yang bapak/ibu hadapi dalam usaha kopi longberry?  
Jawab : .....
10. Adakah bantuan dari pemerintah ataupun kelompok tani dalam usaha kopi longberry?  
Jawab : .....

11. Kemana saja bapak/ibu menjual produk kopi longberry tersebut?

Jawab : .....

### **Pedagang Pengumpul**

12. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang kopi longberry?

Jawab: .....

13. Dari mana dasar penetapan harga kopi longberry tersebut?

Jawab: .....

14. Selain dari daerah ini, dari mana saja Bapak memperoleh kopi longberry?

Jawab: .....

15. Kedaerah mana saja Bapak menjual kopi longberry?

Jawab: .....

16. Berapa harga beli kopi longberry dari petani?

Jawab: .....

17. Berapa harga jual kopi longberry kepada konsumen?

Jawab: .....

### **Konsumen**

18. Apakah Bapak/Ibu mengetahui asal dari kopi longberry yang anda konsumsi?

Jawab: .....

19. Berapakah harga kopi longberry yang Bapak Beli?

Jawab: .....

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

<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Bentuk fisik lebih panjang dan lebih besar dibanding bentuk kopi pada umumnya				
2	Sumber daya manusia yang terampil dalam mengusahakan produksi kopi				
3	Teknologi yang digunakan dalam proses produksi kopi sangat sederhana				
4	Rasa dan aroma kopi yang nikmat				
5	Ketersediaan lahan yang cukup luas				

<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Pengalaman petani dalam usahatani kopi Longberry				
2	Belum memiliki label (merk)				
3	Jarak ke konsumen terlalu jauh				
4	Teknologi yang kurang				

**Analisis Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)**

<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Permintaan kopi longberry yang semakin meningkat				
2	Adanya perkembangan teknologi dalam memperkenalkan produk kopi longberry				
3	Banyaknya jumlah produksi kopi namun harga akan tetap stabil				

<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Banyaknya jenis kopi				
2	Adanya persaingan usaha				
3	Keterikatan harga dari kerjasama				

## **Lampiran 2. Tujuan Kuisisioner Penelitian**

Untuk mendapatkan penilaian responden mengenai faktor-faktor strategi internal dan strategi eksternal pengembangan yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan Strategi Pengembangan Usaha Tani Kopi Longberry Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues.

Petunjuk pengisian kuisisioner pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman perusahaan. Pemberian nilai dari setiap variabel dilakukan berdasarkan atas perbandingan secara berpasangan antara dua faktor yang mempengaruhi Usaha Tani Kopi Longberry. Metode tersebut digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor penentu (strategi) internal dan eksternal.

Cara membaca perbandingan dimulai dari variabel pada baris 1 (huruf cetak miring) terhadap kolom 1 (huruf cetak tegak), lalu variabel pada baris 2 terhadap kolom 1, dan seterusnya secara konsisten.

Untuk menentukan pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan Usahatani Kopi Longberry.

1. Jika indikator horizontal kurang penting dibandingkan dengan indikator vertikal.
2. Jika indikator horizontal lebih penting dibandingkan dengan indikator vertikal.



Pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan Usaha tani kopi longberry.

<b>Faktor Strategi Internal</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>Total</b>	<b>Bobot</b>
<b>(A)</b>	■										
<b>(B)</b>		■									
<b>(C)</b>			■								
<b>(D)</b>				■							
<b>(E)</b>					■						
<b>(F)</b>						■					
<b>(G)</b>							■				
<b>(H)</b>								■			
<b>(I)</b>									■		
<b>Total</b>											

#### Kekuatan

- (A) Bentuk fisik lebih panjang dan lebih besar disbanding bentuk kopi pada umumnya
- (B) Sumber daya manusia yang terampil dalam mengusahakan produksi kopi
- (C) Teknologi yang digunakan dalam proses produksi kopi sangat sederhana
- (D) Rasa dan aroma kopi yang nikmat
- (E) Ketersediaan lahan yang cukup luas

#### Kelemahan

- (F) Pengalaman petani dalam usahatani kopi longberry
- (G) Belum memiliki label (merek)
- (H) Jarak ke konsumen terlalu jauh
- (I) Teknologi yang kurang

Pembobotan terhadap peluang dan ancaman Usaha Tani Kopi Longberry .

Faktor Strategi Eksternal	A	B	C	D	E	F	Total	Bobot
(A)	■							
(B)		■						
(C)			■					
(D)				■				
(E)					■			
(F)						■		
<b>Total</b>								

Peluang

- (A) Permintaan kopi longberry yang semakin meningkat
- (B) Adanya perkembangan teknologi dalam memperkenalkan produk kopi longberry
- (C) Banyaknya jumlah produksi kopi namun harga akan tetap stabil

Ancaman

- (D) Banyaknya jenis kopi
- (E) Adanya persaingan usaha
- (F) Keterikatan harga dari kerjasama

Pemberian nilai rating terhadap faktor internal dan eksternal Usaha tani kopi longberry.

SWOT	Rating			
	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Kekuatan dan Peluang	4	3	2	1
Kelemahan dan Ancaman	1	2	3	4

Pemberian nilai rating terhadap kekuatan Usahatani kopi longberry.

Menurut bapak/ibu bagaimana faktor kekuatan tersebut mempengaruhi kondisi Usahatani kopi longberry.

<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
a. Bentuk fisik lebih panjang dan lebih besar dibanding bentuk kopi pada umumnya				
b. Sumber daya manusia yang terampil dalam mengusahakan produksi kopi				
c. Teknologi yang digunakan dalam proses produksi kopi sangat sederhana				
d. Rasa dan aroma kopi yang nikmat				
e. Ketersediaan lahan yang cukup luas				

Pemberian nilai rating terhadap kelemahan Usahatani kopi longberry.

Menurut bapak/ibu bagaimana kelemahan tersebut mempengaruhi Usahatani kopi longberry.

<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
a. Pengalaman petani dalam usahatani kopi longberry				
b. Belum memiliki label (merek)				
c. Jarak ke konsumen terlalu jauh				
d. Teknologi yang kurang				

Pemberian nilai rating terhadap peluang Usahatani kopi longberry.

Menurut bapak/ibu bagaimana kemampuan usaha dalam merespon peluang tersebut.

<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
a. Permintaan kopi longberry yang semakin meningkat				
b. Adanya perkembangan teknologi dalam memperkenalkan produk kopi longberry				
c. Banyaknya jumlah produksi kopi namun harga akan tetap stabil				

Pemberian nilai rating terhadap ancaman Usahatani kopi longberry.

Menurut bapak/ibu bagaimana pengaruh ancaman terhadap Usahatani kopi longberry.

Ancaman ( <i>Threats</i> )	4	3	2	1
a. Banyak nya jenis kopi				
b. Adanya persaingan usaha				
c. Keterikatan harga dari kerjasama				

### Lampiran 3. Matriks Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal

Perhitungan pembobotan internal dari dua puluh delapan petani, tujuh pedagang pengumpul dan delapan konsumen kopi Longberry di Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Luwes

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		4	4	3	3	3	4	4	2	27	0,129
(B)	4		3	4	3	2	3	3	2	24	0,114
(C)	4	2		2	3	4	3	3	2	23	0,110
(D)	4	2	3		4	4	2	3	2	24	0,114
(E)	3	2	3	3		3	3	2	4	23	0,110
(F)	3	3	3	4	3		3	2	3	24	0,114
(G)	3	4	3	4	2	4		2	4	26	0,124
(H)	2	3	2	3	3	3	2		2	20	0,095
(I)	3	3	2	3	2	2	2	2		19	0,090
<b>Total</b>										<b>210</b>	<b>1,00</b>

#### Lampiran 4. Matriks Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal

Perhitungan pembobotan eksternal dari dua puluh delapan petani, tujuh pedagang pengumpul dan delapan konsumen kopi Longberry di Desa Atu Kapur Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Luwes

<b>Faktor Strategi Eksternal</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>Total</b>	<b>Bobot</b>
<b>(A)</b>		4	4	3	4	4	19	0.180
<b>(B)</b>	4		4	4	3	2	17	0,160
<b>(C)</b>	4	3		4	2	4	17	0,160
<b>(D)</b>	3	4	2		3	4	16	0,150
<b>(E)</b>	2	4	4	4		4	18	0,170
<b>(F)</b>	4	4	4	4	3		19	0,180
<b>Total</b>							<b>106</b>	<b>1,00</b>

**Lampiran 5. Penentuan Rating (IFAS)**

	<b>A</b> (Kualitas yang baik)	<b>B</b> (Adanya kerjasama)	<b>C</b> (Proses produksi yang sederhana)	<b>D</b> (Cita rasa yang khas)	<b>E</b> (Ketersediaan lahan)	<b>F</b> (Pengalaman petani dalam usahatani kopi longberry)	<b>G</b> (Belum memiliki label (merek))	<b>H</b> (Jarak ke konsumen terlalu jauh)	<b>I</b> (Teknologi yang kurang)
<b>1</b>	4	3	3	3	4	3	3	2	1
<b>2</b>	4	4	3	2	3	2	3	2	1
<b>3</b>	4	2	3	3	4	1	1	3	1
<b>4</b>	4	4	2	4	3	2	4	3	1
<b>5</b>	4	4	3	4	4	2	1	3	2
<b>6</b>	4	2	2	3	4	1	1	2	2
<b>7</b>	4	2	2	3	4	1	2	3	2
<b>8</b>	3	3	2	3	3	1	3	3	2
<b>9</b>	4	3	3	3	4	2	2	2	2
<b>10</b>	4	3	3	3	3	2	2	4	3
<b>11</b>	4	4	2	2	3	1	1	2	1
<b>12</b>	3	3	3	2	4	2	1	3	2
<b>13</b>	4	4	3	4	4	2	3	2	3
<b>14</b>	4	4	3	3	3	2	1	3	2
<b>15</b>	4	2	2	2	3	2	3	4	2
<b>16</b>	4	4	4	3	3	2	1	3	3
<b>17</b>	4	4	3	3	4	2	2	2	3
<b>18</b>	4	3	2	3	4	2	2	3	3
<b>19</b>	3	3	2	2	4	1	1	2	2
<b>20</b>	4	4	4	4	3	2	1	1	1
<b>21</b>	3	3	3	2	4	1	1	3	2
<b>22</b>	4	4	3	2	4	2	2	2	3
<b>23</b>	4	3	3	3	3	1	2	2	2
<b>24</b>	2	2	3	2	3	2	3	3	3
<b>25</b>	3	4	4	3	3	1	1	1	2
<b>26</b>	4	2	3	4	4	1	1	2	3
<b>27</b>	4	3	2	3	4	1	2	3	2

<b>28</b>	3	4	4	4	4	1	2	2	3
<b>29</b>	4	3	3	3	2	2	1	3	3
<b>30</b>	4	4	3	3	4	2	3	3	1
<b>31</b>	4	4	4	3	3	1	1	3	3
<b>32</b>	3	3	2	4	2	2	1	3	2
<b>33</b>	4	4	3	3	4	3	2	3	1
<b>34</b>	4	4	4	4	4	2	3	3	2
<b>35</b>	3	3	4	4	3	1	1	2	3
<b>36</b>	4	3	3	3	4	2	1	3	2
<b>37</b>	4	4	3	3	4	1	2	3	3
<b>38</b>	4	4	4	3	4	2	3	3	2
<b>39</b>	4	2	3	3	4	2	2	3	1
<b>40</b>	3	3	3	4	3	2	1	3	2
<b>41</b>	4	4	3	3	3	2	1	2	3
<b>42</b>	4	2	3	3	4	2	2	3	3
<b>43</b>	4	4	3	3	4	2	1	4	2
<b>Total</b>	161	141	127	131	152	73	77	114	92
<b>Rataan</b>	4	3	3	3	4	2	2	3	2

**Lampiran 6. Penentuan Rating (EFAS)**

	<b>A</b> (Permintaan kopi longberry tinggi)	<b>B</b> (Promosi)	<b>C</b> (Musim tidak mempengaruhi harga)	<b>D</b> (Banyaknya jenis kopi)	<b>E</b> (Adanya persaingan usaha)	<b>F</b> (Keterikatan harga dari kerjasama)
<b>1</b>	4	3	4	1	3	2
<b>2</b>	4	3	4	2	3	1
<b>3</b>	4	4	3	2	1	3
<b>4</b>	4	4	2	1	2	3
<b>5</b>	4	4	2	1	2	2
<b>6</b>	4	4	3	1	1	3
<b>7</b>	4	4	4	1	2	2
<b>8</b>	4	2	2	1	1	2
<b>9</b>	4	4	4	1	2	2
<b>10</b>	4	4	3	2	3	3
<b>11</b>	4	4	3	2	3	2
<b>12</b>	3	3	2	2	3	3
<b>13</b>	4	3	4	1	2	2
<b>14</b>	4	4	3	1	2	3
<b>15</b>	4	4	4	2	3	2
<b>16</b>	4	4	4	2	1	2
<b>17</b>	4	4	4	1	1	3
<b>18</b>	4	4	2	1	2	2
<b>19</b>	4	2	3	1	1	3
<b>20</b>	4	3	3	1	3	3
<b>21</b>	4	4	3	1	1	3
<b>22</b>	4	4	4	1	3	3
<b>23</b>	4	4	3	3	3	3
<b>24</b>	4	4	3	2	3	3
<b>25</b>	4	3	2	1	1	2
<b>26</b>	4	4	2	1	2	3
<b>27</b>	3	3	4	1	2	2
<b>28</b>	4	4	3	2	2	3



<b>29</b>	4	4	3	1	2	3
<b>30</b>	4	3	3	1	2	2
<b>31</b>	4	3	2	3	3	3
<b>32</b>	4	4	4	2	1	1
<b>33</b>	4	3	3	2	2	3
<b>34</b>	4	4	3	2	2	3
<b>35</b>	3	2	3	1	3	3
<b>36</b>	3	3	3	1	3	3
<b>37</b>	4	3	3	2	1	1
<b>38</b>	4	4	2	1	3	3
<b>39</b>	4	3	3	1	2	3
<b>40</b>	4	4	3	1	2	2
<b>41</b>	4	4	4	2	3	3
<b>42</b>	4	4	3	3	3	3
<b>43</b>	4	3	2	1	2	2
<b>Total</b>	168	152	131	63	92	108
<b>Rata-rata</b>	4	4	3	1	2	3

# **DOKUMENTASI**