

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TANI KOPI ORGANIK DI KECAMATAN MEKAKAU ILIR KABUPATEN OKU SELATAN

DEVELOPMENT STRATEGY OF ORGANIC COFFEE FARMING IN MEKAKAU ILIR DISTRICT, SOUTH OKU REGENCY

Senja Irawan^{1*}, Fifian Permata Sari¹, Yetty Oktarina¹

¹ Magister Ekonomi Pertanian Program Pasca Sarjana Universitas Baturaja, Baturaja, Indonesia

**Email Penulis korespondensi: senjairawan560@gmail.com*

Abstrak

Kopi merupakan salah satu komoditas penting dalam sub sektor perkebunan. Sebagian besar produksi kopi Indonesia merupakan komoditas perkebunan yang dieksport ke pasar dunia. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Mekakau Ilir, Kabupaten OKU Selatan. Analisis data akan dilakukan melalui analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran umum tentang pertanian kopi organik. Sedangkan analisis kuantitatif menggunakan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary). Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh beberapa faktor internal dan eksternal, faktor internal yaitu kekuatan (strengths); Harga produk yang terjangkau, ketersediaan lahan, sumber daya manusia yang mendukung, penjualan dilakukan secara online, kualitas produk yang baik dan khas, kelemahan (weaknesses): Terbatasnya saluran pemasaran, kurangnya sarana prasarana, masih menggunakan teknologi sederhana, modal informasi, selera yang tidak biasa, kurangnya kreativitas pengemasan. Sedangkan faktor eksternal adalah, peluang: Pangsa pasar yang cukup besar, tren minum kopi yang semakin meningkat, pemasaran secara digital, kondisi geografis dan lokasi, ketersediaan pasar. Sedangkan ancaman: Harga kopi yang berfluktuasi, produk kopi dari daerah lain, kondisi ekonomi masyarakat menengah ke bawah. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pengembangan yang digunakan untuk mengembangkan komoditas bawang merah di Kabupaten OKU adalah Strategi SO (Meningkatkan kualitas, Pemasaran yang efektif, Memanfaatkan sumber daya alam, Memperbaiki jaringan distribusi, Strategi WO (Membangun kerja sama dengan kafe dan rumah makan, Kerja sama dengan pemerintah, Mengembangkan usaha secara bertahap, Mendesain kemasan yang menarik), Strategi ST (Menggunakan strategi penetapan harga yang fleksibel, Mengembangkan produk yang unik, Mengembangkan produk dengan harga yang terjangkau), Strategi WT (Meningkatkan efisiensi produksi, Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, Pengenalan produk, Meningkatkan efisiensi biaya).

Kata Kunci: Kopi Organik, Faktor Eksternal, Faktor Internal, SWOT

Abstract

Coffee is one of the important commodities in the plantation sub-sector. Most of Indonesia's coffee production is a plantation commodity that is exported to the world market. This research was conducted in Mekakau Ilir District, South OKU Regency. Data analysis will be carried out through qualitative and quantitative descriptive analysis. Qualitative descriptive analysis is used to get an overview of organic coffee farming. While quantitative analysis uses the IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) matrices. The results of the study showed that several internal and external factors were obtained, internal factors, namely strengths; Affordable product prices, land availability, supporting human resources, sales are carried out online, good and distinctive product quality, weaknesses: Limited marketing channels, lack of infrastructure, still using simple technology, capital information, unusual tastes, lack of packaging creativity. While external factors are, opportunities: Quite large market share, increasing coffee drinking trends, digital marketing, geographical conditions and locations, market availability. While threats: Fluctuating coffee prices, coffee products from other regions, economic conditions of the lower middle class. From the research results, it can be seen that the development strategies used to develop shallot commodities in OKU Regency are SO Strategy (Improving quality, Effective marketing, Utilizing natural resources, Improving distribution networks, WO Strategy (Building cooperation with cafes and restaurants, Cooperation with the government, Developing businesses gradually, Designing attractive packaging), ST Strategy (Using flexible pricing strategies, Developing unique products, Developing affordable products), WT Strategy (Increasing production efficiency, Increasing human resource capacity, Product introduction, Increasing cost efficiency).

Keywords: Organic Coffee, Eksternal Factor, Internal Factor, SWOT

PENDAHULUAN

Salah satu komoditas unggulan dalam sub sektor perkebunan adalah tanaman kopi. Kopi merupakan salah satu komoditas yang memiliki nilai ekonomis tinggi sehingga dapat meningkatkan sumber devisa terhadap suatu negara. Negara-negara produsen kopi terbesar didunia adalah Brazil, Vietnam, Columbia dan Indonesia. Komoditas kopi merupakan salah satu komoditas penting dalam subsektor perkebunan. Sebagian besar produksi kopi Indonesia merupakan komoditas perkebunan yang dieksport ke pasar dunia. Luas lahan pertanian yang besar merupakan potensi untuk mengembangkan kopi Indonesia, selain hal tersebut kopi mempunyai peranan yang penting baik dari segi ekonomi maupun sosial. Perkebunan kopi di Indonesia dibagi menjadi dua bagian yaitu perkebunan rakyat dan perkebunan besar. Penyumbang kopi terbesar di Indonesia terdapat di Pulau Sumatera yaitu Sumatera Selatan (Sairdama, 2013; Amisan et al, 2017; Saragih, 2019).

Sumatera Selatan merupakan salah satu Provinsi penghasil terbesar kopi selain pulau Jawa dan Sulawesi, hal ini dapat dilihat dari potensi areal lahan perkebunan kopi yang ada di Sumatera Selatan tepatnya di Empat Lawang, OKU Selatan, OKU, Muara Enim, Lahat dan Pagaralam. Dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Produksi Kopi Di Sumatera Selatan Tahun 2021-2023

Kabupaten/kota	Tahun (Ha)		
	2021	2022	2023
Empat Lawang	44.946,00	51.592,00	52.512,00
OKU Selatan	49.253,00	49.458,00	50.458,00
Muara Enim	24.623,00	26.309,00	26.401,00
Lahat	22.611,00	21.600,00	22.100,00
OKU	16.812,00	20.709,00	21.709,00

Sumber: BPS Sumatera Selatan, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa Kabupaten OKU Selatan menduduki peringkat kedua produksi kopi terbesar di Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2023. Selanjutnya data yang memiliki luas kopi tertinggi adalah Kecamatan Mekakau Ilir, dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 2. Luas Tanam Dan Produksi Kopi OKU Selatan, 2022

No	Kecamatan	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton/Ha)
1	Mekakau Ilir	6.980	4.980,00
2	Banding Agung	4.301	2.526,50
3	Warkuk Ranau Selatan	4.657	2.653,60
4	Bpr Ranau Tengah	3.156	1.792,42
5	Buay Pemaca	6.854	3.937,62
6	Simpang	1.094	558,62
7	Buana Pemaca	2.267	1.250,54
8	Muara Dua	813	381,92
9	Buay Rawan	2.141	1.145,76
10	Buay Sandang Aji	3.150	1.732,90
11	Tiga Dihaji	2.837	1.581,62
12	Buay Runjung	2.748	1.450,80
13	Runjung Agung	2.275	1.257,98

14	Kisam Tinggi	6.146	3.571,82
15	Muaradua Kisam	5.405	3.124,80
16	Kisam Ilir	3.128	1.791,18
17	Pulau Beringin	5.964	3.436,66
18	Sindang Dau	3.536	1.873,02
19	Sungai Are	3.351	1.811,64
OKU Selatan		70.803	49.458,00

Tabel 2 menunjukkan bahwa Mekakau Ilir merupakan kecamatan yang luas tanamananya paling luas dan produksi paling tinggi di Kabupaten OKU Selatan. Kecamatan Mekakau Ilir merupakan sebuah Kecamatan yang terletak di Kabupaten OKU Selatan. Luas perkebunan kopi di Kecamatan ini kurang lebih sekitar 6.980 hektar (Putri *et al.*, 2021; Aryani *et al*, 2022; Syahputra and Lubis, 2025). Di Mekakau Ilir saat ini sedang maraknya kopi bubuk organik. Produk yang terkenal dari Kecamatan Mekakau Ilir ini adalah kopi bubuk.

Terdapat fenomena yang sedang marak di Kecamatan ini yaitu kopi yang ditanam di Kecamatan Mekakau Ilir ini merupakan kopi jenis robusta yang ditanam secara organik. Dalam melakukan usahanya para pelaku usaha tentu memiliki sebuah kekuatan dalam usahanya seperti produk kopi merupakan kopi organik dengan harga yang terjangkau. Kelemahan dalam usahanya seperti dalam manajemen pembukuan masih sederhana dilihat dari pencatatan ini hanya sekedar catatan yang tidak tertata dengan rapi dan terkadang tidak tercatat secara detail. Ancaman dari luar usahanya yaitu mulai tumbuh usaha kopi di daerah-daerah kawasan Kabupaten OKU Selatan, serta selera konsumen kopi. Peluang untuk memajukan usahanya seperti produk kopi sangat banyak diminati dan menjadi salah satu favorit minuman.

Dari kekuatan, kelemahan, ancaman, dan juga peluang yang ada maka pihak pelaku usaha tentu dapat melakukan sebuah strategi yang bertujuan untuk meningkatkan usaha kopi. Manajemen strategi (strategic management) menurut Hunger J David & Thomas L Wheelen dalam bukunya berjudul Manajemen Strategis hasil alih bahasa oleh Dalilah and Juwono (2022) adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Strategi sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Selain itu strategi juga diartikan sebagai tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar (Chan and Garcia, 2011; Supriatna and Aminah, 2014; Alyas and Rakib, 2017) Proses manajemen strategi adalah alur dimana penyusun strategi akan menentukan sasaran dan menyusun keputusan strategi.

Menurut David, (2023), proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap yaitu tahap perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi yaitu strategi manajemen, strategi investasi, strategi bisnis.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian yang akan dikaji adalah “Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan. Penentuan lokasi dilaksanakan secara sengaja (*Purposive*) (Sugiyono, 2018; Mukhlis *et al.*, 2022), mengingat Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan ini merupakan

sentra kopi di Sumatera Selatan khususnya OKU Selatan. Pelaksanaan penelitian akan di laksanakan pada bulan November 2024. Metode penelitian ini adalah metode studi kasus dimana Kecamatan Mekakau menjadi satu-satunya kasus, Kecamatan Mekakau Ilir merupakan kecamatan contoh usahatani kopi organik paling luas di Kabupaten OKU Selatan.

Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *library research* yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca beberapa buku literatur-literatur, mengumpulkan dokumen-dokumen (data skunder), melihat arsip, maupun catatan penting yang dimiliki oleh Dinas terkait yang berhubungan dengan permasalahan penulisan tesis ini dan selanjutnya diolah kembali. Data yang dianalisis dalam studi ini mencakup informasi administrasi wilayah serta hasil produksi dari komoditi kopi di Kabupaten OKU Selatan pada rentang tahun 2019 hingga 2024. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. Penarikan Sampel

No	Sampel	Jumlah Sampel (orang)
1	Pelaku Usaha	3
2	Dinas Pertanian	5
3	Pedagang Pengumpul	4
	Total	12

Sampel penelitian ini adalah seluruh pelaku usahatani Kopi Organik yang terdaftar di Dinas Pertanian sebanyak 3 pelaku usaha, Dinas Pertanian dan Pedagang pengumpul sebanyak 4 orang.

Metode pengolahan data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah, untuk menjawab rumusan masalah menggunakan analisis SWOT mengenai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) (David et al, 2017; Kaunang et al., 2024). Apa saja yang berkaitan dengan strategi pengembangan usahatani Kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan.

Analisis terhadap data akan dilakukan melalui analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai usahatani kopi organik. Sedangkan analisis kuantitatif menggunakan matriks *IFAS* (*Internal Factor Analysis Summary*) dan *EFAS* (*External Factor Analysis Summary*).

Perumusan strategi pengembangan strategi pengembangan usahatani Kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan dilakukan melalui tiga tahap, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan. Pada tahap pengumpulan idata dikumpulkan informasi dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi dengan menggunakan matriks *IFAS* (*Internal Factor Analysis Summary*) dan *EFAS* (*External Factor Analysis Summary*). Informasi dasar ini diperoleh dari data primer dan data sekunder.

2. Tahap Analisis

Tahap analisis merupakan tahap perumusan strategi yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif adalah memaksimalkan kekuatan dan peluang, meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Matriks SWOT terdiri dari empat faktor (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) dan empat alternatif strategi (Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT). Kemudian dilanjutkan dengan tahap pengambilan keputusan. Matriks tersebut dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis

Matrix IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Menurut Erwiani and Sudarma (2013), *IFAS Matrix* dapat dikembangkan dalam lima tahap, yaitu:

1. Membuat daftar faktor internal, yaitu faktor kekuatan dan kelemahannya.
2. Memberi skor (nilai) antara 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (skor = 1), kelemahan yang kecil (skor = 2), kekuatan yang kecil (skor = 3), dan kekuatan yang besar (skor = 4). Jadi sebenarnya, skor mengacu pada usaha tani sedangkan bobot mengacu pada pentingnya faktor tersebut dilakukan.
3. Menentukan bobot nilai antara 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting) bagi masing-masing faktor. Nilai bobot menunjukkan kepentingan relatif dari faktor tersebut untuk menjadi sukses dalam usaha taninya. Jumlah seluruh bobot harus 1,0.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Skor} \times \text{Total Bobot}}{\text{Total Skor}}$$

4. Mengalikan bobot dan skor dari masing-masing faktor untuk menentukan skor terbobot
5. Menjumlahkan total skor terbobot masing-masing variabel. Nilainya merupakan nilai bagi agribisnis usahatani tersebut dari sisi *IFAS Matrix*. Nilai rata-rata adalah 2,5. Jika inilainya di bawah 2,5 menandakan bahwa secara internal usahatani lemah, sedangkan nilai di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

Matrix EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Menurut Erwiani (2013), ada lima tahap dalam mengembangkan *EFAS Matrix*, yaitu:

1. Membuat daftar faktor eksternal yang mencakup perihal peluang dan ancaman.
2. Selanjutnya tentang skor, setiap faktor diberi skor antara 1 sampai 4, dimana:

- 4 = respon sangat bagus,
- 3 = respon bagus
- 2 = respon tidak bagus
- 1 = respon sangat tidak bagus

Skor ini berdasar pada efektivitas strategi usaha tani, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi usahatani kopi organik.

3. Menentukan bobot dari faktor-faktor tersebut dengan skala mulai dari 0,0 (tidak ipenting) sampai 1,0 (sangat penting). Total seluruh bobot dari faktor tersebut harus sama dengan 1,0.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Skor} \times \text{Total Bobot}}{\text{Total Skor}}$$

4. Mengalikan masing-masing nilai bobot dengan skornya untuk mendapatkan skor terbobot untuk semua faktor.
5. Menjumlah semua skor terbobot untuk mendapatkan nilai total *score* usaha tani. Sudah tentu bahwa dalam *EFAS Matrix*, kemungkinan nilai terbesar total *score* adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total *score* 4,0 mengindikasikan bahwa usahatani merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar. Total *score* sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi usahatani tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Pada tabel berikut akan dijelaskan bagaimana pembuatan tabel pemberian rating, bobot dan skor.

Tabel 4. Faktor Strategi

Faktor Strategi Internal/Eksternal	Skor	Bobot	Scoring (Skor x Bobot)
Kekuatan/Peluang			
1.			
2.			
Total bobot kekuatan/peluang			
Kelemahan/Ancaman			
1.			
2.			
Total Bobot Kelemahan/Ancaman			
Selisih Kekuatan-Kelemahan			
Selisih Peluang-Ancaman			

Sumber: Rangkuti (2022)

Ada delapan tahap dalam membentuk Matriks SWOT (Erwiani and Sudarma, 2013), yakni:

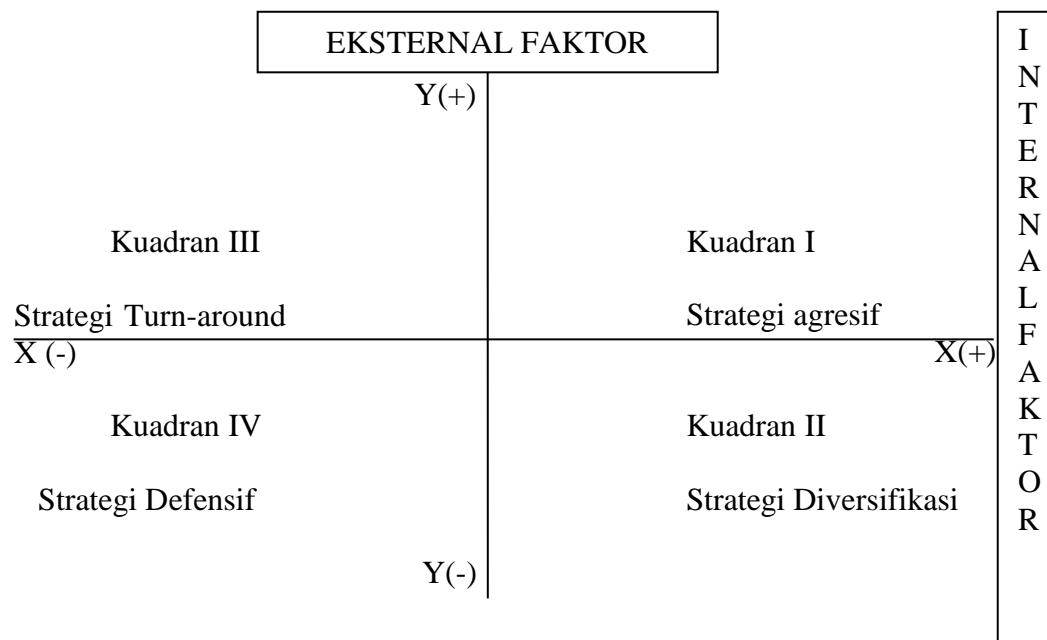
1. Membuat daftar kekuatan dan kelemahan internal usaha ternak ikan patin
2. Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal usaha tani
3. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal serta mencatat hasilnya dalam sel Strategi SO
4. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal serta catat hasilnya dalam sel Strategi WO
5. Mencocokkan kekuaktan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal serta mencatat hasilnya dalam sel Strategi ST
6. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal serta mencatat hasilnya dalam sel Strategi WT

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

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- b. Posisi agribisnis usahatani ditentukan dengan hasil sebagai berikut :

Jika peluang lebih besar dari pada ancaman maka, nilai $y > 0$ dan sebaliknya jika ancaman lebih besar dari pada peluang maka, nilai $y < 0$. Jika kekuatan lebih besar dari pada kelemahan maka, nilai $x > 0$ dan sebaliknya jika kelemahan lebih besar dari pada

kekuatan maka nilai $x < 0$.



Gambar 1. Matriks Posisi SWOT

Keterangan:

Kuadran I

1. Merupakan posisi yang menguntungkan.
2. Mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang secara maksimal.
3. Menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II

1. Meskipun menghadapi berbagai ancaman, namun mempunyai keunggulan sumber daya.
2. Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang. Kuadran

Kuadran III

Mempunyai peluang besar tetapi sumber dayanya lemah, karena itu dapat memanfaatkan peluang tersebut secara optimal fokus strategi agribisnis usahatani pada posisi seperti inilah meminimalkan kendala-kendala internal.

Kuadran IV

1. Merupakan kondisi yang serba tidak menguntungkan.
2. Menghadapi berbagai ancaman eksternal sementara sumberdaya yang dimiliki mempunyai banyak kelemahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor Internal dan Eksternal Usahatani Kopi Organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan.

Analisis Faktor-faktor Internal dan Eksternal Strategi Pengembangan Usahatani kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan, faktor-faktor internal terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan dari strategi pengembangan usahatani kopi organik dan faktor-faktor eksternal terdiri dari faktor peluang dan ancaman. Berikut ini

faktor internal dan eksternal dari usahatani kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU:

Tabel 5. Hasil identifikasi atibut-atribut Faktor Internal dan Ekternal usahatani Kopi Organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan, 2025.

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
	1. Harga Produk yang terjangkau 2. Ketersediaan Lahan 3. SDM yang Mendukung 4. Penjualan dilakukan secara online 5. Kualitas Produk yang baik dan Khas	1. Saluran Pemasaran Terbatas 2. Kurangnya sarana prasarana 3. Masih menggunakan teknologi Sederhana 4. Keterbatasan modal 5. Selera yang belum biasa 6. Kurangnya kreatifitas pengemasan
Faktor Eksternal	Peluang 1. Pangsa pasar cukup besar 2. Meningkatnya tren minum kopi 3. Pemasaran Digital 4. Kondisi dan letak geografis 5. Ketersediaan pasar	Ancaman 1. Harga Kopi yang fluktuasi 2. Produk kopi dari daerah lain 3. Kondisi ekonomi Masyarakat menengah ke bawah

Pangsa pasar cukup besar, meningkatnya tren minum kopi, pemasaran digital, kondisi dan letak geografis, ketersediaan pasar.

Berdasarkan Tabel 5 terdapat faktor internal dan eksternal, faktor internal terdapat 2 indikator yaitu kekuatan dan kelemahan. Indikator kekuatan terdapat 5 atribut yaitu: Harga Produk yang terjangkau, ketersediaan lahan, SDM yang mendukung, penjualan dilakukan secara online, kualitas produk yang baik dan khas. Sedangkan indikator kelemahan terdiri dari 6 atribut yaitu: saluran pemasaran terbatas, kurangnya sarana prasarana, masih menggunakan teknologi sederhana, keterbatasan modal, langkanya bahan baku, kurangnya kreatifitas pengemasan.

2. Faktor Internal dari Usahatani Kopi Organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan, 2025

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kabupaten OKU diperoleh faktor-faktor internal yang mempengaruhi pengembangan agribisnis bawang merah di Kabupaten OKU yaitu sebagai berikut :

Tabel 6. Faktor-faktor analisis Internal yang mempengaruhi strategi pengembangan Usahatani Kopi Organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan, 2025.

Faktor Analisis Internal	Jumlah	Bobot	Ratting	Skor
KEKUATAN:				
Harga produk yang terjangkau (A1)	44	0,134	4	0,490
Ketersediaan Lahan (A2)	41	0,125	3	0,426
SDM yang mendukung penjualan (A3)	41	0,125	3	0,426
Penjualan dilakukan secara online (A4)	45	0,137	4	0,513
Kualitas Produk yang baik (A5)	43	0,131	4	0,468

TOTAL				
KELEMAHAN:				
Saluran pemasaran terbatas (B1)	20	0,061	2	0,101
Kurangnya Sarana Dan Prasarana (B2)	22	0,067	2	0,123
Masih Menggunakan Teknologi Sederhana (B3)	18	0,055	2	0,082
Keterbatasan Modal (B4)	18	0,055	2	0,082
Selera yang belum biasa (B5)	17	0,052	1	0,073
Kurangnya Kreatifitas Pengemasan (B6)	20	0,061	2	0,101
TOTAL	329			

Berdasarkan Tabel 6, hasil analisis internal pada atribut kekuatan yaitu harga produk terjangkau (A1) memiliki skor sebesar 0,490 ini menunjukkan bahwa harga produk stabil baik dan petani menganggap harga produk terjangkau (A1) sangat penting dalam pengembangan usahatani kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan, hal ini dikarenakan Faktor internal harga kopi organik yang terjangkau dapat disebabkan oleh beberapa hal, antara lain: Biaya Produksi yang Rendah, Jika biaya produksi kopi organik rendah, maka harga jualnya juga dapat lebih terjangkau. Yang kedua Efisiensi Proses Produksi, Proses produksi yang efisien dapat mengurangi biaya produksi dan membuat harga kopi organik lebih terjangkau. Kemudian Skala Produksi yang Besar, Produksi dalam skala besar dapat mengurangi biaya per unit dan membuat harga kopi organik lebih terjangkau. Yang terakhir Manajemen Biaya yang Baik, Manajemen biaya yang baik dapat membantu mengurangi biaya produksi dan membuat harga kopi organik lebih terjangkau. Dampak Harga yang Terjangkau dapat meningkatkan Penjualan, Harga kopi organik yang terjangkau dapat meningkatkan penjualan dan membuat produk lebih kompetitif, Meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang mana Harga yang terjangkau dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat mereka lebih loyal.

Kemudian, Meningkatkan Pangsa Pasar, Harga kopi organik yang terjangkau dapat membantu meningkatkan pangsa pasar dan membuat produk lebih dikenal. Dengan demikian, faktor internal harga kopi organik yang terjangkau dapat membantu meningkatkan penjualan, kepuasan pelanggan, dan pangsa pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian (Putri *et al.* (2024) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kopi Kenangan berhasil mengimplementasikan konsep 4P salah satunya harga dengan baik, yang meliputi inovasi produk, penetapan harga yang kompetitif, distribusi yang luas, dan promosi yang efektif melalui media sosial dan kolaborasi dengan selebriti. Analisis SWOT juga dilakukan untuk mengevaluasi posisi perusahaan dalam pasar kopi yang kompetitif. Berdasarkan temuan ini, disimpulkan bahwa Kopi Kenangan memiliki potensi untuk terus tumbuh dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin pasar dengan memanfaatkan kekuatan internal, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang pasar, dan menghadapi ancaman yang ada.

Faktor internal kekuatan selanjutnya yakni ketersediaan lahan (A2) memiliki skor sebesar 0,426, hal tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan lahan kondisi usahatani kopi organik baik. Hal ini dikarenakan Lahan di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan cocok untuk ditanam kopi karena beberapa alasan, OKU Selatan memiliki iklim tropis dengan curah hujan yang cukup tinggi, yang sesuai untuk tanaman kopi. Kemudian Tanah di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan memiliki

kesuburan yang tinggi, yang dapat mendukung pertumbuhan tanaman kopi,mekakau ilir memiliki ketinggian yang sesuai untuk tanaman kopi, yaitu antara 700-1.200 mdpl, selain itu Suhunya relatif sejuk, yang sesuai untuk tanaman kopi. Hal ini sesuai dengan penelitian Sarvina *et al* (2020), menyatakan syarat tumbuh tanaman kopi membutuhkan suhu yang sejuk dan iklim yang lembab. Suhu yang ideal untuk kopi Arabika adalah 15-24°C, sedangkan kopi Robusta membutuhkan suhu 24-30°C.

Faktor Internal kekuatan yang ketiga yaitu SDM yang mendukung penjualan (A3) dengan skor sebesar 0,426 artinya baik hal ini dapat dilihat bahwa manfaat SDM yang pertama SDM yang mendukung penjualan dapat meningkatkan penjualan kopi organik dengan memahami kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kualitas produk. Kedua Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: SDM yang mendukung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik dan memahami kebutuhan mereka. Dengan demikian, SDM yang mendukung penjualan dapat menjadi faktor internal yang penting dalam meningkatkan penjualan kopi organik.

Faktor Internal kekuatan yang keempat yaitu Penjualan dilakukan secara online (A4) dengan nilai skor sebesar 0,513 yang menunjukkan bahwa faktor internal yang keempat sangat baik. Manfaat Penjualan Online yaitu Penjualan online dapat meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, meningkatkan Kemudahan: Penjualan online dapat meningkatkan kemudahan bagi pelanggan untuk membeli kopi, penjualan online dapat meningkatkan efisiensi dalam proses penjualan dan mengurangi biaya, dalam hal ini petani kopi organik menggunakan penjualan melalui media online seperti aplikasi Whatapps, Instagram dan Facebook. Hal ini sejalan dengan penelitian Shalihah *et al* (2022) menyatakan bahwa strategi pemasaran online dapat meningkatkan penjualan kopi dengan meningkatkan kesadaran dan minat konsumen.

Faktor internal kekuatan kelima yaitu Kualitas Produk yang baik (A5) dengan skor 0,468 artinya kekuatan indikator sangat baik. Berdasarkan hasil penelitian Kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi strategi pengembangan usahatani kopi organik dalam beberapa cara yaitu pengaruh kualitas produk terhadap Strategi Pengembangan dimana Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kopi organik, sehingga meningkatkan loyalitas dan penjualan, kemudian kualitas produk yang baik dapat meningkatkan harga jual kopi organik, sehingga meningkatkan pendapatan petani di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan. Lalu, Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kompetitivitas usahatani kopi organik di pasar, sehingga meningkatkan kesempatan untuk berkembang.

Hasil faktor internal pada atribut kelemahan yaitu yang pertama Saluran pemasaran terbatas (B1), memiliki skor sebesar 0,101 artinya rendah. Beberapa alasan petani kopi organik yaitu saluran pemasaran terbatas menjadi faktor kelemahan yaitu, Keterbatasan jaringan distribusi yang dapat menyebabkan produk tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan Keterbatasan akses ke pasar dapat menyebabkan produk tidak dapat dipasarkan secara efektif sehingga saluran pemasaran menjadi kelemahan petani kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan.

Faktor internal pada atribut kelemahan kedua yaitu Kurangnya Sarana Dan Prasarana (B2) memiliki skor sebesar 0,123 artinya rendah. Faktor internal pada atribut kelemahan yaitu yang kedua yaitu Kurangnya Sarana Dan Prasarana (B2) dalam usahatani kopi organik dapat mempengaruhi beberapa aspek. Berdasarkan hasil penelitian dilapangan menurut petani kurangnya sarana dan prasarana dapat menyebabkan keterbatasan produktivitas dan efisiensi dalam proses produksi kopi organik. Selain itu kurangnya sarana dan prasarana dapat menyebabkan keterbatasan

kualitas produk kopi organic di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan. Faktor internal pada atribut kelemahan ketiga yaitu Masih Menggunakan Teknologi Sederhana (B3) dengan skor sebesar 0,082 yaitu sangat rendah. Hal ini dikarenakan dalam usahatani kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir dapat disebabkan oleh beberapa alasan yaitu keterbatasan sumber daya dapat menyebabkan petani tidak dapat mengadopsi teknologi yang lebih maju serta kurangnya pengetahuan tentang teknologi yang lebih maju dapat menyebabkan petani tidak dapat menggunakan secara efektif. Selain itu Biaya yang tinggi untuk mengadopsi teknologi yang lebih maju dapat menyebabkan petani tidak dapat melakukannya. Sehingga petani masih menggunakan teknologi sederhana dalam usahatani kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU selatan.

Faktor internal pada atribut kelemahan keempat yaitu Keterbatasan Modal (B4) dengan skor sebesar 0,082 yaitu sangat rendah. Berdasarkan hasil penelitian penyebab keterbatasan modal menyebabkan akses ke pembiayaan yang terbatas yang dapat menyebabkan Biaya produksi yang tinggi dan menyebabkan keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha, selain itu kurangnya pengelolaan keuangan yang efektif dapat menyebabkan keterbatasan modal untuk mengembangkan usahatani kopi organik petani di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan. Faktor internal pada atribut kelemahan kelima yaitu Selera yang belum biasa (B5) dengan skor sebesar 0,073 yaitu sangat rendah. Berdasarkan hasil penelitian, penyebab selera yang belum biasa yaitu kurangnya pengetahuan tentang manfaat dan karakteristik kopi organik dapat menyebabkan selera yang belum biasa. Selain itu keterbiasaan dengan kopi konvensional dapat menyebabkan selera yang belum biasa dengan kopi organik.

Faktor internal pada atribut kelemahan keenam yaitu Kurangnya Kreatifitas Pengemasan (B6) dengan skor sebesar 0,101 yaitu rendah. Kurangnya pengetahuan tentang desain dan pengemasan dapat menyebabkan keterbatasan dalam mengembangkan pengemasan yang kreatif, sehingga daya tarik kopi organik berkurang.

3. Faktor Eksternal dari Usahatani Kopi Organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan, 2025

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kabupaten OKU diperoleh faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan agribisnis bawang merah di Kabupaten OKU yaitu sebagai berikut:

Tabel 7. Faktor-faktor analisis Eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan Kopi Organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU.

Faktor Analisis Eksternal	Jumlah	Bobot	Ratting	Skor
PELUANG:				
Pangsa Pasar Cukup Besar (C1)	41	0,150	3	0,511
Meningkatnya tren minum kopi (C2)	42	0,153	4	0,536
Pemasaran Digital (C3)	41	0,150	3	0,511
Kondisi dan letak geografis (C4)	45	0,164	4	0,616
Ketersediaan Pasar (C5)	43	0,157	4	0,562
TOTAL				
ANCAMAN:				
Harga Kopi yang fluktuasi (D1)	21	0,077	2	0,134
Produk kopi dari daerah lain (D2)	23	0,084	2	0,161

Kondisi Ekonomi masyarakat menengah ke bawah (D3)	18	0,066	2	0,099
TOTAL	274			

Berdasarkan Tabel 4.4 hasil dari eksternal terdapat atribut peluang dan ancaman. Berdasarkan hasil faktor peluang terdiri dari 5 indikator yaitu pangsa pasar cukup besar (C1), meningkatnya tren minum kopi (C2), pemasaran digital (C3), kondisi dan letak geografis (C4), ketersediaan pasar (C5).

Pada indikator faktor eksternal peluang yang pertama yaitu pangsa pasar cukup besar (C1) dengan skor sebesar 0,511 dimana Pada indikator faktor eksternal yang pertama yaitu pangsa pasar cukup besar (C1) terhadap strategi pengembangan usahatani kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir dapat memiliki dampak positif salah satunya pangsa pasar yang cukup besar dapat memberikan kesempatan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. Selain itu pangsa pasar yang cukup besar dapat memberikan kesempatan untuk meningkatkan kompetitivitas dan membedakan kopi dari kompetitor.

Faktor eksternal pada atribut peluang yang kedua yaitu meningkatnya tren minum kopi (C2) dengan skor sebesar 0,536 artinya sangat baik. Tren minum kopi dapat meningkatkan strategi pengembangan usahatani kopi organik karena beberapa alas an tren minum kopi dapat meningkatkan permintaan kopi, sehingga usahatani kopi dapat meningkatkan produksi dan penjualan. Tren minum kopi juga dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang kualitas dan manfaat kopi, sehingga usahatani kopi dapat meningkatkan kualitas produk dan memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu kopi organik memiliki kualitas dan rasa yang lebih baik karena proses penanaman dan pengolahan yang lebih alami. Faktor eksternal peluang yang ketiga yaitu Pemasaran Digital (C3) dengan skor sebesar 0,511 sangat baik. Faktor eksternal peluang yang ketiga yaitu Pemasaran Digital (C3) terhadap strategi pengembangan usaha kopi organik dapat memiliki beberapa dampak positif bagi petani kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan dimana pemasaran digital dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk kopi organik dan manfaatnya. Selain itu Pemasaran digital dapat meningkatkan penjualan produk kopi organik melalui platform online dan media sosial.

Faktor eksternal pada atribut peluang yang keempat yaitu Kondisi dan letak geografis (C4) dengan skor sebesar 0,616 sangat baik. Faktor eksternal pada atribut peluang yang keempat yaitu Kondisi dan letak geografis Merauke Ilir cocok ditanam kopi organik memiliki dampak positif mekakau Ilir memiliki lahan yang luas dan subur yang cocok untuk ditanami kopi organik dan memiliki iklim yang sesuai untuk penanaman kopi organik, sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi sehingga kondisi dan letak geografis memiliki potensi pengembangan yang besar untuk industri kopi organik.

Faktor eksternal pada atribut peluang yang kelima yaitu ketersediaan Pasar (C5) dengan skor 0,562 artinya sangat baik. Ketersediaan pasar yang luas dapat meningkatkan pendapatan petani kopi organik dan ketersediaan pasar yang luas dapat meningkatkan kesempatan bagi industri kopi organik untuk berkembang dan meningkatkan kualitas. Selain itu ketersediaan pasar yang luas dapat meningkatkan daya saing industri kopi organik dalam pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan Tabel 4.4 pada atribut ancaman terdapat 3 indikator yaitu Harga Kopi yang fluktuasi (D1), Produk kopi dari daerah lain (D2), Kondisi Ekonomi masyarakat menengah ke bawah (D3). Faktor eksternal ancaman yang pertama yaitu Harga Kopi yang fluktuasi (D1) dengan skor sebesar 0,134 artinya rendah, Harga kopi organik yang

fluktuatif dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya kebijakan pemerintah terkait ekspor, subsidi, dan regulasi pertanian dapat mempengaruhi produksi dan perdagangan kopi. Factor eksternal yang kedua yaitu Produk kopi dari daerah lain (D2) dengan skor senilai 0,161 artinya rendah. Produk kopi dari daerah lain dapat mempengaruhi strategi pengembangan usahatani kopi organic. Dampak Produk Kopi dari Daerah Lain seperti Kompetisi: Produk kopi dari daerah lain dapat meningkatkan kompetisi di pasar, sehingga usahatani kopi organik perlu meningkatkan kualitas dan diferensiasi produk. Dan yang terakhir faktor eksternal ancaman yaitu kondisi ekonomi masyarakat menengah ke bawah (D3) dengan skor senilai 0,099 artinya sangat rendah. Faktor eksternal ancaman yaitu kondisi ekonomi masyarakat menengah ke bawah terhadap strategi pengembangan usahatani kopi organik dapat memiliki beberapa dampak salah satunya Keterbatasan Pembelian: Masyarakat menengah ke bawah mungkin memiliki keterbatasan pembelian kopi organik karena harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan kopi konvensional, Perbandingan harga kopi organik dan kopi konvensional dapat bervariasi tergantung pada beberapa faktor, seperti kualitas, asal usul, dan metode pengolahan. Namun, secara umum, kopi organik cenderung memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan kopi konvensional. Perbandingan harga kopi organik dapat berkisar antara 2-5 kali lipat lebih mahal daripada kopi konvensional, tergantung pada kualitas dan asal usul., harga kopi konvensional lebih rendah karena biaya produksinya yang lebih rendah dan penggunaan bahan kimia tambahan dalam proses pengolahan.

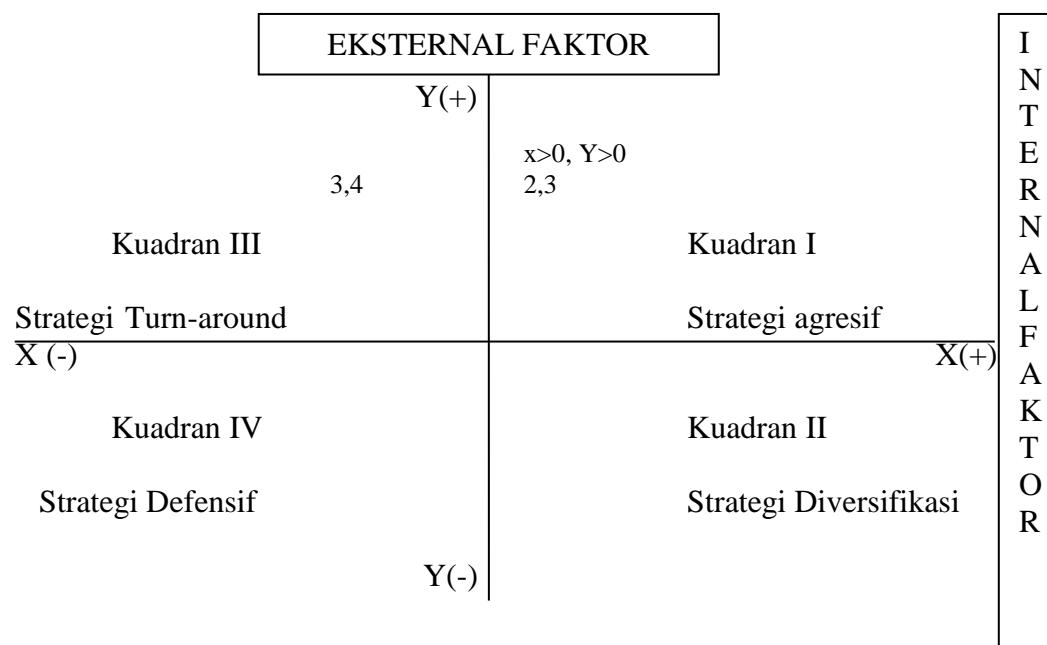
4. Matriks SWOT

Berbagai alternatif yang dirumuskan model analisis matriks ini merupakan formulasi dari gabungan internal dan eksternal faktor. Formulasi tersebut berupa strategi kekuatan-peluang (SO), kekuatan-ancaman (ST), kelemahan-peluang (WO), kelemahan ancaman (WT), sehingga dapat dilihat ada beberapa alternatif upaya dalam mengembangkan usahatani kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan. Ada beberapa alternatif strategi pengembangan yang dapat dilakukan dalam hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Matriks SWOT

EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
IFAS	<p>1. Harga Produk yang terjangkau</p> <p>2. Ketersediaan Lahan</p> <p>3. SDM yang Mendukung</p> <p>4. Penjualan dilakukan secara online</p> <p>5. Kualitas Produk yang baik dan Khas</p>	<p>1. Saluran Pemasaran Terbatas</p> <p>2. Kurangnya sarana prasarana</p> <p>3. Masih menggunakan teknologi Sederhana</p> <p>4. Keterbatasan modal</p> <p>5. Selera yang belum biasa</p> <p>6. Kurangnya kreatifitas pengemasan</p>
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)
<p>1. Pangsa pasar cukup besar</p> <p>2. Menigkatnya tren minum kopi</p> <p>3. Pemasaran Digital</p> <p>4. Kondisi dan letak geografis</p> <p>5. Ketersediaan pasar</p>	<p>1. Meningkatkan kualitas</p> <p>2. Pemasaran yang efektif</p> <p>3. Memanfaatkan Sumber Daya Alam</p> <p>4. Meningkatkan jaringan distribusi</p>	<p>1. Membangun Kerjasama dengan café dan restoran</p> <p>2. Kerjasama dengan pemerintah</p> <p>3. Mengembangkan usaha secara bertahap</p> <p>4. Mendesain Kemasan yang Menarik</p>

TREATHS (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
1. Harga Kopi yang fluktuasi	1. Menggunakan Strategi Harga yang Fleksibel	1. Meningkatkan Efisiensi Produksi
2. Produk kopi dari daerah lain	2. Mengembangkan Produk yang Unik	2. Meningkatkan Kapasitas SDM
3. Kondisi ekonomi Masyarakat menengah kebawah	3. Mengembangkan Produk yang Terjangkau	3. Pengenalan produk 4. Meningkatkan Efisiensi Biaya

**Gambar 2.** Matriks Posisi SWOT

Matriks posisi strategi pengembangan kopi organik di Kecamatan Mekakau Ilir pada Gambar 2 menunjukkan nilai $x > 0$ nilai $y > 0$ yaitu. Hal ini berarti posisi strategi kopi organik terletak pada kuadran I. Kuadran I merupakan kuadran yang dibatasi oleh sumbu x dan sumbu y yang keduanya bertanda positif dan alternatif strategi yang dianjurkan adalah strategi agresif (aggressive strategy) yaitu strategi SO, dimana kuadran ini mempunyai posisi yang paling menguntungkan karena kekuatan dan peluang dalam matriks posisi tersebut adalah baik sehingga dengan kekuatan yang dimiliki kopi organik dimungkinkan untuk memanfaatkan peluang usahatani yang ada dan mengembangkannya. Kopi organik di Kecamatan mekakau Ilir berada di kuadran I dengan angka 2,3, artinya kopi organik tersebut memiliki faktor-faktor kekuatan dalam kondisi yang baik, namun petani kopi organik belum memanfaatkan peluang yang ada sehingga kopi organik belum berkembang. Untuk itu diperlukan sterategi agresif yaitu melakukan ekspansi dan meningkatkan pertumbuhan secara maksimal dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada (*strength-opportunities strategy*).

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dari hasil penelitian di dapat beberapa faktor internal dan faktor eksternal, faktor internal yakni kekuatan; Harga produk yang terjangkau, ketersediaan lahan, SSDM yang mendukung, penjualan

dilakukan secara online, kualitas produk yang baik dan khas, kelemahan: Saluran pemasaran terbatas, kurangnya sarana prasarana, masih menggunakan teknologi sederhana, keterangan modal, selera yang belum biasa, kurangnya kreatifitas pengemasan. Sedangkan faktor eksternal yakni, peluang: Pangsa pasar cukup besar, meningkatnya tren minum kopi, pemasaran digital, kondisi dan letak geografis, ketersediaan pasar. Sedangkan ancaman: Harga Kopi yang fluktuasi, Produk kopi dari daerah lain, Kondisi ekonomi Masyarakat menengah kebawah. Dari hasil penelitian di dapat bahwa strategi pengembangan yang dilakukan untuk mengembangkan komoditi bawang merah di Kabupaten OKU adalah Strategi SO (Meningkatkan kualitas, Pemasaran yang efektif, Memanfaatkan Sumber Daya Alam, Meningkatkan jaringan distribusi, Strategi WO (Membangun Kerjasama dengan café dan restoran, Kerjasama dengan pemerintah, Mengembangkan usaha secara bertahap, Mendesain Kemasan yang Menarik), Strategi ST (Menggunakan Strategi Harga yang Fleksibel, Mengembangkan Produk yang Unik, Mengembangkan Produk yang Terjangkau), Strategi WT (Meningkatkan Efisiensi Produksi, Meningkatkan Kapasitas SDM, Pengenalan produk, Meningkatkan Efisiensi Biaya).

DAFTAR PUSTAKA

- Alyas and Rakib, M. (2017) 'STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DALAM PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)', *Sosiohumaniora*, 19(2), pp. 114–120.
- Amisan, R.E., Laoh, O.E.H. and Kapantow, G.H.M. (2017) 'ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI KOPI DI DESA PURWEREJO TIMUR, KECAMATAN MODAYAG, KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW TIMUR', *Agri-SosioEkonomiUnsrat*, 13(2), pp. 229–236. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.35791/agrsosek.13.2A.2017.17014>.
- Aryani, E., Zanaria, Y. and Kurniawan, A. (2022) 'ANALISIS PERKEMBANGAN COFFEE SHOP SEBAGAI SALAH SATU PERANAN UMKM DI KOTA METRO (Study Kasus Pada Coffee Shop Janji Jiwa Dan Coffee Et Bien)', 3(2), pp. 139–145. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.24127/akuntansi.v3i2.3039>.
- Chan, S. and Garcia, E. (2011) 'Comparative Physicochemical Analyses of Regular and Civet Coffee', *The Manila Journal of Science*, 7(1), pp. 19–23.
- Dalilah, E. and Juwono, V. (2022) 'Evaluasi Implementasi Kebijakan LHKPN: Dimensi Program Marsh & McConnell', *INTEGRITAS: Jurnal Antikorupsi*, 7(2), pp. 311–324. Available at: <https://doi.org/10.32697/integritas.v7i2.861>.
- David, F.R. (2023) *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concept and Cases*. 17th edn. Malaysia: Pearson Education Limited.
- David, M.E., David, Fred R. and David, Forest R. (2017) 'The quantitative strategic planning matrix: a new marketing tool', *Journal of Strategic Marketing*, 25(4), pp. 342–352. Available at: <https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1148763>.
- Erwiani and Sudarma, M. (2013) 'ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN DAN PENERAPAN STRATEGI PADA PERUSAHAAN', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), pp. 1–26. Available at: <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/486>.
- Kaunang, R. *et al.* (2024) 'Analysis of Coconut Agribusiness Development Strategy in North Minahasa Regency', *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(7), pp. 4212–4219. Available at: <https://doi.org/10.29303/jppipa.v10i7.8500>.

- Mukhlis *et al.* (2022) 'Analisis Produksi dan Faktor Produksi Usaha Tani Terpadu Tanaman Padi dan Ternak Sapi di Nagari Taram Kecamatan Harau', *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 22(2), pp. 104–110. Available at: <https://doi.org/10.25181/jppt.v22i2.2581>.
- Putri, A. *et al.* (2021) 'PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI KOPI DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA COFFEE SHOP KOTA PADANG', *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 5(4), pp. 1308–1321. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.04.32>.
- Putri, F.A. *et al.* (2024) 'HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN IBU SUMBER INFORMASI DAN DUKUNGAN KELUARGA TERHADAP KEPATUHAN PEMBERIAN IMUNISASI DASAR PADA ANAK DI TPMB N KECAMATAN CIPUTAT TIMUR KOTA TANGERANG SELATAN TAHUN 2024', *JIDAN Jurnal Ilmiah Bidan*, 8(2), pp. 1–12. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.69935/jidan.v8i2.75>.
- Rangkuti, F. (2022) *Creating Effective Marketing Plan*. Edited by 2nd Ed. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sairdama, S.S. (2013) 'ANALISIS PENDAPATAN PETANI KOPI ARABIKA (Coffea arabica) DAN MARGIN PEMASARAN DI DISTRIK KAMU KABUPATEN DOGIYAI THE ANALYSIS OF ARABICA COFFEE FARMERS ' INCOME AND MARKETING MARGIN IN KAMU DISTRICT, DOGIYAI REGENCY', *Agrilan*, 2(2), pp. 44–56.
- Saragih, J.R. (2019) 'Pendapatan dan Nilai Tambah Pengolahan Primer Kopi Arabika di Desa Sait Buttu Saribu , Kecamatan Pamatang Sidamanik , Kabupaten Simalungun', *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 3(1), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jp2wd.2019.3.1.1-10>.
- Sarvina, Y. *et al.* (2020) 'Strategi Peningkatan Produktivitas Kopi serta Adaptasi terhadap Variabilitas dan Perubahan Iklim melalui Kalender Budidaya', *Jurnal Sumberdaya Lahan*, 14(2), pp. 65–78. Available at: <https://epublikasi.pertanian.go.id/berkala/index.php/jsl/article/view/3331/3367>.
- Shalihah, A., Juwita, R. and Hetami, D. (2022) 'Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Membangun Loyalitas Konsumen pada Kopiria', *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 9(2), pp. 123–140.
- Sugiyono (2018) 'Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&G', in. Bandung: Alfabeta, p. h. 8.
- Supriatna, S. and Aminah, M. (2014) 'Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidey Bandung)', *Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol*, V(2), pp. 227–243. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jmo.5.3.227-243>.
- Syahputra, F.E. and Lubis, Z. (2025) 'AGRISAINS : Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Warung Kopi Di Kecamatan Percut Sei Tuan Analysis Of Consumer Behavior In Choosing A Warung Kopi In Percut Sei Tuan District', *AGRISAINS: Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 7(2), pp. 183–192. Available at: <https://doi.org/10.31289/agrisains.v7i2.6041>.