

## **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI KOPI LIBERIKA SEBAGAI AGROWISATA DI DESA KUMPAI BATU ATAS KECAMATAN ARUT SELATAN KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT**

Djoni, B.E. Saputra

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Antakusuma  
Jl. Iskandar No. 63, Pangkalan Bun 74112  
Email : [djonicordana@gmail.com](mailto:djonicordana@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini adalah untuk mengetahui alternative-alternatif strategi pengembangan dalam usahatani Kopi Liberika sebagai agrowisata di Desa Kumpai Batu Atas, Kecamatan Arut Selatan, Kabupaten Kotawaringin Barat. Metode yang digunakan oleh peneliti meliputi observasi, wawancara dan studi pustaka. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (purposive) dengan mempertimbangkan bahwa usahatani kopi Liberika dalam kondisi mulai dilirik masyarakat seiring berkembangnya gaya hidup *Coffeeshop* di wilayah Kabupaten Kotawaringin Barat. Kondisi yang merupakan faktor kekuatan usaha tersebut meliputi : kopi liberika yang memiliki rasa yang unik, komoditi kopi yang mudah dibudidayakan, letak lokasi usaha yang mudah dijangkau, nama Kopi Liberika yang dikenal masyarakat setempat, harga komoditi yang tergolong murah. Kondisi yang merupakan faktor kelemahan usaha tersebut meliputi : sumber daya manusia yang terlibat masih kurang, budidaya tanaman kopi Liberika yang masih belum optimal, fasilitas usaha yang kurang memadai, promosi yang kurang maksimal. Pada Faktor Eksternal, peluang yang ada berupa : kunjungan konsumen dari berbagai kelas sosial, permintaan pasar yang belum bisa dipenuhi , varian produk turunan dan rasa yang masih bisa dikembangkan, dan kemajuan teknologi dapat mendukung. Kondisi ancaman bagi usaha Kopi Liberika di desa ini berupa : kesadaran masyarakat akan nilai ekonomi kopi Liberika ini masih rendah, pengetahuan usahatani dan pengolahan komoditi kopi belum memadai, dan munculnya persaingan berbagai jenis dan merk kopi jenis lain.

---

*Kata kunci: Kopi Liberika, usahatani, agrowisata.*

### **ABSTRACT**

*This research is to know the alternative strategy for developing Liberica Coffee agriculture as agrotourism in Kumpai Batu Atas village, Arut Selatan Subdistrict, Kotawaringin Barat Regency. In this paper, the researcher uses some metode such as observation, interview and literature review. Moreover, to consider that Kumpai Batu Atas village are the central of Liberica Coffee agriculture, the researcher with purposive decide this village as the research location. Liberica Coffee has a lot of excellences such as a unique taste, easy to cultivate, reachable agriculture location, the name of Liberica Coffee is known by most people, low price commodity, etc. On the other hand, there are also some deficiencies such as lack of human resources, suboptimal cultivation, uncompatible business facilities and lack of promotion. In the external factor, there are some opportunities for this commodity such as, konsumen visit from various social class,*

*unrealized market demand, undeveloped taste and derivative product variants, and the support from technology advances. Besides the opportunities of the Liberica Coffee, this commodity also have some menace in this village such as, the public awareness in economic value of Liberica Coffee are still low, incompatible knowledge of agriculture and commodity cultivation, and competition between other types of coffee.*

*Kata kunci: Liberica Coffee, Agriculture, Agrotourism.*

## PENDAHULUAN

Minat masyarakat sekarang ini yang cenderung mengarah kepada konsep *back to nature* atau kembali ke alam, menyebabkan kebutuhan masyarakat akan tempat berlibur yang alami cenderung meningkat. Salah satu desa yang berpotensi sebagai destinasi agrowisata di Kabupaten Kotawaringin Barat adalah Desa Kumpai Batu Atas. Desa Kumpai Batu Atas strategis lokasinya yang dekat dengan kota.

Potensi agrowisata di Desa Kumpai Batu Atas salah satunya adalah usahatani kopi berjenis Liberika dan proses pengolahannya. Desa Kumpai Batu Atas mulai mengembangkan usahatani kopi Liberika dan mulai mengembangkan potensi komoditi kopi ini. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usahatani Kopi Liberika sebagai destinasi agrowisata di Desa Kumpai Batu Atas, Kecamatan Arut Selatan, Kabupaten Kotawaringin Barat

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan teknik *purposive sampling*. Pemilihan responden ditujukan kepada pihak – pihak internal dan eksternal usahatani kopi dan pengolahannya, yang terkait dalam penentuan strategi dan kebijakan usaha kopi Liberika.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, pengamatan, dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis dengan Metode Analisis Analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kondisi Wilayah Penelitian

Wilayah Desa Kumpai Batu Atas sangat potensial untuk pengembangan padi sawah dan padi ladang, karena desa ini memiliki lahan yang cukup luas serta sarana dan prasarana pertanian yang memadai seperti saluran irigasi, ferocement, alsintan dan saprodi. Selain itu pengembangan sektor peternakan juga potensial, terbukti dengan banyaknya petani yang beternak sapi, kambing, dan ayam buras. Potensi lain adalah tingginya semangat petani untuk bergabung dalam kelompok tani dan melaksanakan kegiatan pertanian secara umum.

Usahatani kopi Liberika pertama kali dibuka pada tanggal 2017, namun sebelum itu kopi Liberika sebenarnya sudah masuk dan dimanfaatkan akan tetapi masih secara tradisional atau masih untuk konsumsi sendiri, pada tahun 2000 an keatas banyak

pohon kopi yang ditebang karena masyarakat sendiri masih belum menemukan keuntungan dengan menanam kopi liberika. Pada tahun 2017 berkat bantuan dari berbagai pihak yang membantu dan memberikan masukan dan pelatihan bahwa kopi Liberika yang ditanam di Desa Kumpai Batu Atas memiliki nilai ekonomi yang apabila dikelola dengan baik.

### Analisis Faktor Internal

Kekuatan pada usahatani Kopi Liberika Kumpai Batu Atas yaitu Memiliki

Tabel 1. Internal Usaha Kopi Liberika.

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	Memiliki rasa unik	0,13	3	0,39
2	Mudah dibudidayakan	0,13	3	0,39
3	Lokasi yang strategis	0,08	3	0,24
4	Brand yang dikenal	0,08	3	0,24
5	Harga prouk yang cukup terjangkau	0,13	3	0,39
Sub Total		<b>0,55</b>		<b>1,65</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Kekurangan karyawan	0,12	2	0,24
2	Budidaya Yang Tidak memadai	0,12	2	0,24
3	Tidak Mencukupi Permintaan pasar	0,07	2	0,14
4	Fasilitas yang Kurang Memadahi	0,07	2	0,14
5	Promosi yang Kurang	0,07	2	0,14
Sub Total		<b>0,45</b>		<b>0,90</b>
Total		<b>1,00</b>		<b>2,55</b>

Dari analisi data yang ada pada Tabel 1 di atas pada faktor kekuatan dan kelemahan menunjukkan kondisi yang sedang dialami Agrowisata Kopi Liberika. Kondisi kekuatan tersebut meliputi kopi liberika yang memiliki rasa yang unik sehingga

cita Rasa yang unik, komoditi yang mudah dibudidayakan, memiliki tempat yang strategis, memiliki brand sendiri yaitu kopi KBA, berkunjung ke agrowisata Kopi liberika yang tergolong murah.

Pada kelemahan terdiri dari karyawan yang masih kurang, petani yang masih belum membudidayakan kopi liberika dengan benar, produksi yang masih sedikit, fasilitas yang masih belum memadai, Promosi yang belum maksimal. Hasil penelitian pada faktor internal dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

menarik pelanggan, komoditi kopi yang mudah dibudidayakan sehingga pengembangan produksi dapat dilakukan, Letak Agrowisata yang mudah dijangkau dan lokasi yang masih tenang akan menarik pelanggan pergi untuk berkunjung, brand

Kopi KBA yang sudah mulai dikenal akan menarik wisatawan maupun pembeli untuk datang, harga berwisata yang murah dibandingkan tempat wisata lain tentu akan menjadi daya tarik yang sangat baik.

Pada Kelemahan Agrowisata Kopi Liberika karyawan yang masih kurang sehingga kesulitan panen dan produksi kopi liberika, budidaya yang masih belum benar akan membuat panen Buah Kopi tidak maksimal, kebutuhan pasar yang besar akan membuat Kopi Liberika memiliki harga yang mahal, fasilitas yang kurang memadai akan membuat wisatawan tidak betah berlama lama di Agrowisata kumpai batu atas, promosi yang kurang maksimal tidak akan menarik banyak wisatawan maupun pembeli.

Matrik ini dapat digunakan sebagai landasan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kemampuan kekuatan dan kelemahan dari suatu usaha. Hasil matrik

IFAS menunjukan bahwa kekuatan memiliki total skor 1,65 lebih besar dari pada skor kelemahan yaitu 0,90. Berdasarkan hal tersebut usaha ini memiliki kekuatan agar dapat mengatasi kelemahan usaha ini.

### Analisis Faktor Eksternal

Faktor peluang yang ada yaitu konsumen dari berbagai kalangan, permintaan pasar yang masih banyak, kopi liberika dapat diolah menjadi berbagai produk, memiliki banyak varian rasa kopi liberika. Kemajuan teknologi mempermudah Promosi Kopi Liberika sebagai Produk Agrowisata.

Ancamannya adalah sebagai berikut, banyaknya Agrowisata lain yang ada di Kumpai Batu Atas, Pengetahuan masyarakat tentang Kopi liberika masih sangat minim, merk kopi liberika lain yang lebih dikenal, warga sekitar yang kurang ikut berpartisipasi dalam pengembangan, agrowisata lain yang lebih cepat berkembang.

Tabel 2. Eksternal Usaha Kopi Liberika.

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor					
Peluang									
1	Konsumen yang beragam	0,07	3	0,21					
2	Permintaan Pasar yang besar	0,13	3	0,39					
3	Kopi Dapat diolah menjadi berbagai produk	0,13	3	0,39					
4	Varian Rasa yang beragam	0,07	3	0,21					
5	kemajuan teknologi	0,10	4	0,40					
Sub Total		<b>0,50</b>		<b>1,60</b>					
Ancaman									
<table> <tr> <th>No</th><th>Faktor Eksternal</th><th>Bobot</th><th>Rating</th><th>Skor</th></tr> </table>					No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor					
1	Agrowisata Lain	0,13	2	<b>0,26</b>					
2	Merk kopi liberika Jenis Lain	<b>0,13</b>	2	<b>0,26</b>					

3	Kopi Jenis Lain Yang Lebih Dikenal	<b>0,7</b>	2	<b>0,14</b>
4	Warga Sekitar Yang Kurang Berpartisipasi	<b>0,10</b>	2	<b>0,20</b>
5	Agrowisata Lain Yang Lebih Berkembang Pesat	<b>0,07</b>	2	<b>0,14</b>
Sub Total		<b>0,50</b>		<b>1,00</b>
Total		<b>1,00</b>		<b>2,60</b>

Dari analisis faktor eksternal di atas berupa peluang dan ancaman dapat dijelaskan sebagai berikut :

Peluang yang ada yaitu konsumen kopi liberika yang berasal dari berbagai kelas sosial akan membuka segmentasi pasar yang lebih luas, permintaan pasar yang masih banyak dapat menjadi pertanda bahwa masih ada peluang usaha yang besar, Kopi liberika dapat diolah menjadi berbagai macam produk dapat membuat orang makin tertarik untuk datang dan membeli, Varian rasa yang banyak akan membuat pasar tidak cepat bosan dan akan terus membeli dan datang ke agrowisata, kemajuan teknologi akan membuat promosi akan lebih mudah dan lebih besar lagi.

Ancaman dari Agrowisata lain tentu akan membuat Pengunjung memiliki pilihan sehingga minat datang dan membeli kopi liberika pun akan semakin berkurang, pengetahuan masyarakat yang masih minim tentang kopi liberika dan agrowisatanya akan membuat kopi liberika sulit untuk dipasarkan dan minat berkabung ke agrowisata akan rendah, merk kopi lain yang juga menjual kopi liberika sebagai produknya tentu akan membuat agrowisata ini semakin tidak dikenal karena barang mudah didapatkan bukan dari tempat asalnya, Kopi jenis lain seperti Arabica dan Robusta yang sudah lebih dulu trends akan membuat kopi liberika

kesulitan untuk bersaing dengan jenis kopi lainnya, warga sekitar yang sudah banyak menebangi dan memotong pohon kopinya tentu akan membuat produksi kopi dan agrowisata kesulitan dengan kurangnya minat masyarakat sekitar pada pengembangan produk ini akan membuat kopi liberika dan agrowisata kesulitan, kehadiran agrowisata lain pun sudah menjadi ancaman apalagi jika agrowisata lain memiliki perkembangan yang lebih pesat karena faktor dana dan modal yang lebih besar tentu hal ini akan menjadi sebuah ancaman.

Hasil faktor eksternal menunjukkan bahwa peluang memiliki total skor 1,60 lebih besar dari pada total skor ancaman yaitu 1,00. Agrowisata kopi liberika ini dengan peluang yang ada saat ini dapat sebagai acuan dalam mengantisipasi ancaman yang terjadi. Jadi hasil analisis tabel tersebut pengembangan strategi pemasaran dapat dilakukan.

Sesuai dengan pendapat (David, 2022) bahwa hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai, serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran organisasi atau usaha ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para konsumen. Berdasarkan hasil-hasil yang didapat dari analisis internal dan eksternal pada table diatas, hasilnya dapat

dirangkum sebagai berikut :

- Skor total *Total Strength* : 1,65
- Skor Total *Weakness* : 0,90
- Skor Total *Opportunity* : 1,60
- Skor Total *Threat* : 1,00

Penentuan Strategi Pemasaran dapat digambarkan sebagai matrik SWOT, penentuan koordinat dilakukan sebagai berikut:

#### Koordinat Analisis Internal:

Sumbu x = Skor Kekuatan – Skor

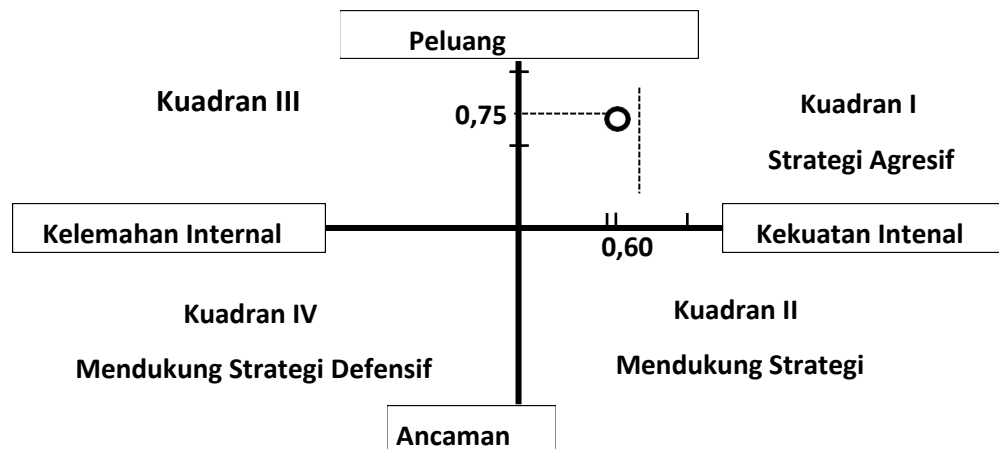
Kelemahan ( $1,65 - 0,90 = 0,75$ )

#### Koordinat Analisis Eksternal:

Sumbu y = (Skor Peluang – SkorAncaman)

( $1,60 - 1,00 = 0,60$ )

Jadi, titik koordinatnya terletak pada (0,75 ; 0,60)



Gambar 1. Hasil Analisis Diagram Cartesius SWOT

Posisi koordinat dari skor internal dan eksternal berada pada posisi Kuadran I. Hal ini berarti usaha Kopi liberika memiliki peluang dan kekuatan yang kuat, sehingga dapat memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dengan didukung oleh kekuatan yang dimiliki. Strategi yang baik untuk diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategi*). Ini merupakan situasi yang sangat paling menguntungkan berdasarkan pendapat Sugiyono, (2013).

#### Analisis Matriks SWOT

Penggambaran secara jelas pada keadaan

internal dan eksternal yang terdapat pada kegiatan strategi pengembangan Agrowisata Kopi Liberika dapat dilihat pada matrik SWOT sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis SWOT

IFAS	<i>Strenght (S)</i> 1. Memiliki Rasa yang Unik 2. Mudah dibudidayakan 3. Agrowisata yang Strategis 4. Brand Kopi yang Bersaing 5. Harga berwisata yang Murah	<i>Weaknesses (W)</i> 1. Kurang Karyawan agrowisata 2. Budidaya yang tidak baik 3. Tidak memenuhi Permintaan Pasar 4. Fasilitas yang kurang memadai 5. Promosi yang kurang maksimal
EFAS		
<i>Opportunities (O)</i> 1. Konsumen yang beragam 2. Permintaan pasar yang besar 3. Kopi Liberika dapat diolah menjadi berbagai produk 4. Varian Rasa yang beragam 5. Kemajuan teknologi	1.kopi liberika yang memiliki rasa yang unik(S) akan memudahkan pembuatan varian rasa baru kopi liberika (O) pengembangan produk kopi liberika menjadi produk lain pun akan sangat mudah dengan aroma dan rasa yang khas (O) sehingga tentu akan membuka peluang pasar yang baru (O) 2.lokasi agrowisata yang strategis dan dekat dari kota(S) dan kemajuan teknologi untuk promosi ( O) akan memudahkan Pembeli dan pengunjung dari berbagai daerah untuk datang (O)	1. kemajuan teknologi saat(O) ini tentu akan mempermudah promosi yang masih kurang maksimal(W) mencari referensi budidaya kopi akan lebih mudah sehingga budidaya akan semakin baik(W) pelanggan baru akan mudah berdatangan (O) 2 kopi liberika yang dapat diolah menjadi berbagai produk (O) akan membuat agrowisata membeli fasilitas dan alat baru untuk mencukupi kebutuhan pengembangan produk (W) banyaknya produk Liberika selain kopi (O) juga dapat membuat Agrowisata memiliki pilihan akan mencukupi permintaan pasar yang lebih menguntungkan (W)

IFAS	<i>Strenght (S)</i> 1. Memiliki Rasa yang Unik 2. Mudah dibudidayakan 3. Agrowisata yang Strategis 4. Brand Kopi yang Bersaing 5. Harga berwisata yang Murah	<i>Weaknesses (W)</i> 1. Kurang Karyawan agrowisata 2. Budidaya yang tidak baik 3. Tidak memenuhi Permintaan Pasar 4. Fasilitas yang kurang memadai 5. Promosi yang kurang maksimal
EFAS	<i>Treaths (T)</i> 1. Agrowisata Lain 2. Merk Jenis lain 3. Kopi Jenis Lain Yang Lebih Dikenal 4. Warga Sekitar Yang Kurang Berpartisipasi 5. Agrowisata lain yang lebih berkembang	1. Dengan melatih warga sekitar tentang Kopi Liberika akan menarik Warga sekitar (T) sehingga kurangnya karyawan dapat diambil dari warga sekitar (W)  2. Kopi Liberika yang mudah dibudidayakan tentu akan lebih mudah untuk membuka lahan baru untuk budidaya kopi liberika(S) ini membuat makin banyak kegiatan yang dapat dilakukan di Agrowisata Kopi liberika sehingga dapat bersaing dengan Agrowisata lain yang lebih berkembang (T) dan dapat bersaing dengan jenis kopi lain (T)

Berdasarkan Tabel 3. tersebut maka startegi yang diperoleh dan dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Kopi Liberika yang memiliki rasa yang unik (S) akan memudahkan pembuatan varian rasa baru kopi liberika (O) dan

pengembangan produk kopi liberika menjadi produk lain (O) sehingga tentu akan membuka peluang pasar yang baru (O)

2. Lokasi usaha yang strategis dan dekat dari kota(S) akan memudahkan Pembeli



dan pengunjung dari berbagai kelas social dan berbagai daerah untuk datang (O)

Produk yang murah (S) dan kopi liberika yang memiliki rasa yang unik (S) akan membuat konsumen/ pengunjung lebih memilih untuk datang ke kopi Agrowisata kopi Liberika dibandingkan agrowisata lain (T) dengan banyaknya konsumen yang datang akan membuat warga sekitar ikut mengembangkan Kopi Liberika(T) dan Merk Kopi KBA akan naik penjualannya (S) dibandingkan merk Kopi Liberika selain KBA(T)

3. Kopi Liberika yang mudah dibudidayakan tentu akan lebih mudah untuk membuka lahan baru untuk budidaya kopi liberika(S) ini membuat makin banyak kegiatan yang dapat dilakukan dalam lokasi usaha Kopi liberika sehingga dapat bersaing dengan Agrowisata lain yang lebih berkembang (T) dan dapat bersaing dengan jenis kopi lain (T)
4. Dengan kemajuan teknologi saat(O) ini tentu akan mempermudah promosi yang masih kurang maksimal(W) mencari referensi budidaya kopi akan lebih mudah sehingga budidaya akan semakin baik(W) pelanggan baru akan mudah berdatangan jika promosi dilakukan dengan maksimal (O)
5. Kopi Liberika yang dapat diolah menjadi berbagai produk (O) akan membuat perusahaan mengembangkan fasilitas dan alat baru untuk mencukupi kebutuhan pengembangan produk kopi liberika (W), banyaknya produk turunan dari komoditi Kopi Liberika selain kopi

(O) dapat membuat usaha ini memiliki pilihan akan mencukupi permintaan pasar yang lebih menguntungkan (W)

6. Mengadakan pelatihan untuk warga sekitar tentang Kopi Liberika akan menarik Warga sekitar (T) sehingga kurangnya karyawan dapat diambil dari warga sekitar (W)

Hasil dari matrik SWOT ini sendiri diharapkan dapat memberikan beberapa alternatif strategi Pengembangan yang dapat dipilih oleh pihak manajemen perusahaan agar tujuan awal dari organisasi tercapai dan kegiatan pemasaran perusahaan dapat memberikan hasil yang maksimal. (Sugiyono, 2013).

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal untuk strategi pengembangan usaha Kopi Liberika sebagai Agrowisata di Desa Kumpai Batu Atas disimpulkan bahwa dalam usaha kopi liberika ini perlu pengembangan produk kopi liberika menjadi produk turunannya dan peningkatan promosi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Craig & Grant. 1996. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- David, Fred R. 2002. *Manajemen Strategis*. Prenhallindo. Jakarta.
- Eriyanto, 2007. *Teknik Sampling: Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKIS.
- Harun R. 2008. *Mengembangkan Agrowisata (Wisata Pertanian)*.

Herlita R.K. 2008. “Analisis Preferensi dan Perilaku Pengunjung Wisata Agro Gunung Mas Cisarua Bogor [skripsi]”. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta C. Bandung.

Tirtawinata, M.R dan Fachrudin. 1996. *Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata*. Jakarta: Penerbit Penebar Swadaya