

Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Berbasis Analisis SWOT untuk Meningkatkan Daya Saing Petani di Kabupaten Rejang Lebong

SWOT-Based Agribusiness Development Strategy for Coffee to Enhance Farmers' Competitiveness in Rejang Lebong Regency

Hefri Oktoyoki^{1*}, Siswahyono¹, Surya Mardiana¹

¹ Jurusan Kehutanan Universitas Bengkulu

*Corresponding author's e-mail: hefri.oktoyoki@unib.ac.id

Article Info	Abstrak
<p><i>Article History:</i> Diterima : 21/Maret/2026 Direvisi : 27/Maret/2026 Diterima : 6/April/2026 Diterbitkan : 12/April/2026</p> <p>Kata Kunci Agribisnis Kopi; SWOT; Strategi Pengembangan; Daya Saing; IFAS-EFAS</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan agribisnis kopi dalam meningkatkan daya saing petani di Kabupaten Rejang Lebong melalui pendekatan analisis SWOT berbasis IFAS dan EFAS. Penelitian dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan antara potensi besar komoditas kopi dengan berbagai kendala, seperti rendahnya produktivitas, keterbatasan teknologi, dan lemahnya akses pasar. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap petani, penyuluh, serta pelaku usaha kopi. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, menyusun matriks IFAS dan EFAS, serta menentukan posisi strategi dalam diagram SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agribisnis kopi berada pada Kuadran I (strategi agresif) dengan nilai (S-W = 1,07) dan (O-T = 0,91). Kekuatan internal seperti kualitas kopi khas, pengalaman petani, dan dukungan kelembagaan mampu dimanfaatkan untuk menangkap peluang berupa peningkatan permintaan pasar, perkembangan teknologi digital, dan kemitraan industri. Strategi yang dihasilkan meliputi penguatan branding, ekspansi pasar digital, pengembangan produk bernilai tambah, penguatan kelembagaan, serta peningkatan kualitas berkelanjutan.</p>
<p><i>Keyword:</i> Coffee Agribusiness; SWOT; Development Strategy; Competitiveness; IFAS-EFAS</p>	<p><i>Abstract</i> This study aims to analyze development strategies for coffee agribusiness to enhance farmers' competitiveness in Rejang Lebong Regency using a SWOT approach integrated with IFAS and EFAS analysis. The study is motivated by the gap between the high potential of coffee commodities and existing challenges, including low productivity, limited technology adoption, and weak market access. A qualitative descriptive approach was applied, with data collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving farmers, extension officers, and coffee business actors. The analysis involved identifying internal and external factors, constructing IFAS and EFAS matrices, and determining strategic positioning using a SWOT diagram. The results indicate that coffee agribusiness is positioned in Quadrant I (aggressive strategy) with values of (S-W = 1.07) and (O-T = 0.91). Internal strengths such as distinctive coffee quality, farmers' experience, and institutional support can be leveraged to capture opportunities including increasing market demand, digital technology expansion, and industrial partnerships. Recommended strategies include strengthening branding, expanding digital market access, developing value-added products, reinforcing institutions, and improving sustainable quality standards.</p>



This article is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini (APA 7th Style) :

Oktoyoki, H., Siswahyono, & Mardiana, S. (2026). Strategi pengembangan agribisnis kopi berbasis analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing petani di Kabupaten Rejang Lebong. *Kastrasi: Jurnal Sains Perkopian*, 1(1), 11–19. <https://doi.org/xxxxxx/xxxxxx>

Pendahuluan

Sektor perkebunan kopi merupakan salah satu komoditas strategis dalam pembangunan pertanian di Indonesia, baik sebagai sumber devisa negara maupun sebagai penggerak ekonomi masyarakat pedesaan. Indonesia dikenal sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia dengan kontribusi signifikan terhadap pasar global, terutama untuk jenis kopi robusta (Neilson et al., 2018). Di tingkat nasional, kopi tidak hanya berperan dalam meningkatkan pendapatan petani, tetapi juga membuka peluang pengembangan agribisnis berbasis nilai tambah, seperti industri pengolahan dan pemasaran produk kopi (Borrella et al., 2019). Namun demikian, pengembangan agribisnis kopi masih menghadapi berbagai tantangan, mulai dari rendahnya produktivitas (Pratiwi et al., 2020), keterbatasan teknologi, hingga lemahnya akses pasar yang memengaruhi keberlanjutan usaha tani kopi (Bacon et al., 2017).

Kabupaten Rejang Lebong di Provinsi Bengkulu merupakan salah satu daerah penghasil kopi utama yang memiliki potensi besar dalam pengembangan agribisnis kopi. Kondisi agroklimat yang sesuai, seperti ketinggian wilayah antara 600–1.200 mdpl dan iklim tropis basah, menjadikan daerah ini ideal untuk budidaya kopi robusta (Wahyudi et al., 2018). Selain itu, pengalaman petani yang telah berlangsung secara turun-temurun menjadi modal sosial yang kuat dalam menjaga keberlanjutan produksi (Arifin et al., 2020). Meskipun demikian, berdasarkan kondisi empiris, produktivitas kopi masih belum optimal akibat keterbatasan penggunaan teknologi (Feriady & Satria, 2021), rendahnya kualitas bibit, serta lemahnya pengelolaan pascapanen dan pemasaran yang berdampak pada efisiensi usaha tani (Sari et al., 2019). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki dengan kinerja aktual agribisnis kopi di daerah tersebut.

Di sisi lain, dinamika lingkungan eksternal menunjukkan adanya peluang yang cukup besar, seperti meningkatnya permintaan kopi baik di pasar domestik maupun internasional serta berkembangnya tren konsumsi kopi specialty (Davis et al., 2019). Perkembangan teknologi informasi juga membuka akses pemasaran digital yang lebih luas bagi petani dan pelaku usaha kopi (Abate et al., 2020). Namun, peluang tersebut juga diiringi oleh berbagai ancaman, seperti fluktuasi harga kopi global dan ketidakpastian pasar (Pham et al., 2019), serta perubahan iklim yang berdampak langsung terhadap produktivitas dan kualitas kopi (Craparo et al., 2021). Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan strategis yang mampu mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal secara komprehensif untuk merumuskan strategi pengembangan agribisnis kopi yang tepat dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji kondisi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan agribisnis kopi di Kabupaten Rejang Lebong sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis. Analisis ini penting untuk memahami kekuatan dan kelemahan internal, seperti sumber daya, teknologi, dan kapasitas petani, serta peluang dan ancaman eksternal yang berasal dari dinamika pasar, perubahan iklim, dan persaingan global (Neilson et al., 2018). Selanjutnya, penelitian ini juga bertujuan untuk menentukan posisi strategis agribisnis kopi melalui pendekatan analisis SWOT, sehingga dapat diketahui arah pengembangan yang paling sesuai dengan kondisi aktual di lapangan (Gürel & Tat, 2017). Selain itu, perumusan strategi pengembangan agribisnis kopi menjadi fokus utama guna meningkatkan daya saing petani, baik melalui peningkatan produktivitas, kualitas produk, maupun perluasan akses pasar berbasis inovasi dan teknologi (Borrella et al., 2019; Abate et al., 2020). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan rekomendasi strategi yang komprehensif dan berkelanjutan dalam mendukung pengembangan agribisnis kopi di daerah tersebut.

Penelitian mengenai pengembangan agribisnis kopi telah banyak dilakukan dengan berbagai pendekatan, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun strategi pengembangan. Konsep keunggulan kompetitif dalam sektor agribisnis menekankan pentingnya diferensiasi produk dan efisiensi biaya untuk meningkatkan daya saing komoditas pertanian di pasar global, termasuk kopi (Ismail et al., 2020). Dalam konteks agribisnis kopi, keunggulan tersebut dapat diwujudkan melalui peningkatan kualitas biji, inovasi produk olahan, serta penguatan jaringan pemasaran yang terintegrasi

(Borrella et al., 2019). Selain itu, strategi pemasaran berbasis nilai tambah dan branding terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk agribisnis, terutama melalui pengembangan identitas produk yang kuat di pasar internasional (Samoggia & Riedel, 2020). Dalam hal ini, kopi dengan karakteristik khas daerah memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan berbasis indikasi geografis yang mampu meningkatkan nilai ekonomi petani (Neilson et al., 2018). Lebih lanjut, penguatan rantai nilai (value chain) dan akses pasar juga menjadi kunci dalam meningkatkan kesejahteraan petani kopi, terutama di negara berkembang yang masih menghadapi keterbatasan dalam distribusi dan pemasaran (Trienekens, 2018).

Pendekatan SWOT juga telah banyak digunakan dalam penelitian agribisnis sebagai alat analisis strategis yang mampu mengidentifikasi posisi usaha secara komprehensif. Analisis ini memungkinkan integrasi antara faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dalam merumuskan strategi yang tepat (Gürel & Tat, 2017). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa strategi agresif (SO) sering menjadi pilihan utama dalam pengembangan agribisnis yang memiliki potensi besar namun belum dimanfaatkan secara optimal, terutama dalam meningkatkan ekspansi pasar dan inovasi produk (Helms & Nixon, 2019). Selain itu, penggunaan analisis SWOT yang dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif mampu menghasilkan rekomendasi strategi yang lebih terukur dan aplikatif dalam pengembangan sektor pertanian (Phadermrod et al., 2019). Meskipun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada skala umum dan belum secara spesifik mengkaji strategi pengembangan agribisnis kopi pada konteks lokal seperti Kabupaten Rejang Lebong (Wahyudi et al., 2018). Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian dalam hal analisis strategis berbasis kondisi empiris lokal yang memerlukan pendekatan SWOT secara lebih komprehensif guna menghasilkan strategi pengembangan yang sesuai dengan karakteristik wilayah penelitian (Feriady & Satria, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan agribisnis kopi di Kabupaten Rejang Lebong, menentukan posisi strategis berdasarkan analisis SWOT, serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan SWOT yang berbasis data empiris lokal serta integrasi antara analisis IFAS dan EFAS dalam menentukan strategi yang aplikatif dan kontekstual. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian mengenai strategi pengembangan agribisnis kopi berbasis analisis SWOT. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan petani dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan kopi yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga memberikan manfaat bagi peningkatan daya saing dan kesejahteraan petani kopi melalui pengembangan agribisnis yang berkelanjutan.

Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis strategis berbasis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan agribisnis kopi serta merumuskan strategi yang tepat berdasarkan kondisi tersebut. Analisis SWOT memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi posisi strategis secara sistematis melalui pengukuran faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman), sehingga dapat menghasilkan alternatif strategi pengembangan yang aplikatif (Phadermrod et al., 2019).

2. Lokasi dan Partisipan

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu, yang merupakan salah satu sentra produksi kopi robusta di Indonesia. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan potensi agribisnis kopi serta kompleksitas permasalahan yang dihadapi petani.

Partisipan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian, seperti:

- (1) Petani kopi aktif,
- (2) Anggota kelompok tani,
- (3) Penyuluh pertanian, dan
- (4) Pelaku usaha atau pedagang kopi.

Jumlah partisipan berkisar antara 10–15 orang yang dinilai cukup untuk memperoleh informasi yang mendalam dan representatif. Pemilihan jumlah ini didasarkan pada prinsip kecukupan data (data saturation), di mana informasi yang diperoleh telah menunjukkan pola yang berulang.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

- (1) Wawancara mendalam (in-depth interview) untuk menggali informasi terkait kondisi internal dan eksternal agribisnis kopi.
- (2) Observasi langsung untuk melihat praktik budidaya, pengolahan pascapanen, dan sistem pemasaran yang dilakukan petani.
- (3) Dokumentasi, berupa data sekunder seperti laporan produksi, data statistik, serta dokumen dari instansi terkait.

4. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilakukan secara bertahap sebagai berikut:

- (1) Tahap persiapan, meliputi studi literatur dan penyusunan instrumen penelitian.
- (2) Tahap pengumpulan data, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan.
- (3) Tahap identifikasi faktor strategis, yaitu mengelompokkan data ke dalam faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman).
- (4) Tahap pembobotan dan penilaian, dengan memberikan bobot dan rating pada setiap faktor untuk menyusun matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary).
- (5) Tahap perumusan strategi, dengan memetakan hasil analisis ke dalam diagram SWOT untuk menentukan posisi strategi (kuadran) dan merumuskan strategi SO, WO, ST, dan WT.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT yang dilakukan melalui beberapa tahapan:

- (1) Identifikasi faktor internal dan eksternal berdasarkan hasil wawancara dan observasi
- (2) Penyusunan matriks IFAS dan EFAS dengan pemberian bobot (0–1) dan rating (1–4) untuk menentukan tingkat pengaruh masing-masing faktor
- (3) Perhitungan skor total untuk mengetahui kekuatan relatif antara faktor internal dan eksternal
- (4) Penentuan posisi strategi melalui selisih nilai (S-W) dan (O-T) dalam diagram SWOT
- (5) Perumusan alternatif strategi, yaitu:
 - Strategi SO (agresif)
 - Strategi WO (perbaikan)
 - Strategi ST (diversifikasi)
 - Strategi WT (defensif)

Hasil dan Pembahasan

1. Gambaran Umum Perkebunan Kopi di Kabupaten Rejang Lebong

Kabupaten Rejang Lebong merupakan salah satu daerah penghasil kopi utama di Provinsi Bengkulu yang memiliki potensi besar dalam pengembangan agribisnis kopi. Kondisi geografis wilayah yang berada pada dataran tinggi dengan ketinggian antara ±600–1.200 mdpl serta didukung

oleh iklim tropis basah menjadikan daerah ini sangat sesuai untuk budidaya tanaman kopi, khususnya jenis robusta. Sebagian besar usaha perkebunan kopi di Kabupaten Rejang Lebong dikelola oleh petani rakyat dengan skala usaha kecil hingga menengah. Sistem budidaya yang diterapkan masih bersifat tradisional dan turun-temurun, meskipun beberapa petani telah mulai mengadopsi teknologi budidaya yang lebih modern. Pengalaman panjang petani dalam mengelola tanaman kopi menjadi salah satu kekuatan utama dalam menjaga keberlanjutan produksi.

Dari sisi produksi, kopi menjadi salah satu komoditas unggulan yang berkontribusi terhadap perekonomian daerah dan sumber pendapatan utama bagi masyarakat pedesaan. Namun demikian, tingkat produktivitas tanaman kopi masih tergolong relatif rendah dibandingkan dengan potensi optimalnya. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain penggunaan bibit yang kurang unggul, teknik budidaya yang belum optimal, serta keterbatasan dalam pemeliharaan tanaman. Selain itu, aspek pascapanen juga masih menjadi tantangan dalam pengembangan agribisnis kopi di daerah ini. Sebagian besar petani masih menjual hasil panen dalam bentuk biji kopi kering tanpa melalui proses pengolahan yang dapat meningkatkan nilai tambah. Keterbatasan fasilitas pengolahan dan pengetahuan mengenai standar kualitas menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing produk kopi.

Dari sisi pemasaran, petani kopi di Kabupaten Rejang Lebong umumnya masih bergantung pada tengkulak atau pedagang pengumpul. Hal ini menyebabkan posisi tawar petani relatif lemah dan harga jual kopi cenderung fluktuatif mengikuti pasar. Akses terhadap informasi pasar dan jaringan distribusi yang lebih luas masih terbatas, sehingga peluang untuk menembus pasar yang lebih menguntungkan belum dimanfaatkan secara optimal. Meskipun demikian, peluang pengembangan agribisnis kopi di Kabupaten Rejang Lebong cukup terbuka lebar. Meningkatnya permintaan kopi baik di pasar domestik maupun internasional, serta berkembangnya tren konsumsi kopi specialty, memberikan prospek yang menjanjikan. Selain itu, dukungan pemerintah melalui berbagai program pengembangan perkebunan juga menjadi faktor pendorong dalam meningkatkan daya saing komoditas kopi. Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, diperlukan suatu strategi pengembangan agribisnis kopi yang komprehensif dan berkelanjutan. Strategi tersebut harus mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki sekaligus mengatasi berbagai kendala yang dihadapi, sehingga dapat meningkatkan produktivitas, kualitas, serta daya saing kopi dari Kabupaten Rejang Lebong.

2. Analisis SWOT Pengembangan Agribisnis Kopi di Kabupaten Rejang Lebong

Tabel 1 menyajikan hasil identifikasi faktor internal yang terdiri dari kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dalam pengembangan agribisnis kopi di Kabupaten Rejang Lebong. Penilaian dilakukan melalui pembobotan dan pemberian rating untuk mengetahui tingkat pengaruh masing-masing faktor terhadap daya saing petani.

Tabel 1. Faktor Internal (IFAS)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan (Strengths)				
1	Kondisi agroklimat yang sesuai untuk budidaya kopi	0.12	4	0.48
2	Pengalaman petani dalam budidaya kopi turun-temurun	0.10	4	0.40
3	Ketersediaan lahan perkebunan yang cukup luas	0.08	3	0.24
4	Kualitas kopi yang memiliki cita rasa khas daerah	0.10	4	0.40
5	Dukungan pemerintah daerah terhadap sektor perkebunan	0.07	3	0.21
6	Adanya kelompok tani sebagai wadah kelembagaan	0.08	3	0.24
Jumlah Kekuatan		0.55		1.97
Kelemahan (Weaknesses)				
7	Akses terhadap teknologi budidaya masih terbatas	0.10	2	0.20
8	Rendahnya akses pembiayaan bagi petani	0.08	2	0.16

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
9	Keterbatasan akses pasar dan informasi harga	0.09	2	0.18
10	Produktivitas tanaman masih rendah	0.08	2	0.16
11	Kurangnya pengolahan pascapanen yang optimal	0.06	2	0.12
12	Ketergantungan pada tengkulak dalam pemasaran	0.04	2	0.08
Jumlah Kelemahan		0.45		0.90
Total		1.00		2.87

Berdasarkan hasil analisis, total skor kekuatan sebesar 1,97 lebih tinggi dibandingkan total skor kelemahan sebesar 0,90. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi internal agribisnis kopi di Kabupaten Rejang Lebong relatif kuat. Kekuatan utama terletak pada kesesuaian agroklimat, pengalaman petani, serta kualitas kopi yang khas. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti keterbatasan teknologi, rendahnya akses pembiayaan, serta sistem pemasaran yang masih bergantung pada tengkulak. Tabel 2 menggambarkan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan agribisnis kopi, yang terdiri dari peluang (opportunities) dan ancaman (threats). Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan maupun diantisipasi oleh petani kopi.

Tabel 2. Faktor Eksternal (EFAS)

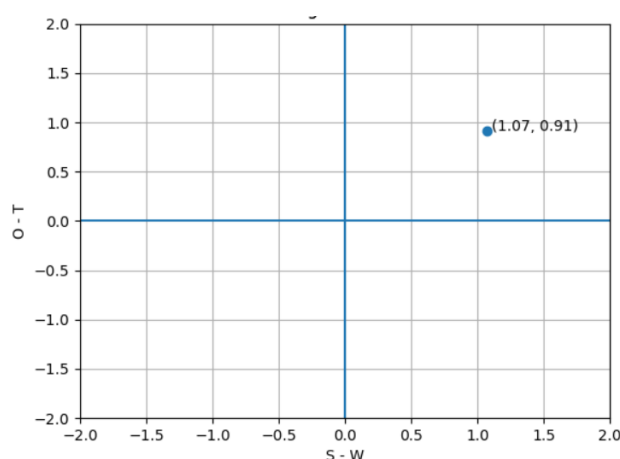
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Peluang (Opportunities)				
1	Permintaan pasar kopi yang terus meningkat (domestik & ekspor)	0.14	4	0.56
2	Dukungan program pemerintah dalam pengembangan komoditas kopi	0.12	3	0.36
3	Perkembangan teknologi informasi untuk pemasaran digital	0.10	3	0.30
4	Potensi pengembangan produk olahan kopi bernilai tambah	0.09	3	0.27
5	Peluang kemitraan dengan industri dan eksportir kopi	0.10	4	0.40
Jumlah Peluang		0.55		1.89
Ancaman (Threats)				
6	Fluktuasi harga kopi di pasar global	0.10	2	0.20
7	Perubahan iklim yang mempengaruhi produktivitas	0.09	2	0.18
8	Persaingan dengan daerah penghasil kopi lain	0.08	3	0.24
9	Serangan hama dan penyakit tanaman kopi	0.09	2	0.18
10	Ketergantungan pada pasar tradisional	0.09	2	0.18
Jumlah Ancaman		0.45		0.98
Total		1.00		2.87

Hasil analisis menunjukkan bahwa total skor peluang sebesar 1,89 lebih besar dibandingkan total skor ancaman sebesar 0,98. Hal ini mengindikasikan bahwa lingkungan eksternal memberikan peluang yang cukup besar bagi pengembangan agribisnis kopi. Peluang utama berasal dari meningkatnya permintaan pasar dan terbukanya akses pemasaran digital. Namun demikian, terdapat ancaman yang perlu diwaspadai, seperti fluktuasi harga kopi global, perubahan iklim, serta persaingan dengan daerah lain. Tabel 3 merupakan hasil rekapitulasi dari analisis faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang digunakan untuk menentukan posisi strategi dalam diagram SWOT. Nilai ini diperoleh dari selisih antara kekuatan dan kelemahan (S-W), serta peluang dan ancaman (O-T).

Tabel 3. IFAS dan EFAS

Internal Factor Attractive Score (IFAS)		External Factor Attractive Score (EFAS)	
Total Skor Kekuatan (S)	1.97	Total Skor Peluang (O)	1.89
Total Skor Kelemahan (W)	0.90	Total Skor Ancaman (T)	0.98
S - W	1.07	O - T	0.91

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai S-W sebesar 1,07 dan O-T sebesar 0,91, yang keduanya bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan lebih dominan dibandingkan kelemahan, serta peluang lebih besar dibandingkan ancaman. Dengan demikian, posisi strategi berada pada Kuadran I (agresif), yang berarti strategi pengembangan agribisnis kopi sebaiknya berfokus pada pemanfaatan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada guna meningkatkan daya saing petani. Gambar 1 menunjukkan posisi strategi pengembangan agribisnis kopi di Kabupaten Rejang Lebong berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal yang telah dihitung sebelumnya. Diagram SWOT ini digunakan untuk menentukan arah strategi yang paling tepat melalui pemetaan nilai selisih kekuatan dan kelemahan (S-W) serta peluang dan ancaman (O-T).



Gambar 1. Diagram SWOT

3. Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di Kabupaten Rejang Lebong

a. Strategi Penguatan Branding Kopi Khas Daerah

Pemanfaatan kekuatan berupa kualitas kopi yang memiliki cita rasa khas serta kondisi agroklimat yang ideal dapat diarahkan untuk membangun *branding* kopi Rejang Lebong sebagai produk unggulan berbasis identitas geografis. Pendekatan ini sejalan dengan temuan bahwa diferensiasi produk berbasis asal geografis mampu meningkatkan nilai tambah serta memperkuat daya saing kopi di pasar global (Neilson et al., 2018). Dengan meningkatnya permintaan pasar kopi *specialty* baik domestik maupun internasional, strategi ini dapat diperkuat melalui penerapan sertifikasi mutu dan indikasi geografis yang berfungsi sebagai jaminan kualitas dan keaslian produk (Samoggia & Riedel, 2020). Selain itu, promosi berbasis *storytelling* mengenai asal-usul dan karakter kopi terbukti efektif dalam membangun persepsi nilai dan loyalitas konsumen terhadap produk kopi premium (Borrella et al., 2019). Implementasi strategi ini juga didukung oleh tren peningkatan konsumsi kopi berkualitas tinggi yang membuka peluang ekspor lebih luas bagi produsen kopi lokal (Traore et al., 2018). Dengan demikian, penguatan *branding* tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga memperkuat posisi kopi Rejang Lebong di pasar premium serta mendorong keberlanjutan agribisnis kopi di tingkat petani.

b. Strategi Ekspansi Pasar Berbasis Digital dan Kemitraan

Kekuatan berupa pengalaman petani dan keberadaan kelompok tani dapat dimanfaatkan untuk menangkap peluang perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya permintaan pasar secara lebih luas. Pemanfaatan platform digital seperti *e-commerce* dan media sosial terbukti mampu meningkatkan akses pasar serta efisiensi distribusi produk pertanian, termasuk kopi, sehingga petani dapat menjangkau konsumen secara langsung tanpa melalui banyak perantara (Abate et al., 2020). Selain itu, digitalisasi pemasaran juga berperan dalam meningkatkan transparansi harga dan memperkuat posisi tawar petani dalam rantai nilai agribisnis (Kamble et al., 2020). Strategi ini dapat diperkuat melalui pembangunan kemitraan dengan pelaku industri kopi seperti *roastery*, *coffee shop*, dan eksportir, yang memungkinkan terciptanya hubungan bisnis yang berkelanjutan serta peningkatan kualitas produk sesuai kebutuhan pasar (Borrella et al., 2019). Penguatan kemitraan dalam rantai nilai juga terbukti mampu meningkatkan efisiensi, stabilitas harga, dan kesejahteraan petani melalui integrasi produksi, pengolahan, dan pemasaran (Trienekens, 2018). Dengan demikian, kombinasi antara pemasaran digital dan kemitraan strategis dapat memperpendek rantai distribusi, memperluas akses pasar, serta meningkatkan daya saing petani kopi secara berkelanjutan.

c. Strategi Pengembangan Produk Bernilai Tambah

Ketersediaan bahan baku berkualitas dan dukungan pemerintah daerah dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan produk turunan kopi seperti *roasted bean*, kopi bubuk premium, dan produk siap saji sebagai bagian dari strategi peningkatan nilai tambah. Diversifikasi produk dalam agribisnis kopi terbukti mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha dengan memperluas sumber penerimaan di luar penjualan bahan mentah (Borrella et al., 2019). Selain itu, pengembangan produk olahan kopi sejalan dengan tren global yang menunjukkan peningkatan konsumsi kopi olahan dan *ready-to-drink beverages*, yang menjadi peluang pasar potensial bagi produsen lokal (Samoggia & Riedel, 2020). Inovasi produk juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing melalui diferensiasi dan peningkatan kualitas yang sesuai dengan preferensi konsumen modern (Kang et al., 2021). Di sisi lain, strategi hilirisasi produk pertanian, termasuk kopi, terbukti dapat memperkuat struktur agribisnis dengan mengurangi ketergantungan pada penjualan komoditas primer serta meningkatkan efisiensi rantai nilai (Trienekens, 2018). Dengan demikian, pengembangan produk bernilai tambah tidak hanya meningkatkan pendapatan petani, tetapi juga memperkuat daya saing agribisnis kopi secara keseluruhan melalui diversifikasi usaha dan inovasi produk.

d. Strategi Penguatan Kelembagaan dan Akses Permodalan

Keberadaan kelompok tani sebagai kekuatan internal dapat dimanfaatkan untuk menjalin kemitraan strategis dengan lembaga keuangan, koperasi, serta program pemerintah dalam rangka menangkap peluang dukungan kebijakan sektor perkebunan. Penguatan kelembagaan petani melalui koperasi dan organisasi tani terbukti mampu meningkatkan akses terhadap pembiayaan, teknologi, serta pasar, sehingga mendorong peningkatan skala usaha dan efisiensi produksi (Abate et al., 2020). Selain itu, akses terhadap layanan keuangan formal menjadi faktor penting dalam mendukung investasi usaha tani dan adopsi inovasi teknologi di sektor agribisnis (Karlan et al., 2018). Kemitraan yang terbangun antara petani dan berbagai pemangku kepentingan juga berperan dalam meningkatkan koordinasi serta integrasi dalam rantai nilai kopi (Trienekens, 2018). Di sisi lain, penguatan kelembagaan terbukti mampu meningkatkan posisi tawar petani dalam negosiasi harga serta memperkuat distribusi produk secara lebih efisien dan terorganisir (Barham et al., 2020). Dengan demikian, strategi penguatan kelembagaan dan akses permodalan menjadi kunci dalam menciptakan sistem agribisnis kopi yang lebih inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

e. Strategi Peningkatan Kualitas dan Standarisasi Berkelanjutan

Kondisi agroklimat yang mendukung dan pengalaman budidaya petani dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan kopi berkualitas tinggi secara konsisten guna memenuhi permintaan pasar global. Penerapan praktik budidaya berkelanjutan (*sustainable farming*) terbukti mampu meningkatkan

kualitas hasil sekaligus menjaga keberlanjutan lingkungan dalam sistem produksi kopi (Pham et al., 2019). Selain itu, peningkatan standar pascapanen seperti proses fermentasi, pengeringan, dan penyimpanan yang tepat menjadi faktor penting dalam menjaga konsistensi mutu dan cita rasa kopi sesuai standar pasar internasional (Borem et al., 2019). Sertifikasi kualitas, termasuk sertifikasi organik dan keberlanjutan, juga berperan dalam meningkatkan nilai jual produk serta memberikan jaminan kepada konsumen terhadap aspek lingkungan dan sosial dalam produksi kopi (Samoggia & Riedel, 2020). Seiring meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan dan berkualitas tinggi, strategi ini menjadi semakin relevan dalam meningkatkan daya saing kopi di pasar premium global (Davis et al., 2019). Dengan demikian, peningkatan kualitas dan standarisasi berkelanjutan tidak hanya memperkuat posisi produk di pasar, tetapi juga mendukung keberlanjutan agribisnis kopi dalam jangka panjang.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan agribisnis kopi di Kabupaten Rejang Lebong memiliki posisi strategis yang kuat, ditandai dengan nilai (S-W = 1,07) dan (O-T = 0,91) yang menempatkan usaha pada Kuadran I (strategi agresif). Hal ini mengindikasikan bahwa kekuatan internal, seperti kesesuaian agroklimat, pengalaman petani, kualitas kopi khas, serta dukungan kelembagaan, mampu dimanfaatkan secara optimal untuk menangkap peluang eksternal berupa meningkatnya permintaan pasar, perkembangan teknologi digital, serta peluang kemitraan industri. Strategi utama yang direkomendasikan adalah strategi SO yang berfokus pada penguatan branding, ekspansi pasar berbasis digital, pengembangan produk bernilai tambah, penguatan kelembagaan dan akses permodalan, serta peningkatan kualitas dan standarisasi berkelanjutan. Implementasi strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, serta mendorong peningkatan pendapatan petani secara berkelanjutan. Secara ilmiah, penelitian ini memberikan kontribusi dalam penguatan pendekatan analisis SWOT berbasis data empiris lokal yang terintegrasi dengan IFAS dan EFAS. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan petani dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan agribisnis kopi yang lebih efektif. Ke depan, penelitian lanjutan disarankan untuk mengintegrasikan pendekatan kuantitatif atau mixed-method guna mengukur dampak implementasi strategi terhadap kesejahteraan petani secara lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Abate, G. T., Francesconi, G. N., & Getnet, K. (2020). Impact of agricultural cooperatives on smallholders' commercialization. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 91(2), 231–256. <https://doi.org/10.1111/apce.12248>
- Arifin, B., Setiawan, B., & Kustiari, R. (2020). Coffee agribusiness development strategy in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 418, 012048. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/418/1/012048>
- Bacon, C. M., Sundstrom, W. A., Stewart, I. T., & Beezer, D. (2017). Vulnerability to cumulative hazards: Coping with the coffee leaf rust outbreak in Nicaragua. *World Development*, 93, 136–152. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.12.025>
- Barham, J., Callenes, M., Gitter, S., Lewis, J., & Weber, J. (2020). Fair trade/organic coffee, rural livelihoods, and the "Agrarian Question": Southern Mexican coffee families in transition. *World Development*, 130, 104935. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.104935>
- Borem, F. M., Ribeiro, F. C., Figueiredo, L. P., Giomo, G. S., Fortunato, V. A., & Isquierdo, E. P. (2019). Evaluation of the sensory and color quality of coffee beans stored in hermetic packaging. *Journal of Stored Products Research*, 80, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.jspr.2018.12.003>

- Borrella, I., Mataix, C., & Carrasco-Gallego, R. (2019). Smallholder farmers in the speciality coffee industry: Opportunities, constraints and the businesses that are making it possible. *IDS Bulletin*, 50(3). <https://doi.org/10.19088/1968-2019.138>
- Craparo, A. C. W., Van Asten, P. J. A., Läderach, P., Jassogne, L., & Grab, S. W. (2021). Coffea arabica yields decline in Tanzania due to climate change. *Global Change Biology*, 27(1), 1–14. <https://doi.org/10.1111/gcb.15439>
- Davis, A. P., Chadburn, H., Moat, J., O’Sullivan, R., Hargreaves, S., & Lughadha, E. (2019). High extinction risk for wild coffee species and implications for coffee sector sustainability. *Science Advances*, 5(1), eaav3473. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aav3473>
- Feriady, M., & Satria, A. (2021). Agricultural innovation adoption among coffee farmers in Indonesia. *Heliyon*, 7(6), e07252. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07252>
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Helms, M. M., & Nixon, J. (2019). Exploring SWOT analysis – where are we now? *Journal of Strategy and Management*, 13(2), 125–138. <https://doi.org/10.1108/JSMA-12-2018-0147>
- Ismail, A., Abdullah, A. M., & Hamid, N. A. (2020). Competitive advantage in agricultural sector: A systematic review. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 10(3), 343–360. <https://doi.org/10.1108/JADEE-10-2019-0153>
- Kamble, S. S., Gunasekaran, A., & Gawankar, S. A. (2020). Achieving sustainable performance in a data-driven agriculture supply chain: A review. *Technological Forecasting and Social Change*, 154, 119957. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119957>
- Kang, J., Tang, L., & Fiore, A. M. (2021). Enhancing consumer–brand relationships through product innovation. *Journal of Business Research*, 124, 483–495. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.050>
- Karlan, D., Savonitto, B., Thuysbaert, B., & Udry, C. (2018). Impact of savings groups on the lives of the poor. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(12), 3079–3084. <https://doi.org/10.1073/pnas.1720125115>
- Neilson, J., Wright, J., & Aklimawati, L. (2018). Geographical indications and value capture in the Indonesian coffee sector. *Journal of Rural Studies*, 59, 35–48. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.01.003>
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2019). Importance-performance analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 44, 194–203. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.009>
- Pham, Y., Reardon-Smith, K., Mushtaq, S., & Cockfield, G. (2019). The impact of climate change and variability on coffee production: A systematic review. *Climatic Change*, 156, 609–630. <https://doi.org/10.1007/s10584-019-02538-y>
- Pratiwi, D. S., Daryanto, A., & Saptono, I. T. (2020). Competitiveness and factors affecting Indonesian coffee exports. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 17(1), 1–12. <https://doi.org/10.17358/jma.17.1.1>
- Samoggia, A., & Riedel, B. (2020). Consumers’ perceptions of coffee health benefits and motives for coffee consumption. *Food Research International*, 129, 108854. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2019.108854>
- Sari, D. P., Harianto, & Suryana, A. (2019). Efficiency of coffee farming in Indonesia. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(6), 1147–1163. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-10-2018-0363>
- Traore, T. M., Wilson, N. L. W., & Fields, D. (2018). What explains specialty coffee quality and price? *Food Policy*, 83, 112–122. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2018.12.001>
- Trienekens, J. H. (2018). Agricultural value chains in developing countries: A framework for analysis. *International Food and Agribusiness Management Review*, 21(1), 1–10. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2017.0059>
- Wahyudi, T., Panggabean, E., & Pujiyanto. (2018). Coffee cultivation and management in Indonesia. *Coffee Science*, 13(2), 182–190. <https://doi.org/10.25186/cs.v13i2.1400>