

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Strategi Usaha

2.1.1.1 Pengertian Strategi Usaha

Strategi merupakan suatu hal yang penting bagi kelangsungan hidup dari suatu usaha untuk mencapai sasaran atau tujuan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap permasalahan atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Strategi merupakan alat atau cara untuk mencapai tujuan dalam pengembangannya, konsep mengenai strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang mempunyai pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi. Strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

Menurut Tjiptono (2014) istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu strategi yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Rangkuti (2013) berpendapat bahwa strategi adalah perencanaan induk yang lengkap meliputi berbagai aspek (*koprehensif*), yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah di

tetapkan sebelumnya. Menurut Stoner, Freeman, Gilbert. Jr (2013), konsep strategi dapat di definisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda yaitu:

1. Dari perspektif apa suatu organisasi ingin dilakukan (*inten to do*).
2. Dari perspektif apa yang organisasi akhirnya dilakukan (*eventually does*).

Dari definisi-definisi di atas maka dapat di simpulkan bahwa strategi adalah alat ataupun cara untuk mencapai tujuan baik individu maupun kelompok atau keunggulan bersaing dengan melihat keadaan/kondisi di lingkungan sekitar baik dari sektor eksternal maupun internal perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama namun strateginya pasti akan berbeda untuk mewujudkan tujuan tersebut perusahaan harus melakukan tindakan yang dapat menguntungkan. Dengan adanya strategi tersebut perusahaan diharapkan dapat berkembang dan bersaing dengan baik untuk kelangsunganusaha tersebut baik jangka pendek maupun jangka panjang.

2.1.1.2 Fungsi Strategi Usaha

Pada dasarnya ada enam fungsi dasar dari strategi yang di susun dapat diimplementasikan secara efektif menurut (Assauri 2013:7),yaitu:

1. mendiskusikan suatu visi atau tujuan perusahaan yang ingin di capai kepada orang lain.
2. Menghubungkan kekuatan (*strength*) dengan peluang (*opportunity*) dari lingkungannya.
3. Menyelidiki peluang-peluang baru yang ada di lingkungan usaha.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih

banyak dari yang digunakan sekarang.

5. Mengatur dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depannya
6. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

2.1.1.3 Perumusan Strategi Usaha

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi atau usaha, menentukan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer value terbaik (David 2007). Adapun langkah-langkah yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan menentukan misi perusahaan dan mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan usaha tersebut.
2. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan dalam menjalankan misinya.
3. Merumuskan faktor-faktor pendukung keberhasilan dari strategi yang ada.
4. Menentukan tujuan dan target yang tepat, mengevaluasi berbagai alternatif strategi, mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki.
5. Memilih strategi yang paling tepat sesuai perusahaan untuk tujuan

jangka pendek dan jangka panjang. (Hardadi,2005).

2.1.1.4 Manfaat Manajemen Strategi Usaha

Menurut David (2011:24) keuntungan yang di dapat dari penerapan ini ada dua antara lain keuntungan,keuangan dan non keuangan. Keuntungan keuangan yaitu usaha lebih terencana sehingga konsep manajemen strategis lebih menguntungkan dan berhasil dari pada yang tidak menggunakan. Berikut manfaat keuntungan dan manfaat non keuangan bagi usaha menurut,(fred R.David 2011:24) yaitu :

1. Manfaat keuntungan keuangan,bisnis yang menggunakan konsep manajemen strategi menunjukkan perbaikan yang signifikan dalam penjualan,profitabilitas,produktivitas dibandingkan dengan usaha-usaha yang tanpa aktivitas perencanaan strategi yang sistematis. Sehingga mampu menghadapi perubahan di masa yang akan datang dalam lingkungan eksternal dan internal.
2. Selain membantu perusahaan menghadapi bencana keuangan,manajemen strategi usaha menawarkan keuntungan-keuntungan nyata lainnya,seperti meningkatkan kesadaran akan ancaman eksternal meningkatkan produktivitas,dan memahami strategi pesaing.

Secara garis besar manfaat utama dari manajemen strategi usaha iyalah membantu organisasi dalam merumuskan strategi-strategi yang lebih baik melalui pendekatan yang lebih sistemis,logis,dan rasional untuk menentukan pilihan strategi yang efektif.

2.1.2 Lingkungan Internal

2.1.2.1 Pengertian Lingkungan Internal

Analisis lingkungan ialah kegiatan mengidentifikasi kondisi atau keadaan suatu tempat, seperti halnya menganalisis lingkungan perusahaan secara menyeluruh dan akurat, baik dari sisi lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Analisis lingkungan merupakan langkah yang sangat penting dalam merumuskan strategi yang mengarah kepada kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang terdapat dalam sebuah perusahaan. Perubahan dalam lingkungan internal suatu perusahaan dapat dilihat dikarenakan masih berada di dalam lingkungan perusahaan tersebut. Adapun beberapa fungsi dari analisis lingkungan internal ini antara lain untuk mendukung kelancaran aktivitas perusahaan, fungsi tersebut diantaranya produksi atau operasi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen sebagai suatu kekuatan dan kelemahan (Khair : 2016).

Lingkungan internal menurut Hunger dalam Moeljadi (1998) mengemukakan bahwa setiap usaha yang dilakukan perusahaan selalu dihadapkan pada situasi yang selalau berubah. Kondisi tersebut tidak mungkin dilaksanakan tanpa adanya proses penyesuaian terhadap kondisi internal yang ada. Sedangkan menurut Saydam dalam penelitian I Gusti Putu Darya (2011) bahwa, "lingkungan internal mungkin dapat dikendalikan secara organisator oleh pelaku usaha sehingga dapat diarahkan sesuai dengan keinginan perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa lingkungan internal adalah gambaran kekuatan maupun kelemahan dari elemen-elemen yang ada didalam lingkungan suatu organisasi itu

sendiri dan dapat mencerminkan kemampuan manajemen untuk mengelola suatu organisasi atau perusahaan tersebut.

2.1.2.2 Analisis Lingkungan Internal

Menurut Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin (2006) proses analisis lingkungan internal sangatlah penting untuk dilakukan oleh perencanaan strategi dengan urutan sebagai berikut:

1. Menganalisis hubungan antara strategi perusahaan dan tanggapan terhadap lingkungan, yang dapat dipakai sebagai landasan untuk membandingkan strategi yang sedang berjalan dengan strategi yang potensial yang akan datang.
2. Menganalisis kecenderungan factor dan masalah utama yang diperkirakan mempunyai dampak penting terhadap perumusan strategi.
3. Mencoba meramalkan kemungkinan yang akan terjadi pada masa yang akan datang terhadap lingkungan.

2.1.2.3 Indikator Lingkungan Internal

Menurut David (2016:81) indikator lingkungan internal antarlain, yaitu:

1. Pemasaran.
2. Keuangan.
3. Produksi.
4. Organisasi.

2.1.3 Lingkungan Eksternal

2.1.3.1 Pengertian Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal ialah kondisi ataupun keadaan di luar perusahaan namun dapat mempengaruhi proses jalannya usaha tersebut atau kelangsungan usaha itu sendiri. Menurut Viljoen dalam Moeljadi (1998: 28) menyatakan bahwa lingkungan eksternal sering disebut sebagai *external opportunities* dan *threats*, mencakup *political, social, technological, economic, geographic, customers, suppliers, competitors, creditors, dan labour*. Sedangkan menurut Glueck dalam Moeljadi (1998:28) menyebut lingkungan ini sebagai "factor-faktor luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman". Jadi lingkungan eksternal disini dapat diartikan segala sesuatu kondisi yang datangny dari luar lingkungan perusahaan yang dapat dijadikan peluang ,atupun sebaliknya dapat mengancam kelangsungan perusahaan itu sendiri.

Menurut Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin (2010:51-54) lingkungan eksternal adalah "kekuatan-kekuatan yang timbul dan berada diluar jangkauan serta biasanya terlepas dari situasi operasional perusahaan. Dikutip dari David(2010),Duncan(1972) menjelaskan yang dimaksud dengan lingkungan eksternal perusahaan (*external business environment*) adalah berbagai factor yang berada diluar organisasi yang harus diperhitungkan oleh organisasi perusahaan pada saat membuat keputusan. Pearce II dan Robinson(2013) mendefinisikan lingkungan eksternal merupakan faktor-faktor diluar kendali yang mempengaruhi pilihan perusahaan mengenai arah dan tindakan, yang pada akhirnya juga mempengaruhi struktur organisasi dan proses internalnya.

2.1.3.2 Golongan Lingkungan Eksternal

Menurut Pearce II dan Robinson dalam penelitian Wispandono (2010: 154) mengolongkan lingkungan eksternal menjadi tiga golongan, yaitu:

1. Lingkungan jauh (*remote environment*)
factor ekonomi, social, teknologoi dan ekologi.
2. Lingkungan industry
Hambatan masuk, kekuatan pemasok, pembeli, ketersediaan substitusi dan pesaing antar perusahaan.
3. Lingkungan operasional
Pesaing, kreditor, pelanggan, tenaga kerja dan pemasok.

2.1.3.3 Komponen Lingkungan Eksternal

Menurut Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin (2010: 48-49) mengemukakan bahwa komponen analisis lingkungan eksternal terdiri dari:

1. *Scaning*
Jadi *scaning* iyalah usaha untuk mempelajari segmen pasar.
2. *Monitoring*
Mendeteksi arti melalui *obsevasi* terus menerus atas perubahan dan kecenderungan lingkungan.
3. *Forcasting*
Mengembangkan proyeksi atas hasil yang diantisipasi berdasarkan perubahan dan kecenderungan yang di *monitoring*.
4. *Assessing*

Menentukan waktu dan pentingnya perubahan dan kecenderungan lingkungan strategi perusahaan dan manajemennya.

2.1.3.4 Indikator Lingkungan Eksternal

Menurut David (2016:81) indikator lingkungan eksternal terbagi menjadi lima kategori, yaitu;

1. Ekonomi.
2. Budaya social demografi dan lingkungan.
3. Politik pemerintah dan hukum.
4. Kekuatan teknologi.
5. Kekuatan peraian.

2.1.4 Analisis SWOT

2.1.4.1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan atau strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam lingkungan usaha bisnis, atau mengevaluasi kondisi-kondisi produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman sebaliknya diidentifikasi sebagai faktor eksternal. Freddy Rangkuty, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (2019).Dapat disimpulkn bahwa analisis SWOT iyalah cara untuk merancang strategi yang akan di ambil suatu perusahaan untuk mengevalusai,baik lingkungan

internal maupun eksternalnya sehingga dapat diketahui,kekuatan,kelemahan,peluang,serta ancaman yang ada di lingkungan bisnis tersebut.

2.1.4.2. Manfaat Analisis SWOT

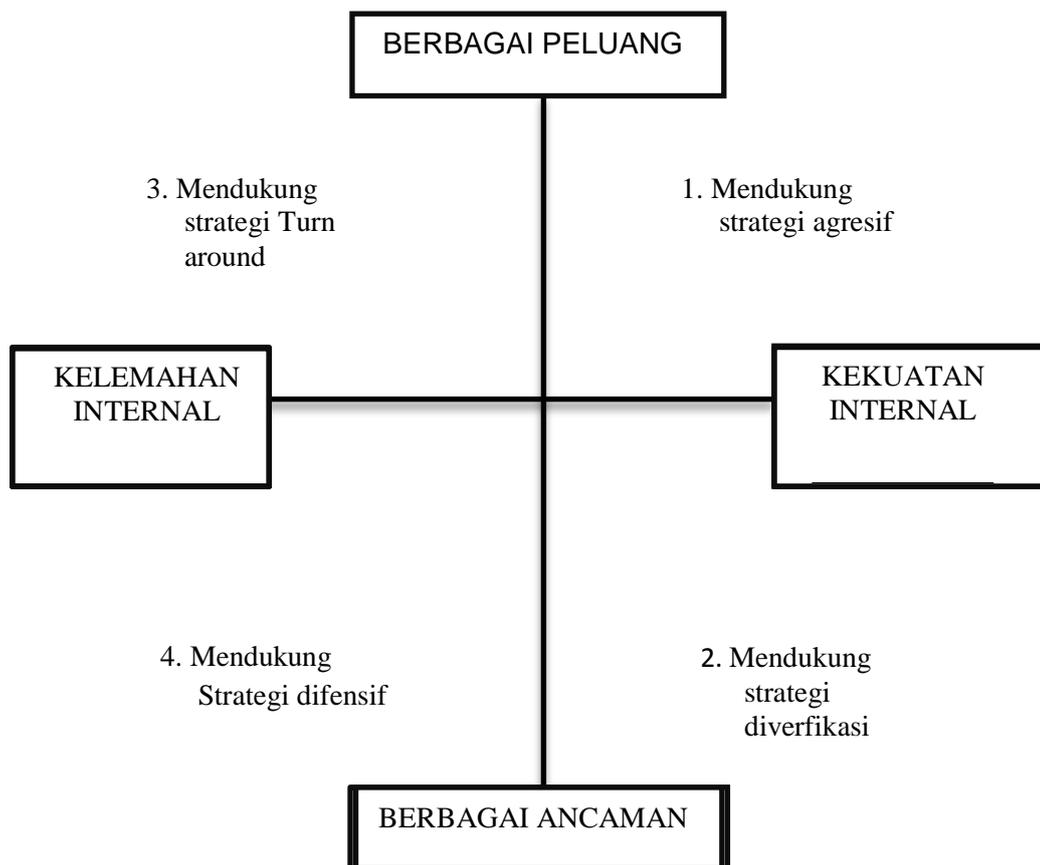
Tujuan akhir dari analisis SWOT adalah menghasilkan berbagai alternatif strategi yang lebih bersifat fungsional, sehingga strategi tersebut akan lebih mudah diaplikasikan dan diimplementasikan pada masing-masing *Strategic Business Unit*. Menurut (Wardoyo:2011) adapun manfaat yang dapat dipetik dari analisis SWOT adalah sebagai berikut :

- a. Secara jelas dapat dipakai untuk mengetahui posisi perusahaan dalam kancan persaingan dengan perusahaan sejenis.
- b. Sebagai pijakan dalam mencapai tujuan perusahaan.
- c. Sebagai upaya untuk menyempurnakan strategi yang telah ada, sehingga strategi perusahaan senantiasa bisa mengakomodir setiap perubahan kondisi bisnis yang terjadi

2.1.4.3. Fungsi Analisis SWOT

Fungsi analisis SWOT adalah untuk menganalisis mengenai kekuatan, kelemahan serta keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan atau usaha yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal, serta analisis mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal perusahaan ataupun usaha (Nisak, 2013).Dapat diartikan bahwa fungsi dari analisis SWOT adalah untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan serta keunggulan bersaing suatu perusahaan dengan menganalisa

kondisi internal perusahaan tersebut,serta menganalisa kondisi lingkungan eksternal perusahaan itu juga guna untuk mengetahui peluang dan ancaman yang datang dari luar perusahaan tersebut.



Gambar 2.1
Analisis SWOT

Kuadran 1: Ini merupakan stuasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat dimanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus dilakukan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growthorienttedstrategy*).

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

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi lain pihak ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.

Kuadran 4 : Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. (Rangkuti, 2019).

2.1.4.4. Analisis Matriks IFAS Dan EFAS

Menurut (Freddy Rangkuti,2019) alat bantu yang digunakan dalam merumuskan strategi perusahaan adalah Matriks IFAS, Matriks EFAS, Matriks SWOT. Adapun Tahapan dalam menganalisis tabel matriks IFAS dan EFAS sebagai berikut :

1. IFAS

Langkah-langkah penyusunan Matriks IFAS antara lain :

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skortotal 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan

memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (Semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh factor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing factor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1,0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa factor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap factor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainya dalam kelompok industri yang sama.

2. EFAS

Langkah-langkah penyusunan Matriks EFAS antara lain :

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat

penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.

- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya 1. Sebaliknya, jika nilai ancaman sedikit ratingnya 4.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan lain dalam kelompok industri yang sama.

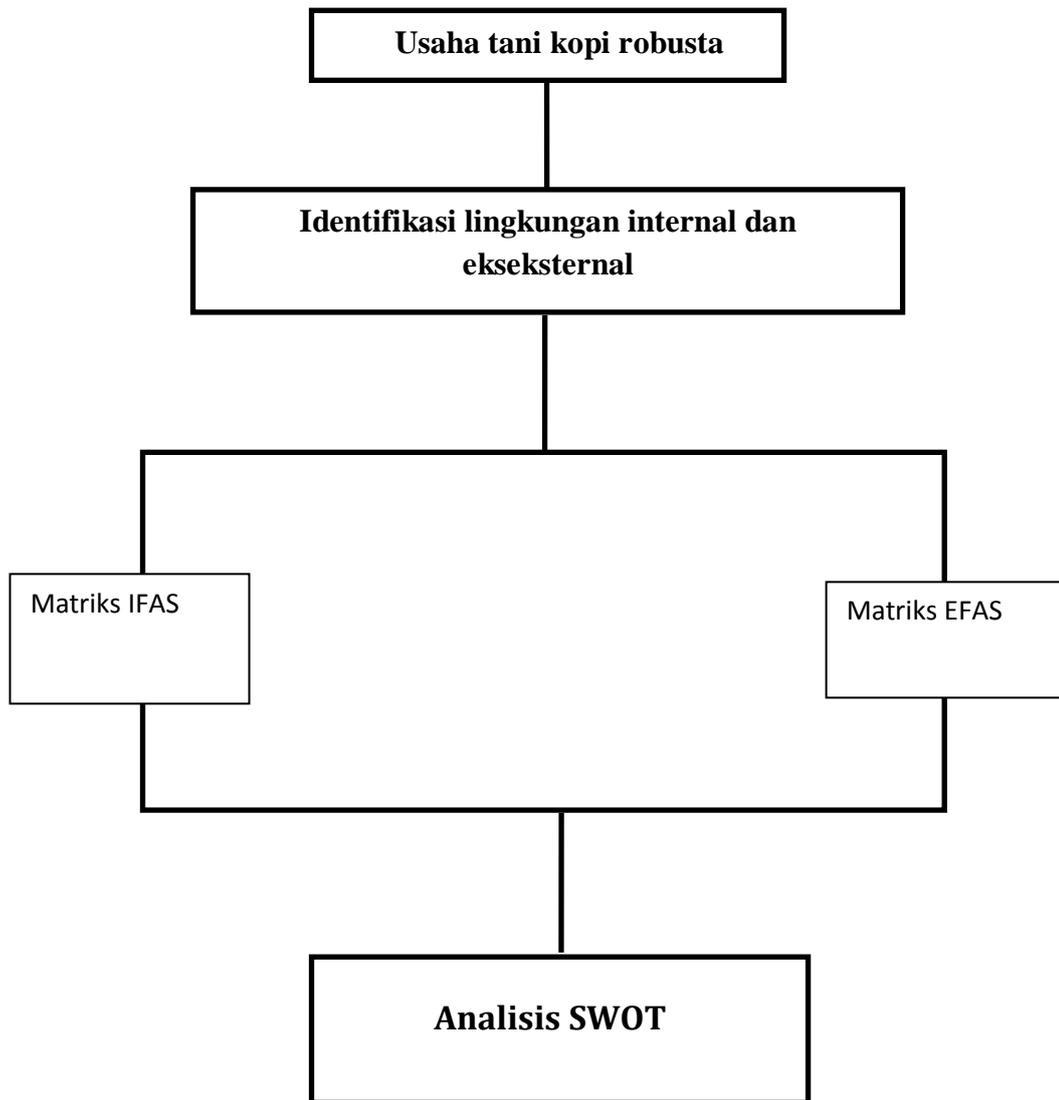
2.2 Kerangka pemikiran

Usaha tani merupakan suatu usaha pembudidayaan segala jenis tanaman baik pada tanaman pangan maupun tanaman perkebunan yang proses

pembudidayaannya dapat menghasilkan bahan yang dapat dikonsumsi. Desa Tunas Jaya merupakan daerah penghasil kopi robusta Di Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. Kopi merupakan minuman khas yang diminati dan disukai oleh banyak kalangan baik itu kaum muda maupun kaum tua, dengan berbagai macam olahan minuman berbahan dasar kopi baik dinikmati hangat maupun dingin dalam bentuk (*ice*) sehingga mempunyai peluang jika usahatani kopi untuk dikembangkan.

Perkembangan yang baik setiap tahunnya dapat memberikan kesempatan bagi petani untuk lebih mengembangkan usahanya menjadi suatu usaha yang lebih besar. Dalam melakukan perkembangan usaha tersebut, petani terlebih dahulu harus memperhatikan faktor-faktor yang menghambat pengembangan usahatani tersebut, baik itu dari segi faktor internal dan faktor eksternal dalam usahatani yang di jalankan. Selain melihat dari kedua faktor tersebut, petani juga harus melihat tingkat kelemahan dan kekuatan pada perkembangan usahatani kopi dan melihat seberapa besar peluang dan tingkat ancaman yang akan dihadapi oleh petani yang ada di Desa Tunas Jaya Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan.

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



Gambar 2.2
Skema kerangka pemikiran

5.3. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti, Jurnal, Volume, Nomor, Tahun	Variabel yang Diteliti, Alat Analisi, Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	Ambar Subekti, Rustam Abd.Rauf, Lien Damayanti.	Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Di Desa Tombiano Kecamatan Tojo Barat Kabupaten Tojo Una-Una J.Agroland 26 (3) : 230-240, Desember 2019	metode deskriptif dan formulasi strategi dengan menggunakan analisis SWOT . Hasil Penelitian 1. Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS) factor kekuatan (strengths) mempunyai nilai sebesar 2,08 dan kelemahan (weaknesses) mempunyai nilai sebesar 1,24. Nilai ini dapat diartikan bahwa usaha pengembangan usaha tani kopi di lokasi penelitian memiliki kekuatan yang lebih besar yaitu sekitar 63,73% di bandingkan kelemahan sebesar 37,27%. 2. sedangkan <i>eksternal strategic factor analysis summary</i> (EFAS), bahwa factor peluang (<i>opportunities</i>) sebesar 1,63 dan ancaman (<i>threats</i>) mempunyai nilai sebesar 0,88. nilai ini dapat di artikan bahwa peluang	Memiliki persamaan menggunakan analisis SWOT dan IFAS EFAS	- Jumlah Populasi berbeda. - Menggunakan rumus selovinn. - Objek penelitian berbeda. - Metode analisis data

			yang dimiliki masih lebih besar di bandingkan dengan ancaman yang ada ,yaitu 64,81% peluang di bandingkan dengan 35,19%.		deskriptif dan formulasi strategi dengan menggunakan analisis SWOT .
2	Asep,Saepul Alam Dan Marthen Cawer.	Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Arabika (Studi Kasus Di Desa Gunungsari,Kecamatan Sukanegara Kabupaten Cianjur). Jurnal Agrita Vol 1 .No .1.Juni 2019 https://doi.org/10.35194/agri.v1i1.805	Metode analisis data terdiri dari analisis deskriptif dan analisis tiga tahap formulasi strategi. Alat bantu analisis yang di gunakan untuk merumuskan strategi adalah matriks IFE,Matriks EFE,Matriks IE,matriks SWOT dan QSPM. Hasil analisis SWOT adalah: 1. meningkatkan produksi kopi dengan memanfaatkan ketersediaan lahan yang cukup dan SDM yang terampil. 2. Mempertahankan keunggulan produk kopi dan memenuhi	- Sama - sama menggunakan matriks IFE dan EFE.	Perbedaan - Menggunakan metode analisis deskriptif dan analisa tiga tahap

			<p>kebutuhan peminat kopi yang semakin meningkat.</p> <p>3. memaksimalkan pengolahan lahan kopi melalui kerja sama dengan dinas pertanian dan perkebunan guna mendapatkan pelatihan.</p> <p>4. memanfaatkan keunggulan sumber daya (manusia,alam,mesin) untuk meraih peluang.</p>		<p>formulasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan matriks IE dan QSPM . - Objek Penelitian Berbeda - Menggunakan Non Probability Sampling
--	--	--	---	--	---

3	Widya Ariyanti, Any Suryantini, Dan Jamahari.	<p>“Strategi Usaha Tani Kopi Robusta Di Kabupaten Tanggamus:Kajian Strategi Pengembangan Agrobisnis Vol 9 .No 2.Hal 179-191 ,22 Agustus 2019 https://doi.org/10.22146/kawistara.40710</p>	<p>Alat analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi. Hasil berdasarka matriks IFAS-EFAS adalah.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas lahan ekspansi. 2. Penerapan bibit unggul dan melakukan replanting. 3. Sosialisai penyuluhan dan petik merah. 4. Peningkatan kapasitas produksi kopi bubuk dan pengadaan mesin pengolahan . 5. Lakukan PIRT pada kemasan dan melakukan promosi produk kopi bubuk. 	Sama-sama menggunakan matriks IFAS dan EFAS	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan metode sampel random sampling sebanyak 68 petani kopi. - Objek Penelitian Berbeda
4	M Rialdi Khazannah	<p>“Strategi Pengembangan Kopi Robusta Di Kabupaten Merangin. Vol 4 No.3.Hal 866-888,2020 https://doi.org/10.37250/newkiki.v4i3.79</p>	<p>Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. petani kopi robusta di Merangin mayoritas berusia produktif, sebagian besar memiliki lahan sendiri dengan luasan 1 hingga 3 hektar. 2. Struktur pasar yang terbentuk adalah pasar persaingan tidak sempurna. 	Sama-sama Menggunakan Analisis SWOT	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian berbeda - Menggunakan analisis SWOT

			<ol style="list-style-type: none">3. Strategi pengembangan usahatani kopi robusta di Merangin melalui hilirisasi hasil usahatani kopi robusta sehingga dapat meningkatkan nilai tambah produk berbahan kopi,4. Peningkatan keterampilan teknis usahatani untuk peningkatan mutu produk olahan berbasis kopi dan pemberdayaan anggota dan kelompok tani.5. Prioritas perancangan program pengembangan kopi robusta di Merangin diarahkan pada peningkatan kapasitas petani kopi robusta agar mampu menghadapi persaingan, pengembangan akses pemasaran kopi melalui promosi produk, penumbuhan minat investor dalam dan luar daerah untuk mengembangkan hilirisasi produk berbasis kopi dan pembangunan infrastruktur penunjang pada sentra-sentra produksi kopi robusta di Kabupaten Merangin.		dan QSPM
--	--	--	--	--	-------------