

**ANALISIS PERMINTAAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI
DI INDONESIA**

***(DEMAND ANALYSIS AND AGRIBUSINESS DEVELOPMENT OF COFFEE
IN INDONESIA)***

Heru Santoso¹, Fitria Dina Riana¹, Lutfia Febri K.¹

¹⁾ Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya
E-mail: agribisnis@ub.ac.id

ABSTRACT

Plantation sector has a very high on the economic development in Indonesia, one of them is coffee. Besides coffee exported to other countries are also consumed by the population in Indonesia. Consumption has increased with the increasing standard of living and urban lifestyle shift in Indonesia. Consumption has increased along with rising living standards and the shift of urban lifestyle in Indonesia, while coffee production in Indonesia fluctuates. Coffee consumption in Indonesia is increasing as well be followed by an increase in coffee production, therefore, needed coffee agribusiness development strategies in Indonesia. The analytical method used is multiple linear regression and matrix and SWOT. The results showed that the income of the population in Indonesia significantly influence the demand for coffee in Indonesia, while the price of coffee in the domestic market, the price of tea in the domestic market, and the population in Indonesia did not significantly affect the demand for coffee in Indonesia. For strategy development is a strategy used SO done by expanding the market by using coffee in Indonesia known by the world, the development of biotechnology, and an increase in the target market.

Key words: Plantation sector, the demand for coffee, coffee agribusiness development

ABSTRAK

Sektor perkebunan memiliki peranan yang sangat tinggi terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia, salah satunya adalah kopi. Kopi selain diekspor ke Negara lain juga dikonsumsi oleh penduduk di Indonesia. Konsumsi tersebut mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya taraf hidup dan pergeseran gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia, sedangkan produksi kopi di Indonesia berfluktuasi. Konsumsi kopi di Indonesia yang meningkat juga harus diikuti dengan peningkatan produksi kopi. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan agribisnis kopi di Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah dan regresi linier berganda dan matrik SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan penduduk di Indonesia berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kopi di Indonesia, sedangkan harga kopi di pasar domestik, harga teh di pasar domestik, dan

populasi penduduk di Indonesia tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kopi di Indonesia. Untuk strategi pengembangan yang dipergunakan adalah strategi SO yang dilakukan dengan cara memperluas pasar dengan memanfaatkan kopi di Indonesia yang dikenal oleh dunia, pengembangan bioteknologi, dan peningkatan pasar sasaran.

Kata kunci: Sektor perkebunan, permintaan kopi, pengembangan agribisnis kopi

PENDAHULUAN

Sektor perkebunan berperan penting untuk penyerapan tenaga kerja. Selain itu, dalam sektor tersebut akan berperan semakin penting dalam mengurangi kemiskinan, menjaga kelestarian lingkungan hidup, dan sumber energi. Peranan lainnya dari sektor perkebunan adalah sebagai sumber penerimaan devisa negara. Pada tahun 2010 devisa dari perkebunan mencapai USD 20 miliar yang berasal dari kelapa sawit USD 15.5 miliar, karet USD 7.8 miliar, dan kopi USD 1.7 miliar (Ditjenbun, 2011).

Konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2005-2009 dan dapat ditunjukkan dengan produk turunan kopi yang telah banyak dikonsumsi. Produk turunan merupakan model dasar dari permintaan turunan yang berupa kopi yang siap untuk dikonsumsi (Pappas, 1995). Konsumsi kopi yang meningkat disebabkan oleh meningkatnya taraf hidup dan pergeseran gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia dan telah mendorong terjadinya pergeseran dalam pola konsumsi kopi khususnya pada kaum muda. Generasi muda pada umumnya lebih menyukai minum kopi instant, kopi *three in one* maupun minuman berbasis espresso yang disajikan di cafe-cafe. Sedangkan kopi tubruk (kopi bubuk) masih merupakan konsumsi utama masyarakat/penduduk di pedesaan dan golongan tua (AEKI, 2011). Adanya peningkatan konsumsi kopi juga didukung oleh populasi penduduk Indonesia yaitu lebih dari 200 juta jiwa.

Untuk produksi kopi di Indonesia pada tahun 2005-2009 mengalami fluktuasi. Fluktuasi produksi kopi di Indonesia dapat disebabkan oleh faktor cuaca yaitu curah hujan yang tinggi yang akan mengakibatkan penurunan produksi. Selain itu, produksi kopi yang berfluktuasi dikarenakan akibat kurangnya peremajaan kopi oleh petani, sehingga kopi memiliki umur yang tua dan akan berdampak pada produksinya. Di sisi lain konsumsi kopi di Indonesia meningkat, oleh karena itu juga harus diikuti dengan peningkatan produksi kopi.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini untuk analisis regresi berganda menggunakan data data *time series* dari tahun 1993-2009. Data tersebut meliputi harga kopi di pasar domestik, harga teh di pasar domestik, populasi penduduk, dan pendapatan penduduk Indonesia. Untuk analisis SWOT membutuhkan data seperti kopi Indonesia yang dikenal dunia, ketersediaan tenaga kerja, produktivitas kopi, mutu kopi di Indonesia, SDM (sumberdaya manusia), SDA (sumberdaya alam), sarana dan prasarana, konsumsi kopi dunia, preferensi konsumen, bioteknologi kopi, pesaing (*competitor*), permintaan kopi di dunia, ekspor kopi, dan kondisi iklim.

Untuk analisis regresi linier berganda membutuhkan spesifikasi Model permintaan kopi di Indonesia. Model permintaan kopi di Indonesia yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 P_k + \beta_2 P_t + \beta_3 \text{Pop} + \beta_4 I + \epsilon_t$$

Keterangan:

Y	= Permintaan kopi di Indonesia
P_k	= Harga kopi di pasar domestik
P_t	= Harga teh di pasar domestik
Pop	= Populasi penduduk Indonesia
I	= Pendapatan penduduk Indonesia
A	= intersep
ϵ_t	= <i>Error term</i>

Untuk pengembangan kopi di Indonesia dianalisis menggunakan matrik *grand strategy*. Dalam matrik tersebut dilakukan identifikasi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan pengembangan kopi di Indonesia) serta lingkungan eksternal (peluang dan ancaman pengembangan kopi di Indonesia untuk penentuan skor, rating, dan bobot. Selain menggunakan matrik *grand strategy* juga dilakukan analisis dengan matrik SWOT.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

1. Uji Stasioner

Uji stasioner dilakukan pada model permintaan kopi di Indonesia karena berkaitan dengan jenis data yang digunakan yaitu *time series* atau data deret waktu dan cenderung mengalami fluktuasi serta dapat bersifat non-stasioner. Apabila data bersifat non-stasioner, maka akan menunjukkan hasil yang meragukan atau *spurious regression* (Gujarati, 1991). Hasil uji stasioner dapat ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Stasioner Pada Semua Variabel

Variabel	Level	<i>Test Critical Value</i>	<i>ADF Test Statistic</i>	Probabilitas	Keterangan
Konsumsi Kopi	5%	- 3.828975	- 5.046354	0.0079	Stasioner
Harga Kopi	5%	- 3.791172	- 3.894617	0.0425	Stasioner
Harga Teh	5%	- 3.791172	- 4.722416	0.0113	Stasioner
Populasi Penduduk	5%	- 3.759743	- 4.025068	0.0323	Stasioner
Pendapatan Penduduk	5%	- 3.828975	- 4.091834	0.0335	Stasioner

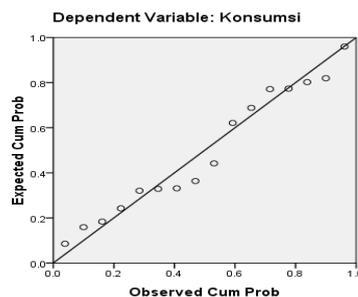
Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen yaitu permintaan kopi di Indonesia, populasi penduduk Indonesia, pendapatan penduduk Indonesia, harga kopi di pasar domestik, dan harga teh di pasar domestik adalah stasioner.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada gambar 1.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. Grafik Normal Plot

Pada gambar 1 menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia memenuhi asumsi normalitas karena titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal atau tidak *skewness*/melenceng/menyimpang menjauh dari garis diagonal. Dalam uji normalitas juga menggunakan Kolmogorov Smirnov (K-S). Dari hasil uji tersebut memiliki

signifikansi sebesar 0.819. Hal ini menunjukkan bahwa $\text{Sig.} > 0.05$, sehingga data relatif sama dengan rata-rata atau data tersebut terdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen dalam model yaitu harga kopi di pasar domestik, harga teh di pasar domestik, populasi penduduk di Indonesia, dan pendapatan penduduk di Indonesia. Untuk hasil uji multikolonieritas dapat ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolonieritas Pada Variabel Independen

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Harga kopi di pasar domestik (Pk)	0.984	1.017	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Harga teh di pasar domestik (Pt)	0.488	2.409	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Populasi penduduk Indonesia (Pop)	0.435	2.298	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Pendapatan penduduk Indonesia (I)	0.831	1.204	Tidak Terjadi Multikolinieritas

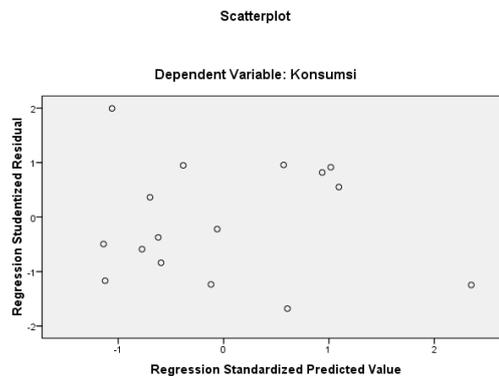
Dari hasil tabel 2 menunjukkan bahwa antar variabel independen dalam model permintaan kopi di Indonesia tidak terjadi korelasi, sehingga tidak terdapat multikolonieritas diantara harga kopi di pasar domestik, harga teh di pasar domestik, populasi penduduk di Indonesia, dan pendapatan penduduk di Indonesia. Hal tersebut karena semua variabel tersebut memiliki nilai $\text{VIF} < 10$ dan nilai $\text{tolerance} < 1$.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model permintaan kopi di Indonesia terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Dari hasil uji diperoleh nilai DW sebesar 1.539. Berdasarkan nilai dari DW tersebut, maka tidak terdapat autokorelasi. Hal tersebut karena DW hitung berada diantara -2 sampai $+2$, sehingga tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk uji heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Pada gambar 2 menunjukkan bahwa titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi baik sehingga dapat digunakan untuk memprediksi permintaan kopi di Indonesia dari variabel independen yaitu harga kopi di pasar domestik, harga teh di pasar domestik, populasi penduduk di Indonesia, dan pendapatan penduduk di Indonesia.

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Untuk koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (permintaan kopi di Indonesia). Dari hasil analisis regresi menghasilkan koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0.693. Hal ini berarti bahwa semua variabel independen (harga kopi di pasar domestik, harga teh di pasar domestik, populasi penduduk di Indonesia, dan pendapatan penduduk di Indonesia) yang dimasukkan ke dalam model regresi tersebut mampu menjelaskan variabel dependen (permintaan kopi di Indonesia) sebesar 69.3%. Sedangkan sisanya sebesar 30.7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (harga kopi di pasar domestik, harga teh di pasar domestik, populasi penduduk di Indonesia, dan pendapatan penduduk di Indonesia) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (permintaan kopi di Indonesia). Dari hasil uji diperoleh F_{hitung} sebesar 6.204, sedangkan untuk F_{tabel} sebesar 2.96. Sehingga, dari hasil tersebut $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6.204 > 2.96$). Selain itu, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai Sig. F sebesar 0.007, sehingga Sig. F < tingkat kesalahan (5%) atau $0.007 < 0.05$. Dengan demikian harga kopi di pasar domestik, harga teh di pasar domestik, populasi penduduk di Indonesia, dan pendapatan penduduk di Indonesia berpengaruh secara simultan terhadap permintaan kopi di Indonesia.

c. Uji t

Dalam uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen (harga kopi di pasar domestik, harga teh di pasar domestik, populasi penduduk di Indonesia, dan pendapatan penduduk di Indonesia) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (permintaan kopi. di Indonesia).

Tabel 3. Hasil Uji t

Variabel	Koefisien	Sig.t	t _{hitung}	t _{tabel}	Keterangan
Harga Teh di Pasar Domestik (Pt)	1510.32	0.401	0.874	1.740	Terima H ₀ Tidak berpengaruh secara signifikan
Harga Kopi di Pasar Domestik (Pk)	61.75	0.946	0.069	1.740	Terima H ₀ Tidak berpengaruh secara signifikan
Populasi Penduduk di Indonesia (Pop)	0.41	0.780	0.286	1.740	Terima H ₀ Tidak berpengaruh secara signifikan
Pendapatan Penduduk di Indonesia (I)	6082.08	0.001	4.351	1.740	Tolak H ₀ Berpengaruh secara signifikan

Dari hasil tabel 3 menunjukkan bahwa pada harga kopi di pasar domestik (Pk), harga teh di pasar domestik (Pt), dan populasi penduduk Indonesia (Pop) menerima H₀, sehingga ketiga variabel independen tersebut secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap permintaan kopi di Indonesia (Y). Sedangkan untuk pendapatan penduduk di Indonesia (I) menolak H₀, dengan demikian variabel independen ini secara parsial berpengaruh signifikan terhadap permintaan kopi di Indonesia (Y).

4. Model Regresi Linier Berganda

Untuk mendapatkan model regresi liner berganda dapat dilakukan dengan menganalisis semua variabel. Model tersebut dapat ditunjukkan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 Pk + \beta_2 Pt + \beta_3 Pop + \beta_4 I + \epsilon t$$

$$Y = 11,353.81 + 61.75 Pk + 1,510.32 Pt + 0.41 Pop + 6,082.08 I + \epsilon t$$

Dari model tersebut untuk nilai konstanta sebesar 11,353.81 menunjukkan bahwa tanpa adanya perubahan harga kopi di pasar domestik, harga teh di pasar domestik, populasi penduduk Indonesia, dan pendapatan penduduk di Indonesia (variabel P_k , P_t , Pop , dan $I=0$), maka nilai Y (Permintaan kopi di Indonesia) sebesar 11,353.81 kg. Untuk variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap permintaan kopi di Indonesia adalah pendapatan penduduk di Indonesia. Nilai koefisien I sebesar 6,082.08. Tanda koefisien yang positif pada variabel pendapatan penduduk di Indonesia (I) menunjukkan adanya hubungan yang positif antara pendapatan penduduk di Indonesia dengan permintaan kopi di Indonesia. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin tinggi pendapatan penduduk di Indonesia, maka akan meningkatkan permintaan kopi di Indonesia. Nilai koefisien regresi sebesar 6,082.08 memberikan pengertian bahwa apabila pendapatan penduduk di Indonesia meningkat sebesar Rp 1,- maka akan meningkatkan permintaan kopi di Indonesia sebesar 6,082.08 kg. Untuk penjelasan pengaruh variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

a. Harga Kopi

Harga kopi di pasar domestik yang tidak berpengaruh secara signifikan atau nyata terhadap permintaan kopi di Indonesia disebabkan oleh konsumen yang tidak memperdulikan harga kopi di pasar domestik karena memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap kopi. Dengan demikian, meskipun kopi merupakan barang esensial untuk kebutuhan sehari-hari tetapi kopi tidak dikonsumsi dengan jumlah yang sangat banyak, sehingga harga tidak mempengaruhi secara nyata atau signifikan.

b. Harga Teh

Harga teh dalam penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan atau nyata terhadap permintaan kopi di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun harga teh mengalami kenaikan tidak berpengaruh secara nyata pada konsumsi kopi karena setiap konsumen memiliki selera tersendiri terhadap teh ataupun kopi.

c. Populasi Penduduk di Indonesia

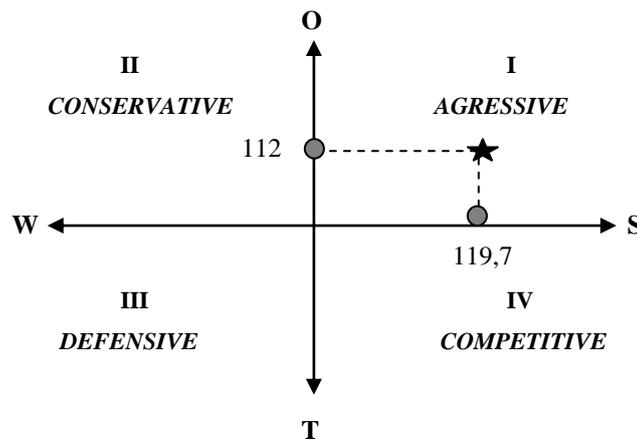
Kopi tidak berpengaruh secara signifikan atau nyata terhadap permintaan kopi di Indonesia disebabkan oleh kopi yang bukan merupakan makanan pokok bagi penduduk di Indonesia yang harus dikonsumsi. Kopi hanya sebagai makanan kenikmatan yang dikonsumsi oleh kalangan tertentu yang juga berdasarkan rentang umur tertentu, sehingga kenaikan populasi tidak secara nyata mempengaruhi kenaikan/penurunan konsumsi kopi. Misalnya, untuk para wanita dan anak-anak yang masih memiliki anggapan negatif bahwa kopi tersebut berbahaya bagi kesehatan.

d. Pendapatan Penduduk di Indonesia

Kopi termasuk barang esensial atau barang yang sangat penting manfaatnya bagi kehidupan masyarakat sehari-hari (Hanani, 2003). Adanya pengaruh yang signifikan ini menunjukkan bahwa pendapatan yang semakin tinggi, maka permintaan kopi juga akan meningkat. Semakin meningkatnya pendapatan, masyarakat semakin mampu atau memiliki daya beli untuk membeli berbagai kebutuhan termasuk diantaranya adalah kopi.

Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di Indonesia

Kopi di Indonesia memiliki lingkungan internal dan eksternal yang dapat dianalisis. Lingkungan internal tersebut terdiri dari kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan agribisnis kopi di Indonesia. Sedangkan untuk lingkungan eksternal meliputi peluang dan ancaman untuk pengembangannya. Analisis lingkungan tersebut akan berpengaruh terhadap pengembangan agribisnis kopi di Indonesia. Untuk menganalisis strategi pengembangan agribisnis kopi di Indonesia dapat dilakukan dengan menggunakan matrik *Grand Strategy*. Penentuan dalam matrik *grand strategy* diperoleh dari hasil selisih antara faktor internal yang terdiri dalam kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan agribisnis kopi di Indonesia serta faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman pengembangan agribisnis kopi di Indonesia. Untuk faktor internal selisih antara kekuatan dan kelemahan adalah 119,7 dengan jumlah skor dari kekuatan pengembangan agribisnis kopi di Indonesia yang lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya. Sedangkan untuk faktor eksternal menghasilkan selisih antara peluang dan ancaman sebesar 112. Nilai dari selisih tersebut dapat menjelaskan bahwa peluang pengembangan agribisnis kopi di Indonesia memiliki jumlah skor yang lebih besar daripada ancaman. Untuk matrik *grand strategy* dapat ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3. Matrik *Grand Strategy*

Pada gambar 3 menunjukkan bahwa pengembangan agribisnis kopi di Indonesia yang berada pada kuadran I dapat menerapkan strategi. Strategi yang dapat dilakukan meliputi dapat memperluas pasar dengan memanfaatkan kopi di Indonesia yang dikenal oleh dunia, pengembangan bioteknologi, dan peningkatan pasar sasaran. Untuk strategi pengembangan agribisnis kopi di Indonesia juga dapat dianalisis menggunakan alternatif Strategi dengan membuat matrik SWOT. Dalam matrik ini, strategi-strategi yang dirumuskan adalah dengan melihat faktor internal yang disesuaikan dengan faktor eksternalnya yaitu peluang dan ancaman

pengembangan agribisnis kopi di Indonesia. Penentuan alternatif strategi dalam mengembangkan kopi di Indonesia dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Penentuan Alternatif Strategi Pengembangan Kopi di Indonesia

<p style="text-align: center;">Faktor Internal</p> <p style="text-align: center;">Faktor Eksternal</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Indonesia dikenal dunia (S₁) 2. Sumberdaya alam mendukung (S₂) 3. Ketersediaan tenaga kerja (S₃) 4. Pendapatan penduduk Indonesia (S₄) 5. Harga kopi di Indonesia (S₅) 6. Populasi penduduk di Indonesia (S₆) 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mutu kopi Indonesia rendah (W₁) 2. Produktivitas kopi rendah (W₂) 3. Sumberdaya manusia rendah (W₃) 4. Keterbatasan sarana dan prasarana (W₄)
	<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumsi kopi dunia (O₁) 2. Ekspor Kopi (O₂) 3. Bioteknologi kopi (O₃) 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan produksi dengan pengembangan bioteknologi (S₂,S₃,O₃) b. Menyelenggarakan dan berpartisipasi dalam pameran kopi internasional (S₁,O₁)
<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi iklim (T₁) 2. Preferensi konsumen (T₂) 3. Pesaing (<i>competitor</i>) (T₃) 	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan kopi spesialiti Indonesia untuk meningkatkan permintaan kopi (S₁, T₂) b. Memanfaatkan sumberdaya agar dapat bertahan di pasar kopi (S₂,S₃,T₃) 	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan mutu kopi Indonesia untuk mempertahankan pasar dan meningkatkan selera konsumen (W₁, W₂, W₃, T₂, T₃) b. Menyediakan sarana dan prasarana untuk mencegah penurunan produksi dan mutu rendah (T₁,W₄)

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- 1) Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh secara tidak signifikan terhadap permintaan kopi di Indonesia adalah harga teh di pasar domestik (Pt), harga kopi di pasar domestik (Pk), dan populasi penduduk di Indonesia (Pop). Sedangkan untuk variabel pendapatan penduduk di Indonesia (I) berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kopi di Indonesia
- 2) Penentuan *grand strategy* diperoleh dari faktor internal dengan selisih antara kekuatan dan kelemahan yaitu 119.7 dengan jumlah skor dari kekuatan pengembangan kopi di Indonesia yang lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya. Sedangkan untuk faktor eksternal menghasilkan selisih antara peluang dan ancaman sebesar 112. Nilai dari selisih tersebut dapat menjelaskan bahwa peluang pengembangan kopi di Indonesia memiliki jumlah skor yang lebih besar daripada ancaman.
- 3) Strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan kopi di Indonesia sesuai pada *grand strategy* adalah terdapat pada kuadran I. Strategi yang digunakan adalah strategi SO dengan cara memperluas pasar dengan memanfaatkan kopi di Indonesia yang dikenal oleh dunia, pengembangan bioteknologi, dan peningkatan pasar sasaran.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

- 1) Untuk memperluas pasar kopi dapat dilakukan dengan meningkatkan mutu kopi di Indonesia melalui pengembangan bioteknologi, sehingga kopi di Indonesia dapat dikenal oleh dunia
- 2) Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya juga perlu mempertimbangkan atau memasukkan variabel-variabel lain yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kopi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- AEKI^a. 2011. *Industri Kopi Indonesia*. http://www.aeki-aice.org/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=11&lang=in. (Verified 14 Januari 2012)
- Ditjenbun. 2011. *Peranan Perkebunan Tetap Penting*. <http://www.deptan.go.id/news/detail.php?id=933>. (Verified 14 Januari 2012)
- Pappas J.L dan Mark Hirschey, 1995. *Ekonomi Managerial*. Bina Rupa Aksara: Jakarta
- Gujarati, D. dan Sumarno. 1991. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga: Jakarta.