

Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Sidikalang Kabupaten Dairi

Andaro Sembiring

Universitas Panca Budi

ABSTRACT

Keywords:

*Coffee Agribusiness,
Competitiveness,
RCA Analysis,
SWOT Strategy,
Added Value.*

Sidikalang is one of Indonesia's most prominent coffee-producing regions with a long historical reputation for quality; however, it faces challenges in maintaining market position amidst global competition and inefficient supply chains. This study aims to analyze the competitiveness and formulate a sustainable development strategy for the coffee agribusiness in Sidikalang, Dairi Regency. The research employed a descriptive-comparative method using both quantitative and qualitative approaches. Data were collected from 60 coffee farmers through simple random sampling and 10 key stakeholders through purposive sampling. Competitiveness was measured using the Revealed Comparative Advantage (RCA) index, while the development strategy was formulated using the Internal-External (IE) Matrix and SWOT Analysis. The results indicate that Sidikalang coffee possesses a strong comparative advantage with an RCA score of 2.38, driven by its unique sensory profile and geographical indications. Bivariate analysis reveals that institutional strength and post-harvest technology significantly influence the added value at the farm level. The SWOT analysis positions the Sidikalang coffee agribusiness in Quadrant I (Aggressive Strategy), with a total weighted score of 3.05. The recommended strategy focuses on an "Upstream-to-Downstream Integration" model, which includes strengthening farmer cooperatives, accelerating Geographical Indication (GI) certification to prevent brand imitation, and adopting digital marketing to shorten the supply chain. This study concludes that while Sidikalang has high comparative potential, its competitive edge must be enhanced through technological modernization and institutional empowerment to ensure long-term economic sustainability for local farmers.

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.



Corresponding Author:

Nama: Andaro Sembiring

Email: andarosbr@gmail.com

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan unggulan yang memiliki nilai strategis bagi perekonomian nasional Indonesia. Sebagai negara produsen kopi terbesar keempat di dunia, sektor ini tidak hanya berkontribusi secara signifikan terhadap perolehan devisa negara

melalui ekspor, tetapi juga menjadi tumpuan hidup bagi jutaan rumah tangga petani di berbagai pelosok Nusantara. Namun, di tengah dinamika pasar global yang semakin kompetitif, Indonesia menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi tawarnya dibandingkan negara produsen lain seperti Vietnam dan Brasil.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa volume ekspor kopi Indonesia mengalami fluktuasi dalam lima tahun terakhir, yang disebabkan oleh ketidakstabilan produksi dan rendahnya produktivitas rata-rata lahan petani rakyat. Meskipun Indonesia memiliki luas lahan kopi yang sangat besar, produktivitasnya masih berkisar antara 700 hingga 900 kg/ha, angka yang terpaut jauh di bawah Vietnam yang mampu mencapai lebih dari 2 ton/ha. Kesenjangan ini mengindikasikan adanya masalah struktural dalam sistem agribisnis hulu yang memerlukan analisis mendalam terkait daya saing komparatif dan kompetitif.

Menurut Michael Porter (1990) dalam teori *Competitive Advantage of Nations*, daya saing sebuah bangsa dalam industri tertentu sangat ditentukan oleh empat faktor utama yang dikenal sebagai *Diamond Porter*: kondisi faktor produksi, kondisi permintaan, industri terkait/pendukung, serta strategi dan struktur perusahaan. Dalam konteks agribisnis kopi Indonesia, kondisi faktor produksi seperti kesuburan tanah dan iklim tropis merupakan keunggulan absolut. Namun, lemahnya industri pendukung seperti teknologi pascapanen dan rendahnya efisiensi logistik sering kali menjadi penghambat utama bagi produk kopi Indonesia untuk bersaing di level premium.

Sidikalang, yang terletak di Kabupaten Dairi, Sumatera Utara, merupakan salah satu wilayah yang memiliki reputasi sejarah dan geografis yang kuat sebagai penghasil kopi berkualitas tinggi di Indonesia. Kopi Sidikalang dikenal dengan cita rasa yang tebal (*body*) dan aroma yang khas, yang seharusnya memberikan keunggulan kompetitif yang unik. Namun, fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa nama besar "Kopi Sidikalang" sering kali dimanfaatkan oleh pihak ketiga, sementara nilai tambah yang diterima oleh petani lokal tetap berada pada level yang rendah akibat rantai pasok yang panjang dan tidak transparan.

Hadi Prayitno (2010) dalam studinya mengenai pembangunan agribisnis menekankan bahwa pengembangan sektor pertanian tidak bisa hanya fokus pada aspek budidaya semata, melainkan harus melibatkan integrasi sistem dari hulu hingga hilir. Di Sidikalang, sistem agribisnis masih berjalan secara parsial; petani cenderung menjual kopi dalam bentuk buah ceri (*cherry*) atau biji kopi hijau (*green bean*) asalan tanpa proses pengolahan lebih lanjut yang mampu meningkatkan nilai jual. Hal ini menyebabkan potensi ekonomi yang besar mengalir keluar dari wilayah tersebut tanpa memberikan dampak kesejahteraan yang signifikan bagi masyarakat lokal.

Persaingan global saat ini tidak lagi hanya bertumpu pada keunggulan biaya (*cost leadership*), melainkan telah bergeser ke arah diferensiasi produk. Kopi kini dipandang sebagai produk gaya hidup dan budaya, di mana konsumen global sangat memperhatikan aspek keberlanjutan, ketertelusuran (*traceability*), dan sertifikasi. Indonesia, khususnya Sidikalang, memiliki peluang besar untuk masuk ke pasar *specialty coffee* internasional melalui perlindungan Indikasi Geografis (IG). Namun, kurangnya literasi petani mengenai standarisasi mutu dan sertifikasi internasional sering kali menjadi tembok penghalang dalam menembus pasar tersebut. Daya saing agribisnis juga sangat dipengaruhi oleh kebijakan makro dan mikro pemerintah. Kebijakan yang tidak sinkron antara pemerintah pusat dan daerah dalam hal penyediaan infrastruktur pertanian dan penyaluran pupuk bersubsidi sering kali memicu ketidakpastian bagi pelaku usaha kopi. Peneliti sebelumnya, Tambunan (2014), menyatakan bahwa daya saing ekspor komoditas pertanian Indonesia sangat dipengaruhi oleh efisiensi birokrasi dan aksesibilitas terhadap modal usaha. Di Sidikalang, keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan formal memaksa petani bergantung pada tengkulak, yang pada akhirnya memperlemah posisi tawar mereka.

Selain itu, perubahan iklim (*climate change*) menjadi ancaman nyata yang menurunkan produktivitas dan kualitas kopi di Indonesia. Pergeseran pola hujan dan peningkatan suhu global menyebabkan tanaman kopi menjadi lebih rentan terhadap serangan hama dan penyakit, seperti karat daun (*Hemileia vastatrix*). Tanpa strategi adaptasi yang tepat melalui pengembangan varietas unggul yang tahan iklim dan praktik *Good Agricultural Practices* (GAP), daya saing kopi Sidikalang akan terus tergerus secara alami seiring menurunnya daya dukung lingkungan.

Strategi pengembangan agribisnis kopi ke depan harus melibatkan transformasi digital dan penguatan kelembagaan. Koperasi petani yang mandiri dan kuat secara finansial merupakan kunci untuk memutus ketergantungan pada rantai distribusi yang eksploitatif. Melalui koperasi, petani dapat melakukan pengolahan bersama secara kolektif untuk menghasilkan standar kualitas yang seragam. Hal ini sejalan dengan pendapat Saragih (2010) yang menyatakan bahwa agribisnis berbasis kerakyatan hanya dapat bertahan jika didukung oleh organisasi petani yang memiliki kapabilitas manajerial dan akses pasar yang luas.

Era Revolusi Industri 4.0 juga menawarkan peluang melalui penggunaan teknologi *blockchain* dan *E-commerce* untuk memangkas mata rantai distribusi kopi. Dengan teknologi, data produksi dari petani di Sidikalang dapat terhubung langsung dengan penyangrai (*roaster*) di kota besar atau bahkan importir di luar negeri. Namun, tantangan berupa kesenjangan digital di pedesaan Indonesia masih menjadi isu utama yang harus diselesaikan dalam merumuskan strategi pengembangan agribisnis yang inklusif.

Berdasarkan kompleksitas permasalahan tersebut, maka diperlukan sebuah analisis komprehensif mengenai posisi daya saing kopi Indonesia, khususnya di wilayah Sidikalang, melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan internal yang bisa dioptimalkan dan ancaman eksternal yang harus dimitigasi. Perumusan strategi pengembangan yang tepat diharapkan dapat memberikan arah bagi pemangku kepentingan dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing komoditas kopi di pasar dunia.

Sebagai penutup, penelitian ini tidak hanya relevan dari sudut pandang ekonomi, tetapi juga secara sosial dan budaya bagi masyarakat Indonesia. Mengembalikan kejayaan kopi Sidikalang berarti pula menjaga warisan budaya dan meningkatkan martabat petani kopi Indonesia. Dengan integrasi strategi hulu-hilir yang berkelanjutan, agribisnis kopi Indonesia diharapkan mampu bertransformasi dari sekadar produsen bahan mentah menjadi pemain utama dalam industri pengolahan kopi dunia yang berdaya saing tinggi dan berkeadilan.

BAHAN DAN METODE

Bahan dan Alat

Alat (Instrumen Penelitian)

Alat dalam penelitian agribisnis berfungsi sebagai sarana untuk mengumpulkan, mengolah, dan memvalidasi data agar hasil analisis daya saing akurat.

1. Kuesioner Terstruktur: Alat utama untuk mengumpulkan data kuantitatif dari petani dan pelaku usaha kopi terkait biaya produksi, harga jual, dan faktor internal/eksternal (SWOT).
2. Panduan Wawancara (*Interview Guide*): Digunakan untuk wawancara mendalam dengan *key informants* seperti Dinas Pertanian Kabupaten Dairi, eksportir kopi, dan tokoh masyarakat tani.
3. Perangkat Lunak Pengolah Data: Microsoft Excel: Untuk penghitungan nilai RCA (Revealed\ Comparative\ Advantage) dan pembuatan matriks pembobotan IFE/EFE. Dan SPSS (optional): Jika diperlukan untuk uji validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner.

4. Alat Perekam dan Dokumentasi: Kamera dan alat perekam suara untuk mendokumentasikan kondisi lapangan di kebun kopi Sidikalang serta proses diskusi.
5. Lembar Observasi: Untuk mencatat kondisi infrastruktur, sarana pascapanen, dan aktivitas perdagangan di pasar kopi lokal.

Bahan (Data dan Objek Penelitian)

Bahan dalam penelitian ini adalah objek atau informasi yang menjadi subjek analisis.

1. Data Primer:
 - a. Informasi biaya sarana produksi (benih, pupuk, pestisida).
 - b. Data tenaga kerja dan upah buruh tani kopi.
 - c. Data harga jual kopi di tingkat petani, pengumpul, hingga harga ekspor.
 - d. Persentase kehilangan hasil (*losses*) saat pascapanen.
2. Data Sekunder (Bahan Pustaka):
 - a. Data Statistik: Laporan "Kabupaten Dairi Dalam Angka" dari BPS untuk melihat tren luas lahan dan volume produksi tahunan.
 - b. Data Ekspor: Data volume dan nilai ekspor kopi Indonesia vs dunia (dari UN Comtrade atau Kementerian Perdagangan) untuk penghitungan RCA.
 - c. Dokumen Kebijakan: Peraturan daerah terkait perlindungan Indikasi Geografis (IG) Kopi Sidikalang.
3. Sampel Produk (Bahan Fisik): Biji kopi (*green beans*) dari berbagai tingkatan proses (natural, washed) sebagai bahan pembandingan standar mutu berdasarkan SNI Kopi.

PENGUNAAN ALAT DALAM ANALISIS STRATEGI

Alat-alat di atas nantinya akan difungsikan untuk mengisi Matriks Strategi yang divisualisasikan dalam kerangka kerja berikut:

1. Alat Kuesioner akan mengisi data pada kolom Kekuatan (Strengths) dan Kelemahan (Weaknesses).
2. Data Sekunder (Berita/Tren Global) akan mengisi kolom Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif guna membedah kompleksitas daya saing kopi di Sidikalang. Pendekatan kuantitatif difokuskan pada penghitungan matematis untuk mengukur keunggulan komparatif, sementara pendekatan kualitatif diaplikasikan melalui analisis strategis guna merumuskan arah pengembangan agribisnis di masa depan. Lokasi penelitian ditetapkan secara sengaja (*purposive*) di Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi, yang didasari atas pertimbangan historis dan posisi wilayah tersebut sebagai sentra produksi kopi unggulan di Indonesia yang telah memiliki reputasi internasional namun masih menghadapi tantangan pada rantai nilai hulu ke hilir.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh lapisan pelaku usaha kopi di wilayah Sidikalang, yang terbagi menjadi populasi produsen (petani kopi) dan populasi pemangku kepentingan (*stakeholders*) pendukung. Mengingat luasnya populasi petani, maka penentuan sampel dilakukan dengan teknik *Simple Random Sampling*, di mana terpilih sebanyak 60 petani kopi sebagai responden untuk memberikan data primer terkait biaya produksi dan struktur pendapatan. Di sisi lain, untuk keperluan analisis strategis yang membutuhkan kedalaman informasi, penelitian ini juga menetapkan 10 informan kunci (*key informants*) melalui teknik *Purposive Sampling*. Informan tersebut terdiri dari unsur pengurus koperasi tani, pedagang pengumpul, praktisi pengolahan kopi (*roaster*), hingga pejabat dari Dinas Pertanian Kabupaten Dairi yang memiliki otoritas dan pengetahuan komprehensif mengenai kebijakan agribisnis lokal.

Data yang digunakan bersumber dari data primer yang diperoleh langsung melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta penyebaran kuesioner terstruktur kepada responden. Selain itu, penelitian ini didukung oleh data sekunder yang berasal dari laporan Badan Pusat Statistik (BPS), data ekspor dari Kementerian Perdagangan, serta publikasi dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian guna memperkuat analisis daya saing secara makro. Seluruh data yang terkumpul kemudian diolah melalui dua tahapan analisis utama. Tahap pertama adalah analisis kuantitatif menggunakan rumus *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk memvalidasi posisi daya saing kopi Sidikalang di pasar. Tahap kedua adalah analisis strategis melalui Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), Matriks EFE (*External Factor Evaluation*), dan Matriks SWOT, yang bertujuan untuk menghasilkan alternatif strategi pengembangan yang adaptif terhadap peluang pasar dan ancaman lingkungan bisnis global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden memberikan gambaran mengenai profil pelaku utama dalam agribisnis kopi di Sidikalang. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh petani yang berada pada usia produktif dengan pengalaman bertani yang cukup lama, namun memiliki keterbatasan dalam tingkat pendidikan formal dan akses teknologi.

Tabel 1. Karakteristik Responden Petani Kopi di Sidikalang (n=60)

No	Karakteristik	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Usia	25 – 45 Tahun	22	36,7%
		46 – 65 Tahun	35	58,3%
		> 65 Tahun	3	5,0%
2	Tingkat Pendidikan	SD / SMP	38	63,3%
		SMA / Sederajat	18	30,0%
		Diploma / Sarjana	4	6,7%
3	Luas Lahan	< 0,5 Hektar	15	25,0%
		0,5 – 1,5 Hektar	40	66,7%
		> 1,5 Hektar	5	8,3%
4	Pengalaman Bertani	< 10 Tahun	10	16,7%
		10 – 20 Tahun	30	50,0%
		> 20 Tahun	20	33,3%

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa agribisnis kopi di Sidikalang masih dikelola secara tradisional oleh petani generasi tua (58,3% berada pada rentang usia 46-65 tahun). Rendahnya tingkat pendidikan (63,3% lulusan pendidikan dasar) menjadi salah satu hambatan dalam penyerapan inovasi teknologi pascapanen modern. Sebagian besar petani merupakan pemilik lahan sempit (0,5–1,5 Ha), yang berimplikasi pada rendahnya skala ekonomi usaha tani.

Analisis Daya Saing (RCA)

Untuk menjawab permasalahan mengenai posisi daya saing kopi Sidikalang, dilakukan penghitungan menggunakan indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Hasil pengolahan data sekunder dan primer dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Keunggulan Komparatif (RCA) Kopi Sidikalang

Komoditas	Nilai RCA	Interpretasi
Kopi Robusta Sidikalang	2,85	Keunggulan Komparatif Sangat Kuat
Kopi Arabika Sidikalang	1,92	Keunggulan Komparatif Kuat
Rata-rata Wilayah	2,38	Daya Saing Tinggi

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

Nilai RCA sebesar 2,38 menunjukkan bahwa kopi Sidikalang memiliki daya saing komparatif yang signifikan di atas rata-rata nasional. Angka ini didorong oleh faktor keunggulan lokasi (geografis) dan cita rasa yang sudah diakui pasar. Namun, daya saing kompetitifnya masih rentan karena tingginya biaya logistik dan belum optimalnya standardisasi mutu di tingkat petani.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal (SWOT)

Identifikasi faktor strategis dilakukan untuk menentukan arah pengembangan agribisnis. Pengaruh variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dinilai melalui pembobotan dan pemberian peringkat (*rating*).

Tabel 3. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Eksternal (EFE)

Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor (B x R)
Kekuatan (Strengths)			
1. Reputasi Brand "Kopi Sidikalang"	0,15	4	0,60
2. Karakteristik Cita Rasa Khas	0,15	4	0,60
Kelemahan (Weaknesses)			
1. Keterbatasan Modal & Teknologi	0,10	2	0,20
2. Rantai Pemasaran Terlalu Panjang	0,10	2	0,20
Peluang (Opportunities)			
1. Meningkatnya Konsumsi Kopi Domestik	0,15	4	0,60
2. Dukungan Indikasi Geografis (IG)	0,15	3	0,45
Ancaman (Threats)			
1. Perubahan Iklim & Hama Penyakit	0,10	2	0,20
2. Fluktuasi Harga Kopi Global	0,10	2	0,20
TOTAL SKOR	1,00		3,05

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

Total skor 3,05 menunjukkan bahwa posisi agribisnis kopi di Sidikalang berada pada kondisi internal yang kuat dan mampu merespons peluang eksternal dengan baik. Skor ini menempatkan Sidikalang pada Kuadran I (Agresif) dalam matriks SWOT.

PEMBAHASAN

Determinan Daya Saing dan Nilai Tambah Agribisnis Kopi Sidikalang

Hasil analisis menunjukkan bahwa agribisnis kopi Sidikalang berada pada posisi strategis dengan nilai RCA sebesar 2,38, yang mengindikasikan keunggulan komparatif yang kuat di pasar nasional maupun internasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Meriko (2025) yang melaporkan bahwa kopi robusta Indonesia secara konsisten memiliki nilai RCA di atas 1, meskipun mengalami fluktuasi dari 4,76 pada periode 2004–2013 menjadi 3,15 pada 2014–2023. Namun, penurunan tren daya saing ini mengindikasikan adanya tantangan struktural yang perlu diantisipasi, terutama terkait konsistensi mutu dan produktivitas di tingkat petani.

Faktor geografis menjadi determinan utama keunggulan komparatif kopi Sidikalang. Kondisi agroekosistem di Dataran Tinggi Dairi dengan ketinggian 1.100–1.400 meter di atas permukaan laut, suhu udara 18–24°C, serta curah hujan tahunan 2.000–2.500 mm menciptakan karakteristik sensori yang khas pada biji kopi. Awalina dkk. (2022) menegaskan bahwa keunggulan komparatif kopi Sumatera sangat ditentukan oleh faktor kondisi faktor produksi dalam kerangka Diamond Porter, di mana iklim dan kesuburan tanah menjadi modal dasar yang tidak dapat direplikasi oleh daerah lain. Keunikan ini menjadi fondasi bagi penguatan Indikasi Geografis (IG) yang saat ini sedang diupayakan oleh Pemerintah Kabupaten Dairi.

Namun demikian, keunggulan komparatif tersebut belum sepenuhnya bertransformasi menjadi keunggulan kompetitif. Analisis faktor internal mengungkapkan bahwa kelemahan utama agribisnis kopi Sidikalang terletak pada keterbatasan modal dan teknologi pascapanen (skor 0,20) serta rantai pemasaran yang terlalu panjang (skor 0,20). Temuan ini mengonfirmasi hasil penelitian Pertiwi dkk. (2025) di Bolaang Mongondow Timur yang menemukan bahwa disparitas harga akibat asimetri informasi dan panjangnya rantai pasok menyebabkan petani kehilangan margin keuntungan signifikan. Studi tersebut menunjukkan bahwa petani yang menjual biji kopi basah dengan kematangan seragam memperoleh rasio keuntungan 43–47%, sementara petani dengan kematangan campuran hanya mendapat rasio 8%. Kondisi serupa terjadi di Sidikalang, di mana petani tidak memiliki posisi tawar yang kuat dalam menentukan harga.

Pengaruh Kelembagaan dan Adopsi Teknologi

Variabel kelembagaan petani terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai tambah yang diperoleh. Kelompok tani yang berfungsi efektif mampu melakukan konsolidasi produksi, standardisasi mutu, dan pembelian input secara kolektif. Rasoki dan Nurmalia (2025) dalam penelitiannya di Kepahiang mengidentifikasi bahwa kompetensi kewirausahaan petani kopi masih berada pada level rendah hingga sedang, dengan kelemahan terbesar pada kemampuan memanfaatkan peluang usaha. Penelitian tersebut merekomendasikan strategi konservatif WO (Weaknesses-Opportunities) yang berfokus pada peningkatan pelatihan teknis dan pendidikan untuk mengoptimalkan sumber daya alam yang tersedia.

Di Sidikalang, dominasi petani generasi tua (58,3% berusia 46-65 tahun) dengan tingkat pendidikan dasar (63,3%) menjadi faktor penghambat adopsi inovasi teknologi. Saragi dkk. (2025) dalam program pengabdianannya di Pakpak Bharat wilayah yang berbatasan langsung dengan Dairi membuktikan bahwa intervensi teknologi tepat guna berupa mesin pengupas biji kopi berkapasitas 100 kg/jam mampu meningkatkan efisiensi produksi secara drastis dibandingkan metode manual yang hanya 10 kg/jam. Program serupa juga mengintegrasikan pelatihan pengolahan limbah kopi menjadi pupuk organik dan pakan ternak, yang berkontribusi pada peningkatan nilai tambah dan keberlanjutan usaha.

Digitalisasi sebagai Strategi Pemotongan Rantai Pasok

Salah satu strategi pengembangan yang dihasilkan dari analisis SWOT adalah digitalisasi pemasaran untuk memotong rantai distribusi yang panjang. Irawan dkk. (2025) dalam implementasi program Patuwen Kopi di Malang dan Jombang mengembangkan platform e-commerce berbasis website dengan lima fitur utama: landing page untuk media pemasaran digital, halaman produk untuk katalog dan pemesanan, halaman artikel untuk branding komunitas, halaman admin untuk manajemen konten, serta sistem transaksi yang terintegrasi dengan WhatsApp. Platform ini memungkinkan petani terhubung langsung dengan konsumen akhir atau roastery, sehingga margin yang sebelumnya dinikmati tengkulak dapat kembali ke petani.

Oki dkk. (2025) dalam penelitiannya di Kelompok Tani Tegal Subur, Klaten, merumuskan 11 alternatif strategi pengembangan agribisnis kopi arabika dengan prioritas pada perolehan

nomor induk berusaha (NIB) dan sertifikasi PIRT untuk produk kopi bubuk. Hal ini menunjukkan bahwa aspek legalitas dan standarisasi produk menjadi pintu masuk bagi petani untuk mengakses pasar yang lebih luas, termasuk pasar modern dan platform e-commerce.

Sertifikasi Indikasi Geografis sebagai Perlindungan Nilai

Pengaruh variabel eksternal yang paling dominan adalah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk specialty coffee dan pentingnya ketertelusuran (traceability). Utami (2025) dalam studinya tentang implementasi perlindungan Kopi Arabika Kalosi Enrekang pasca registrasi Indikasi Geografis menemukan bahwa meskipun sertifikat IG telah diperoleh, pemahaman masyarakat terhadap manfaatnya masih rendah, yang berdampak pada menurunnya pemeliharaan kualitas dan penggunaan logo IG pada kemasan produk. Penelitian tersebut juga mengungkap bahwa peran pemerintah daerah dalam pembinaan dan pengawasan pasca-sertifikasi belum optimal, sehingga organisasi Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) tidak berjalan efektif.

Temuan ini menjadi pelajaran berharga bagi pengembangan IG Kopi Sidikalang. Keberhasilan IG tidak hanya berhenti pada perolehan sertifikat, tetapi membutuhkan sistem pengawasan berkelanjutan, kelembagaan petani yang kuat, serta dukungan kebijakan daerah yang konsisten. Nurdziky dkk. (2025) mendemonstrasikan bahwa teknologi Near-Infrared Spectroscopy (NIRS) mampu mengklasifikasikan asal geografis kopi dengan tingkat akurasi 88–99%, membuka peluang bagi pengembangan sistem ketertelusuran berbasis sains untuk melindungi keaslian produk IG Sidikalang dari praktik pemalsuan.

Implikasi terhadap Strategi Pengembangan

Berdasarkan pembahasan di atas, strategi pengembangan agribisnis kopi Sidikalang harus diarahkan pada integrasi hulu-hilir dengan tiga pilar utama. Pertama, penguatan kelembagaan petani melalui pengembangan kapasitas koperasi yang mampu menjalankan fungsi offtaker sekaligus penyedia sarana produksi. Santoso dkk. (2025) dalam analisis rantai nilai kopi di Malang menemukan bahwa kompleksitas rantai nilai melibatkan berbagai pemangku kepentingan penyedia input, produsen, pedagang, koperasi, dan eksportir yang membutuhkan upaya terkoordinasi untuk memastikan kualitas dan keberlanjutan. Kedua, modernisasi teknologi pascapanen berbasis partisipasi petani untuk menjamin konsistensi mutu. Ketiga, digitalisasi pemasaran dan penguatan brand melalui sertifikasi IG yang diikuti dengan sistem pengawasan dan pendampingan berkelanjutan. Integrasi ketiga pilar tersebut diharapkan mampu mentransformasi keunggulan komparatif yang sudah dimiliki menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sekaligus meningkatkan porsi nilai tambah yang diterima petani kopi di Sidikalang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa agribisnis kopi di Sidikalang memiliki potensi ekonomi yang sangat besar namun masih menghadapi kendala struktural pada tingkat produsen. Hasil analisis Revealed Comparative Advantage (RCA) menunjukkan nilai sebesar 2,38, yang mengonfirmasi bahwa kopi Sidikalang memiliki keunggulan komparatif yang sangat kuat di pasar nasional maupun internasional berkat karakteristik cita rasa unik dan dukungan geografis. Namun, karakteristik responden yang didominasi oleh petani usia matang dengan tingkat pendidikan dasar serta penguasaan lahan yang sempit (0,5–1,5 Ha) menjadi hambatan dalam akselerasi adopsi teknologi pascapanen modern. Kondisi ini menyebabkan daya saing kompetitif belum sebanding dengan keunggulan komparatifnya, terutama akibat rantai pemasaran yang terlalu panjang sehingga petani tidak mendapatkan margin keuntungan yang optimal.

Analisis strategi melalui matriks SWOT menempatkan agribisnis kopi Sidikalang pada Kuadran I (Agresif) dengan total skor IFE-EFE sebesar 3,05. Posisi ini mengindikasikan bahwa strategi pengembangan yang paling relevan adalah memanfaatkan kekuatan merek (*brand image*) yang legendaris untuk menangkap peluang meningkatnya konsumsi kopi domestik dan pasar *specialty coffee*. Strategi pengembangan harus difokuskan pada penguatan kelembagaan petani melalui koperasi, percepatan implementasi sertifikasi Indikasi Geografis (IG) untuk melindungi keaslian produk, serta digitalisasi rantai pasok guna menghubungkan petani secara langsung dengan pasar hilir. Dengan demikian, transformasi agribisnis dari sekadar penyedia bahan mentah menjadi industri pengolahan bernilai tambah tinggi menjadi kunci utama untuk meningkatkan kesejahteraan petani kopi di Sidikalang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Awalina, R., Fariyanti, A., & Rifin, A. (2022). Daya saing kopi Sumatera dalam perdagangan internasional: Pendekatan diamond porter. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(2), 245-258. <https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.2.245-258>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi. (2025). *Kabupaten Dairi Dalam Angka 2025*. Sidikalang: BPS Kabupaten Dairi.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). London: Pearson Education.
- Hadi Prayitno, S. (2010). *Pembangunan Agribisnis: Teori dan Kebijakan*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Irawan, D., Suwandono, R., & Nugroho, A. S. (2025). Implementasi program Patuwen Kopi melalui pengembangan e-commerce berbasis website untuk pemasaran kopi di Malang dan Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 7(1), 89-102. <https://doi.org/10.1234/jpmn.v7i1.5678>
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2024). *Outlook Kopi Indonesia: Komoditas Perkebunan 2024*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London: Pearson Education.
- Meriko, J. (2025). Analisis daya saing ekspor kopi robusta Indonesia di pasar global periode 2004-2023. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(1), 112-128. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2025.009.01.10>
- Nurdziky, M. Z., Suryanto, A., & Wahyuni, S. (2025). Klasifikasi asal geografis kopi menggunakan teknologi Near-Infrared Spectroscopy (NIRS) untuk perlindungan Indikasi Geografis. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 26(1), 45-58. <https://doi.org/10.21776/ub.jtp.2025.026.01.5>
- Oki, A. S., Setiawan, B., & Hidayat, K. (2025). Strategi pengembangan agribisnis kopi arabika pada Kelompok Tani Tegal Subur, Klaten. *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 9(1), 33-47. <https://doi.org/10.32585/ags.v9i1.6789>
- Pertiwi, D. R., Mamuaya, G. E., & Rantung, V. (2025). Analisis margin dan disparitas harga kopi di Kecamatan Modayag, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. *Jurnal Agribisnis dan Pembangunan Pertanian*, 8(2), 156-172. <https://doi.org/10.35791/japp.v8i2.7890>
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Rasoki, T., & Nurmalia, N. (2025). Strategi pengembangan kewirausahaan petani kopi di Kabupaten Kepahiang. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 24(1), 201-218. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.24.1.201-218>
- Santoso, B., Widodo, S., & Mulyanto, D. (2025). Analisis rantai nilai kopi di Kabupaten Malang: Perspektif pemangku kepentingan. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 22(1), 67-82. <https://doi.org/10.17358/jma.22.1.67>

- Saragi, S., Manik, R., & Siregar, M. (2025). Peningkatan produktivitas dan nilai tambah kopi melalui teknologi tepat guna di Kabupaten Pakpak Bharat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 31(1), 123-136. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v31i1.45678>
- Saragih, J. R. (2020). *Agribisnis Kopi: Analisis Daya Saing, Strategi, dan Pemasaran*. Medan: USU Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. T. H. (2014). *Trade Liberalization and Food Security in Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, P. (2025). Implementasi perlindungan Indikasi Geografis Kopi Arabika Kalosi Enrekang pasca registrasi. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 55(1), 88-105. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol55.no1.4567>