

# POTENSI PENGEMBANGAN AGROWISATA KOPI DI KABUPATEN SOLOK SELATAN PROVINSI SUMATERA BARAT

Yulistriani

Fakultas Pertanian Universitas Andalas

Email: [yulistrianidarlis87@gmail.com](mailto:yulistrianidarlis87@gmail.com)

## Abstrak

Kopi merupakan salah satu komoditi unggulan dan sumber pendapatan masyarakat di Kab. Solok Selatan. Namun kopi Solok Selatan belum di kenal luas sebagai komoditi asli Kab. Solok Selatan. Sebagian besar petani menjual kopi dalam bentuk butiran (*green bean*) ke luar daerah yang kemudian di olah sehingga di pasar lebih di kenal menjadi produk daerah pengolahnya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat potensi dan merancang strategi pengembangan agrowisata kopi di Kab. Solok Selatan. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, wawancara mendalam dengan metode *purposive sampling* bersama pelaku usaha kopi, petani, penyuluh, pemerintah dan NGO (*Non-Governmental Organization*). Data-data, hasil wawancara di kelompokkan dalam faktor internal dan eksternal kemudian di analisa dengan menggunakan analisa SWOT.

Dari hasil analisis di temukan bahwa komoditi kopi Solok Selatan potensial untuk dikembangkan karena mempunyai keunikan citarasa khas *casiavera* yang tidak dimiliki oleh kopi dari daerah lain. Hasil wawancara mendalam dengan stakeholder didapatkan visi yang sama merancang pengembangan kopi dengan konsep agrowisata kopi, merangkul semua pelaku usaha dan petani kopi di dalam satu kawasan terdiri dari kebun kopi, pengolahan kopi, pasar kopi, dan tempat-tempat minum kopi. Perlu dilakukan pelatihan dan penyuluhan kepada petani setempat dan kerjasama seluruh stakeholder sehingga pengembangan agrowisata kopi dapat terlaksana dengan baik.

Kata Kunci: Potensi, agrowisata, kopi.

## 1. PENGANTAR

Berdasarkan data Statistik, produksi kopi Indonesia tahun 2016 mencapai 639,30 ribu ton. Produksi ini berasal dari 1,23 juta Ha luas areal perkebunan kopi dimana 95,37% diusahakan oleh perkebunan milik rakyat (PR) dan sisanya diusahakan oleh perkebunan besar milik swasta (PBS) sebesar 2,49% dan perkebunan milik negara (PBN) sebesar 2,25% (Kementerian Pertanian, 2017).

Direktorat Jenderal Perkebunan 2015-2019 menempatkan komoditas kopi menjadi salah satu komoditas yang menjadi sasaran pokok sub agenda prioritas peningkatan agroindustri yaitu peningkatan produksi komoditas andalan dan prospektif ekspor serta mendorong perkembangan agroindustri di pedesaan, selain komoditas kelapa sawit, kakao, teh dan kelapa (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2015).

Kopi adalah komoditas perkebunan yang peranannya dalam perekonomian nasional sangat penting. Enam kontribusi komoditas kopi terhadap ekonomi nasional, yaitu: sebagai sumber devisa negara, pendapatan petani, penciptaan lapangan kerja, pembangunan wilayah, pendorong agribisnis dan agroindustri, dan pendukung konservasi

lingkungan. Indonesia adalah penghasil kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brasil dan Vietnam (Sudjarmoko, 2013).

Kopi merupakan salah satu komoditi unggulan dan sumber pendapatan masyarakat di Kab. Solok Selatan. Sekitar 2.788 KK mengusahakan tanaman kopi robusta dan 97 KK kopi arabica dengan luas lahan 3.284 ha kopi robusta jumlah produksi 466.135 kg dan 353 Ha kopi arabica jumlah produksi 58.806 (BPS Solok Selatan, 2017). Namun kopi Solok Selatan belum di kenal luas sebagai komoditi asli Kab. Solok Selatan. Sebagian besar petani menjual kopi dalam bentuk butiran (*green bean*) ke luar daerah yang kemudian di olah sehingga di pasar lebih di kenal menjadi produk daerah pengolahnya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat potensi dan merancang strategi pengembangan agrowisata kopi di Kab. Solok Selatan. Sehingga kopi Solok Selatan lebih di kenal pasar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kopi**

Tanaman kopi merupakan tanaman perkebunan yang berasal dari benua Afrika. Tanaman ini mulai diperkenalkan di dunia pada abad ke-17 di India. Selanjutnya, tanaman kopi menyebar ke Benua Eropa oleh seorang yang berkebangsaan Belanda dan terus berkembang ke Negara lain termasuk ke wilayah jajahannya yaitu Indonesia (Pangabean, 2011).

### **Konsep Agrowisata Kopi**

Agrowisata kopi adalah suatu kawasan sentra produksi kopi yang terdiri dari beberapa outlet kopi, tempat minum kopi yang menyajikan pendidikan tentang kopi serta dilengkapi dengan perkebunan kopi (hasil diskusi dengan informan kunci, Juli 2018). Wisata agro merupakan salah satu jenis wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata dan memadukan antara kegiatan pertanian dan kegiatan wisata. Wisata agro bukan semata merupakan usaha yang menjual jasa bagi kebutuhan konsumen akan pemandangan yang indah dan udara yang segar, namun juga dapat berperan sebagai media promosi produk pertanian, menjadi media pendidikan bagi masyarakat (mulai dari pendidikan tentang kegiatan usaha di bidang pertanian sampai kepada pendidikan tentang keharmonisan dan kelestarian alam) (Koswara, 2005). Secara garis besar upaya pengembangan agrowisata mencakup aspek pengembangan sumberdaya manusia, sumberdaya alam, promosi, dukungan sarana prasarana dan kelembagaan (Utama, 2007 di dalam Yulistriani, 2009).

### **Konsep Strategi**

Menurut Rangkuti (2006) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang. Rangkuti (2006) menyatakan proses perencanaan strategi melalui tiga tahap analisis yaitu: tahap

pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan keputusan. Pada tahap pengumpulan data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data internal dan data eksternal. Tahap selanjutnya adalah analisa data yang salah satunya dapat diselesaikan dengan menggunakan matrik SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Solok Selatan menggunakan data primer dan sekunder. Dilakukan wawancara mendalam dengan metode *purposive sampling* bersama pelaku usaha kopi, petani, penyuluh, pemerintah dan NGO (*Non-Governmental Organization*). Adapun responden dari pemerintah adalah; Dinas Pertanian, BAPPEDA dan Badan Pusat Statistik Kab. Solok Selatan.

### **Teknik analisis Data**

Untuk menjawab tujuan pertama data-data hasil wawancara di kelompokkan dalam faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman), kemudian dilanjutkan dengan matriks analisis SWOT untuk menjawab tujuan kedua.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Kopi**

Kopi termasuk kelompok tanaman semak belukar dengan genus *coffea*. Kopi termasuk kedalam famili *Rubiaceae*, subfamili *Ixoroidae*, dan suku *coffeeae*. Jenis kopi yang banyak dibudidayakan adalah arabika dan robusta. Ada juga jenis lain yaitu liberika dan exelsa, namun keduanya tidak banyak dibudidayakan oleh petani kopi. Dalam penilaian standar mutu kopi terdapat standar internasional yang telah ditetapkan oleh *International Coffee Organization* (ICO).

### **Faktor Internal dan Eksternal**

Berdasarkan hasil observasi peneliti dan hasil wawancara serta diskusi dengan Kabid Perkebunan Dinas Pertanian, Kasubid Dunia Usaha BAPPEDA, beberapa pelaku usaha kopi, petani, penyuluh dan NGO (*Non-Governmental Organization*), maka ditemukan faktor-faktor internal dan eksternal dalam Pengembangan Kampung Kopi di Kabupaten Solok Selatan adalah sebagai berikut:

#### **Faktor Internal**

##### **Kekuatan (*Strenghts*)**

1. Keberadaan Agroklimat yang Sesuai untuk Pengembangan Kopi robusta dan arabika
2. Kopi Solok Selatan punya citarasa khas *casiavera* dan lemon
3. Dari segi kelembagaan, telah terbentuk Asosiasi Pelaku Usaha Kopi Solok Selatan pada tanggal 24 Juli 2018

4. Dari sisi ketersediaan SDM, telah tersedia Barista dan ahli roasting di Kab. Solok Selatan
5. Adanya dukungan pemerintah dalam pemberian bantuan bibit dan peralatan bagi petani dan pelaku usaha kopi

#### **Kelemahan (*Weaknesses*)**

1. Bantuan alat yang diberikan pemerintah tidak digunakan dan tidak cocok dengan kebutuhan petani
2. Kurangnya pengetahuan petani akan cara panen yang baik yang berpengaruh terhadap kualitas kopi
3. Belum ada outlet kopi yang terpusat pada satu kawasan
4. Kopi Solok Selatan di jual ke daerah lain dalam bentuk berasan (*green bean*) dengan harga relative lebih rendah dan lebih dikenal dengan merk daerah pengolahnya
5. Belum semua usaha kopi bubuk di Solok Selatan berlabel halal MUI dan terdaftar di BPPOM

#### **Faktor-faktor Eksternal**

##### **Peluang (*Opportunities*)**

1. Otonomi Daerah
2. Peluang pasar yang Masih Terbuka Baik Domestik Maupun Luar Negeri

##### **Ancaman (*Threats*)**

1. Munculnya Produk-Produk Kopi dari Wilayah Lain
2. Fluktuasi harga kopi

#### **Hasil Analisis SWOT**

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT didapatkan beberapa strategi prioritas dalam pengembangan kampung kopi di Kabupaten Solok Selatan, yaitu sebagai berikut:

1. Dengan adanya produk kopi dari daerah lain maka pelaku usaha kopi Solok Selatan perlu melakukan inovasi melalui diversifikasi produk olahan kopi Solok Selatan
2. Pelatihan kepada petani kopi terkait dengan pengelolaan kebun kopi yang baik mulai dari proses pemilihan bibit sampai kepada proses panen.
3. Pemahaman kepada petani bahwa aktivitas panen sesuai standar (panen merah) akan berpengaruh terhadap kualitas dan citarasa kopi yang dihasilkan.
4. Pelatihan kepada petani dan pelaku usaha terkait dengan pengolahan pasca panen kopi sehingga kopi Solok Selatan tidak lagi dijual ke luar daerah dalam bentuk bahan mentah/berasan (*green bean*).
5. Memperpendek rantai pemasaran kopi sehingga harga yang diperoleh petani dapat lebih tinggi dari sebelumnya.
6. Menyediakan sarana dan prasarana penunjang dalam pengembangan agrowisata kopi baik sarana transportasi maupun akomodasi dan fasilitas agrowisata lainnya.

7. Memberikan pelatihan kepada petani, pelaku usaha dan stakeholder terkait bagaimana menyiapkan paket-paket wisata agro di Kabupaten Solok Selatan sehingga konsumen (wisatawan) dapat memperoleh kepuasan tersendiri dengan penyajian paket-paket wisata Solok Selatan yang didukung dengan objek-objek wisata lainnya.
8. Memberdayakan asosiasi kopi Solok Selatan sebagai wadah belajar bersama tentang kopi baik penyuluh, pelaku usaha dan petani kopi sehingga produk kopi Solok Selatan selalu berinovasi dan lebih dikenal oleh pasar
9. Promosi produk olahan kopi Solok Selatan dengan berbagai media promosi
10. Merangkul seluruh pelaku usaha kopi untuk membuat produk olahan kopi Solok Selatan berlabel halal MUI dan terdaftar di BPPOM serta paten kopi Solok Selatan untuk menjaga kepercayaan konsumen.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil dapat disimpulkan bahwa komoditi kopi Solok Selatan potensial untuk dikembangkan karena mempunyai keunikan citarasa khas *casiavera* yang tidak dimiliki oleh kopi dari daerah lain. Hasil wawancara mendalam dengan stakeholder didapatkan visi yang sama merancang pengembangan kawasan agrowisata kopi Solok Selatan dengan merangkul semua pelaku usaha dan petani kopi di dalam satu kawasan terdiri dari kebun kopi, pengolahan kopi, pasar kopi, dan tempat-tempat minum kopi. Perlu dilakukan pelatihan dan penyuluhan kepada petani setempat dan kerjasama seluruh stakeholder sehingga pengembangan agrowisata kopi di Solok Selatan dapat terlaksana dengan baik.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik Kab.Solok Selatan. 2017. Solok Selatan Dalam Angka. Badan Pusat Statistik. Solok Selatan.
- Kementerian Pertanian. 2017. Outlook Kopi. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal-Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Koswara, I.H. 2005. *Karakteristik dan potensi wisata Jawa Barat*. Makalah disajikan dalam Forum Koordinasi Pengembangan Wisata Agro Jawa Barat tgl 7 Desember 2005. Bandung.
- Panggabean, Edy. 2011. *Buku Pintar Kopi*. PT. Agro Media Pustaka. Jakarta Selatan.
- Rangkuti. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia. Jakarta.
- Sudjarmoko. B. 2013. Peluang dan Tantangan Pasar Kopi Indonesia di Pasar Domestik dan Pasar Internasional. Media Komunikasi Tanaman Industri dan Penyegar. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. Volume 1 (2). Februari 2013. Bogor.
- Yulistriani. 2009. Strategi Pengembangan Agrowisata Pada Perkebunan Teh Pt Mitra Kerinci Nagari Lubuk Gadang Selatan Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.