

## STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA BERBASIS AGROINDUSTRI KOPI ROBUSTA DI KABUPATEN DAIRI

Wahyunita Sitingjak<sup>1\*</sup>, Zulkarnain Lubis<sup>2</sup>, Mhd Buhari Sibuea<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Doktor Ilmu Pertanian Universitas Medan Area

<sup>2</sup>Dosen Doktor Ilmu Pertanian Universitas Medan Area

<sup>3</sup>Dosen Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara

\*Email : lucy88sitingjak@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Untuk menganalisis potensi lokasi untuk pengembangan agrowisata berbasis agroindustry kopi robusta di Kabupaten Dairi. (2) Untuk mendapatkan strategi pengembangan agrowisata kopi yang tepat dan sesuai di Kabupaten Dairi. Penentuan Lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive*) yaitu di Kecamatan Sambul dan Kecamatan Siempat Nempu Kabupaten Dairi, sementara dalam penentuan responden penelitian menggunakan Teknik (*Purposiv*). Pengambilan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan panduan kuesioner (Teknik analisis menggunakan Teknik Kualitatif). Hasil penelitian ini adalah Perhitungan location quotient sebesar 0,80 pada tahun 2022 dan 0,88 pada tahun 2023, menurut teori dasar LQ, jika nilai LQ < 1 maka sektor komoditas yang di analisis dalam hal ini kopi robusta di kabupaten Dairi dianggap belum mampu memenuhi kebutuhan dalam dan luar kabupaten sehingga hal ini sangat perlu pengembangan potensial kopi robusta untuk dapat dilakukan pengembangan agrowisata mengingat banyaknya sumber bahan baku untuk pengembangan agroindustry kopi di Kabupaten Dairi. Titik koordinat yang didapat dari analisis matriks IFAS dan EFAS (+4,0 ; +4,2) yang menunjukkan pada sel I dengan Growth strategy merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri dengan menggunakan strategi S-O (Strenght-Opportunity) dengan mempertahankan untuk mencapai peluang.

**Kata Kunci:** Hasil Bagi Lokasi, IFAS, EFAS

### ABSTRACT

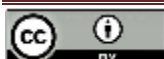
*This research aims to: (1) To analyze potential locations for developing agrotourism based on the robusta coffee agroindustry in Dairi Regency. (2) To obtain an appropriate and appropriate coffee agrotourism development strategy in Dairi Regency. Location determination was carried out purposively, namely in Sambul District and Siempat Nempu District, Dairi Regency, while determining research respondents used a technique (Purposive). Data collection was carried out through direct interviews with a questionnaire guide (analysis techniques using qualitative techniques). The results of this research are the calculation of the location quotient of 0.80 in 2022 and 0.88 in 2023, according to the basic theory of LQ, if the LQ value is < 1 then the commodity sector being analyzed, in this case robusta coffee in Dairi district, is considered unable to meet needs within and outside the district, so it is very necessary to develop the potential of robusta coffee to be able to develop agrotourism considering the large number of sources of raw materials for the development of the coffee agroindustry in Dairi Regency. The coordinate points obtained from the analysis of the IFAS and EFAS matrices (+4.0; +4.2) which shows in cell I with Growth strategy is the growth of the company itself using the S-O (Strength-Opportunity) strategy by maintaining to achieve opportunities*

*Keywords: Lacion Quotient, IFAS, EFAS*

### PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang sangat penting dalam perekonomian nasional dengan jenis kopi robusta, dikarenakan Indonesia memiliki total produksi untuk kopi robusta lebih tinggi dibandingkan arabika. Kopi sangat berpengaruh dalam

perekonomian Indonesia, antara lain sebagai salah satu penghasil devisa, pendapatan petani, penghasil bahan baku industri dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan serta pengembangan wilayah (Hariance dkk, 2015). Kopi tidak hanya memiliki peranan penting dalam sumber devisa, tetapi juga merupakan sumber



penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Adisasmita, 2013)

Agrowisata adalah rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan sector pertanian atau perkebunan sebagai objek utamanya, sehingga tentu saja pemandangan alam yang khas dengan kawasan pertanian kopi serta beragam aktivitas terkait akan menjadi objek utama yang ditonjolkan. Adanya kegiatan agrowisata juga diharapkan akan dapat memperluas wawasan serta

pengalaman wisata yang berbeda bagi para pengunjungnya.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik, Kabupaten Dairi merupakan salah satu lumbung kopi Robusta terbesar di Sumatera Utara. Ini dapat dilihat pada tabel 1. Kabupaten Dairi merupakan Kabupaten penghasil kopi Robusta di Sumatera Utara dengan jumlah produksi 3.736.00 Ton dengan luas tanaman sebesar 8.432.00 Ha pada tahun 2022

**Tabel 1**  
**Data Luas Area , dan Produksi Kopi Robusta Terbesar di Sumatera Utara Tahun 2022**

No	Kabupaten		
1	Dairi	8.8432,00	3.736,00
2	Simalungun	1.987,00	1.774,00
3	Padang Lawas	855,00	891,00
4	Pdang Lawas Utara	827,00	702,00
5	Tapanuli Utara	1.384,00	611,00
6	Mandailing Natal	1.144,00	436,00
7	Tapanuli Selatan	1.708,00	421,00
8	Pakpak Bahrat	352,00	229,00
9	Nias Utara	332,00	158,00
10	Nias Barat	146,00	79,00

Sumber: BPS Kabupaten Dairi, 2022

Kopi Robusta (*Coffea canephora*) merupakan salah satu produk agroindustri yang banyak digemari masyarakat. Hal ini dikarenakan kopi Robusta mempunyai aroma dan khas yang tidak dimiliki oleh bahan minuman lainnya. Kehadiran kopi sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari baik di Indonesia maupun luar negeri. Menurut Widyotomo (2012), kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan tradisional yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Peran tersebut antara lain menjadi sumber penerimaan devisa negara, penyediaan lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi petani kopi serta pengusaha lain yang terlibat dalam rantai budidaya, pengelolaan, dan pemasaran. Agroindustri kopi memiliki peluang yang cukup tinggi untuk dikembangkan di Indonesia, karena memiliki prospek besar dipasar domestik dan internasional, permasalahan yang dialami agroindustri kopi saat ini sangat kompleks, antara lain kualitas dan kontinuitas bahan baku kopi yang kurang terjamin, teknik budidaya yang masih sederhana, kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana agroindustri, jaringan pemasaran kopi yang belum dikelola dengan baik, dan kualitas SDM yang kurang memadai. (Hariyati, 2013). Agroindustri dapat dikatakan sebagai industri

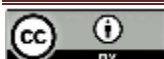
yang mengelolah hasil pertanian menjadi produk setengah jadi atau produk akhir, sehingga dapat melibatkan faktor manusia, barang pertanian, modal, teknologi, pengetahuan dan lain-lain. Kehadiran agroindustri sangat penting bagi pembangunan dan kesejahteraan daerah. Pada jantungnya pertanian, industri pertanian mampu menyerap banyak tenaga kerja, meningkatkan pendapatan daerah dan mengeluarkan inovasi-inovasi terkini sehingga memperkuat daya saing.

Pengembangan agroindustri harus dilakukan secara holistik dengan memperhatikan segala aspek, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada selain itu, pengembangan diharapkan tidak hanya mampu memenuhi pasar produksi, namun juga daya saing kopi Dairi dalam skala yang lebih besar. Agroindustri mempunyai peranan strategis dalam upaya pemenuhan kebutuhan dasar, penyediaan lapangan kerja dan lapangan kerja non-komersial, penguatan produksi, peningkatan perekonomian petani dan masyarakat terkait

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Dairi. Pemilihan daerah di Kecamatan Sumbul dan



Kecamatan Siempat Nempu penelitian ini dilakukan dengan sengaja (Purposive). proses pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan pada bulan Februari tahun 2024 sampai dengan selesai.

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan Data yang digunakan penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan pengisian koesioner oleh responden, serta pengamatan langsung. Data sekunder yang dikumpulkan yaitu data sumberdaya fisik lahan, data produktivitas sumberdaya alam, data sumberdaya buatan, data sumberdaya manusia dan Data tersebut diperoleh dari instansi seperti Dinas Pertanian Kabupaten Dairi.

### Metode Analisis Data

#### 1. Location Quotient (LQ)

Salah satu metode sederhana yang dapat dilakukan untuk mengetahui sektor potensial dari setiap wilayah adalah dengan menggunakan metode perhitungan *Location Quotient* (LQ). Cara kerja LQ adalah dengan menunjukkan perbandingan kontribusi setiap sektor pada suatu wilayah dengan kontribusi sektor tersebut dalam lingkup wilayah yang lebih besar, seperti halnya sektor pertanian di kabupaten dengan sektor pertanian yang ada di provinsi. Metode ini beroperasi berdasar pada teori ekonomi basis yang digunakan untuk menganalisis sektor potensial yang ada dalam lingkup perekonomian daerah.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat spesialisasi sektor-sektor ekonomi di suatu daerah dan apa saja yang merupakan sektor basis. Pada dasarnya teknik LQ menyajikan perbandingan relatif antara kemampuan suatu sektor di daerah yang diselidiki dengan kemampuan sektor yang sama pada daerah yang menjadi acuan. Satuan yang digunakan sebagai ukuran untuk menghasilkan koefisien LQ tersebut nantinya dapat berupa jumlah tenaga kerja per-sektor ekonomi, jumlah produksi atau satuan lain yang dapat digunakan sebagai kriteria. Peranan suatu komoditas akan lebih menonjol di suatu daerah apabila memiliki nilai  $LQ > 1$ , sehingga dari sektor komoditi tersebut dapat mengeksplor sebagian hasil produksinya. Hal ini berbanding terbalik apabila komoditas tersebut memiliki nilai  $LQ < 1$ , artinya komoditas sektor tersebut tidak mampu memenuhi kebutuhan pasar lokal dan cenderung mendatangkan dari wilayah lain. Rumus perhitungan metode LQ Hendayana (2003) dapat diperoleh melalui Persamaan (1).

$$LQ = \frac{Xi/RVi}{Xn/RVn}$$

Dimana:

$Xi$  = Nilai produksi budidaya komoditas kopi di Kabupaten Dairi

$Xn$  = Nilai produksi budidaya komoditas kopi di Provinsi Sumatera Utara

$RVi$  = Total produksi budidaya komoditas kopi di Kabupaten Dairi

$RVn$  = Total produksi budidaya komoditas kopi di Provinsi Sumatera Utara

#### 2. Analisis SWOT

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian strategi pengembangan Wisata, yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Alasan pemilihan metode ini karena dengan menggunakan metode analisis SWOT, dapat membandingkan antara faktor internal (kekuatan, kelemahan) dan faktor eksternal (peluang, ancaman) Rangkuti, (2013). Berikut adalah penjelasan pengertian dari setiap segmen SWOT, yaitu:

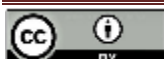
Langkah-langkah pembuatan SWOT, Metode SWOT yang merupakan metode penyusunan strategi dengan mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Langkah - langkah yang dilakukan adalah:

Menurut Purhantara (2010), proses untuk melakukan analisis SWOT melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Evaluasi terhadap tujuan strategik organisasi
2. Melakukan analisa lingkungan strategik yang terdiri dari analisa kondisi objektif organisasi atau analisa lingkungan internal dan analisa lingkungan persaingan atau lingkungan eksternal
3. Melakukan analisis IFAS, EFAS, dan menyusun profil kompetitif organisasi bisnis.
4. Menyusun matrik analisis IE dan matrik analisis SWOT.
5. Membuat strategi atas dasar hasil analisa SWOT.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode yang digunakan untuk menentukan lokasi pada pengembangan agrowisata adalah metode *location quotient*. Metode ini beroperasi pada dasar teori ekonomi basis yang digunakan untuk mengidentifikasi sektor potensial yang ada di lingkup perekonomian daerah. Cara kerja *location quotient* menunjukkan perbandingan kontribusi setiap sektor pada suatu wilayah dengan kontribusi sektor dalam lingkup wilayah



yang lebih besar, seperti sektor pertanian di kabupaten dengan sektor pertanian yang ada di provinsi. Kopi merupakan komoditas yang memiliki nilai ekonomi cukup tinggi sehingga dijadikan salah satu komoditas unggulan di Provinsi Bengkulu.

Menurut (Alhidayat 2018) Provinsi Sumatera Utara mempunyai luas lahan kopi 121.759 ha dengan produksi kopi robusta 60.657 ton dan kopi arabika 3.164 ton. Provinsi Sumatera Utara memiliki jenis kopi robusta dan arabika, akan tetapi luasan 95% merupakan jenis kopi robusta yang tersebar hampir di seluruh kabupaten akan tetapi kopi arabika hanya terdapat di beberapa wilayah seperti Situnjo dan Pakpak. Menurut (Hulupi 2012) kedua kabupaten ini merupakan daerah penghasil kopi robusta terbesar di Provinsi

Sumatera Utara, rata-rata terletak di ketinggian 500-1.250 mdpl dengan iklim basah serta sebaran hujan yang merata disepanjang tahun. Berikut rumus perhitungan metode *location quotient* (Hendayana 2003).

$$LQ = \frac{Xi/RVr}{Xn/RVn}$$

Dimana:

Xi = Nilai produksi budidaya komoditas kopi di Kabupaten Dairi

Xn = Nilai produksi budidaya komoditas kopi di Provinsi Sumatera Utara

RVi = Total produksi budidaya komoditas kopi di Kabupaten Dairi

RVn = Total produksi budidaya komoditas kopi di Provinsi Sumatera Utara

**Tabel 2**  
**Perkembangan Produksi dan Luas Areal Kopi Robusta di Kabupaten Dairi dan Provinsi Sumatera Utara Tahun 2022-2023**

	Lokasi	Hasil Produksi Kopi Robusta (ton)		Luas Areal Kopi Robusta (Ha)	
		2022	2023	2022	2023
1	Kabupaten Dairi	1.815,6	2.521,6	8.428,0	8.430,0
2	Provinsi Sumut	9.922,0	10.400,0	17.833,0	18.007,0

Sumber: BPS Sumatera Utara, 2024

Pada tabel ditunjukkan data perkembangan produksi kopi robusta dan luas lahan pada tahun 2022-2023, peningkatan terjadi pada tahun 2023 baik angka produksi kopi yang meningkat 706 ton dari jumlah produksi kopi arabika tahun 2022 di Kabupaten Dairi untuk provinsi mengalami

peningkatan sebanyak 478 ton. Luas lahan kopi arabika juga ikut meningkat ditahun 2023 dengan selisih seluas 2 Ha pada tingkat Kabupaten Dairi dan 175 Ha untuk tingkat Provinsi Sumatera Utara.

**Tabel 3. Hasil Perhitungan LQ**

No	Uraian	Nilai Perhitungan	
		2022	2023
1	Xi	1.815.600	2.521.600
2	Xn	9.922.000	10.400.000
3	RVr	21.787.200.000	37.824.000.000
4	RVn	148.830.000.000	176.800.000.000
5	LQ	0,8	0,88

Sumber: Data Sekunder diolah, 2024

Pada tabel ditunjukkan data hasil perhitungan location quotient sebesar 0,80 pada tahun 2022 dan 0,88 pada tahun 2023, menurut teori dasar LQ, jika nilai  $LQ < 1$  maka sektor komoditas yang di analisis dalam hal ini kopi robusta di kabupaten Dairi dianggap belum mampu memenuhi kebutuhan dalam dan luar kabupaten sehingga hal ini sangat perlu pengembangan potensial kopi robusta untuk dapat dilakukan pengembangan agrowisata mengingat banyaknya sumber bahan

baku untuk pengembangan agroindustri kopi di Kabupaten Dairi.

#### **Matriks IFAS dan EFAS Wisata**

Matriks IFAS terdiri dari faktor-faktor strategi internal dalam penelitian ini yang berisikan kekuatan dan kelemahan dari Agrowisata Kopi Kabupaten Dairi. Adapun analisis faktor internal Agrowisata kopi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. Analisis Faktor Internal Wisata di Agrowisata Kopi Kabupaten Dairi**

Matriks IFAS				
No	Faktor Strategi Internal /Kekuatan (Strength)	Bobot	Rating/ Nilai	Skor Pembobotan
1	Adanya paket wisata yang berisi pendidikan, pelatihan dan pengembangan yang tidak ada pada wisata lainnya	0,1	4,3	0,4
2	Adanya Klinik Agribisnis dan Agrowisata yang menyediakan informasi, pelatihan, dan pengembangan back to nature.	0,2	4,4	0,9
3	Keanekaragaman sarana prasarana menjadikan layak dikunjungi berbagai usia.	0,1	4,0	0,4
4	Adanya benda/barang yang akan dijadikan ciri khas sebagai souvenir dan dan dijadikannya Agrowisata kopi sebagai tempat penelitian atau pendidikan.	0,15	4,3	0,6
No	Faktor Strategi Eksternal /Kelemahan (Weakness)			
1	Area parkir yang kurang memadai	0,1	3,6	0,4
2	Promosi yang kurang modern	0,15	3,7	0,5
3	Akses menuju lokasi kurang baik	0,1	3,8	0,4
4	Fasilitas kurang memadai	0,1	3,7	0,4
<b>SKOR IFAS</b>		1	31,6	4,0

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2024

Pada tabel hasil analisis IFAS di dapatkan Skor total pembobotan 4,0 dimana angka tersebut didapatkan dari hasil kali bobot dan rating yang diolah dari masing-masing indikator faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Agrowisata Kopi Kabupaten Dairi. Rating tertinggi pada indikator kekuatan terlihat pada indikator Adanya Klinik Agribisnis dan Agrowisata yang menyediakan informasi, pelatihan, dan pengembangan back to nature. dengan nilai 0,9, ini berarti agrowisata ini memiliki kekuatan dalam program pendidikan yang disajikan pada pengunjung.

Pada indikator internal bagian kelemahan yang dimiliki oleh Agrowisata Kopi Kabupaten Dairi memiliki skor tertinggi pada indikator Promosi yang kurang modern. Artinya perlunya peningkatan pada sumber daya manusia dalam membuat sebuah promosi yang lebih modern mengingat pada era digitalisasi yang sangat memanfaatkan promosi digital untuk pengembangan wisata.

Skor akhir dari analisis faktor IFAS memiliki skor +4,0 ini dikarenakan skor keseluruhan dari faktor internal kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Agrowisata Kopi Kabupaten Dairi.

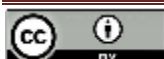
**Tabel 5. Analisis Faktor Internal Wisata di Agrowisata Kopi Kabupaten Dairi**

Matriks EFAS				
No	Faktor Strategi Eksternal /Peluang (Oppurtunity)	Bobot	Rating/ Nilai	Skor Pembobotan
1	Permintaan pasar akan olahan kopi yang tidak ada habisnya	0,2	4,0	0,80
2	Kebutuhan manusia untuk liburan	0,15	4,7	0,70
3	Peluang investasi bagi para investor untuk pengembangan	0,1	4,1	0,41
4	Dukungan dari pemerintahan dalam pembangunan	0,1	4,3	0,43
Faktor Strategi Eksternal /Ancaman (Threats)				
1	Pembangunan wisata lain yang lebih cepat	0,15	4,175	0,63
2	Perubahan iklim ancaman bagi Agrowisata kopi	0,1	3,9	0,39
3	Promosi persaingan yang lebih modern	0,1	4,35	0,44
4	Hama penyakit tanaman kopi	0,1	3,975	0,40
<b>SKOR EFAS</b>		1	33,4	4,2

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2024

Pada tabel hasil analisis EFAS di dapatkan skor total pembobotan berada pada angka 4,2

dimana angka tersebut didapatkan dari hasil kali bobot dan rating yang diolah dari masing-masing



indikator faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Agrowisata Kopi Kabupaten Dairi.

Rating tertinggi pada indikator peluang terlihat pada indikator Permintaan pasar akan olahan kopi yang tidak ada habisnya dengan nilai 0,80, ini berarti Agrowisata kopi ini memiliki peluang dalam memenuhi pasar dalam mengembangkan produk olahan kopinya yang sudah menjadi pilihan penikmat kopi di kaca nasional sampai internasional.

Pada indikator internal bagian ancaman yang dimiliki oleh Agrowisata Kopi Kabupaten

Dairi memiliki skor total faktor ancaman tertinggi pada indikator mengenai Pembangunan wisata lain yang lebih cepat dengan skor total sebesar 0,63, ini artinya Agrowisata Kopi Kabupaten Dairi harus memiliki cara untuk membuat perkembangan yang pesat agar jangkauan promosi luas.

Sehingga memiliki titik koordinat (+4,0; +4,2) yang menunjukkan pada sel I dengan Growth strategy merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri dengan menggunakan strategi S-O (Strenght-Opportunity) dengan mempertahankan untuk mencapai peluang.

**Tabel 6. Matriks SWOT**

	No/ Strength/Kekuatan	No/ Weaknes/Kelemahan
	1 Adanya paket wisata yang berisi pendidikan, pelatihan dan pengembangan yang tidak ada pada wisata lainnya	1 Area parkir yang kurang memadai
	2 Adanya Klinik Agribisnis dan Agrowisata yang menyediakan informasi, pelatihan, dan pengembangan back to nature.	2 Promosi yang kurang modern
	3 Keanekaragaman sarana prasarana menjadikan layak dikunjungi berbagai usia.	3 Akses menuju lokasi kurang baik
	4 Adanya benda barang yang akan dijadikan ciri khas sebagai souvenir dan diadikannya DPINAGAR Agrowisata sebagai tempat penelitian atau pendidikan.	4 SDM yang mengetahui kopi secara ahli masih sedikit
No/ Opportunity/Peluang	No/ Strategi S-O	No/ Strategi W-O
1 Permintaan pasar akan olahan kopi yang tidak ada habisnya	Meningkatkan SDM pelatihan mengenai tanaman kopi dan pengolahannya untuk mendapatkan peluang investor dan pemerintah agar menarik wisatawan untuk berkunjung ke Agrowisata DPINAGAR	Meningkatkan SDM dan pembangunan fasilitas (akses, areal parkir sarana dan prasarana) dengan memanfaatkan dukungan investor dan pemerintah untuk dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi.
2 Kebutuhan manusia untuk liburan	Menambah variasi dan meningkatkan kualitas produk olahan kopi dan menambah sarana prasarana agar dapat memenuhi permintaan pasar	Membuat inovasi promosi wisata dan produk olahan untuk dapat menarik pasar dan wisatawan agar selalu berkunjung dan menjadikan d'PINAGAR sebagai objek wisata primadona
3 Peluang investasi bagi para investor untuk pengembangan	akan permintaan produk kopi DPINAGAR	
4 Dukungan dari pemerintah dalam pembangunan		
No/ Threats/Ancaman	No/ Strategi S-T	No/ Strategi W-T
1 Pembangunan wisata lain yang lebih cepat	Meningkatkan pembangunan fasilitas dan paket pelatihan pendidikan wisata komoditas kopi dengan kemasan promosi yang modern agar dapat meningkatkan promosi dan fasilitas yang memadai dan menarik perhatian wisatawan	Meningkatkan SDM dan pembangunan fasilitas (akses, areal parkir sarana dan prasarana) dengan memanfaatkan dukungan investor agar dapat bersaing dengan agrowisata lain yang ada di sekitar
2 Perubahan iklim ancaman bagi Agrowisata DPINAGAR	Meningkatkan SDM pelatihan mengenai tanaman kopi dan pengolahannya untuk dapat mengatasi perubahan iklim dan hama penyakit kopi bagi wisatawan	Membuat inovasi promosi wisata dan produk olahan untuk dapat menarik pasar dan wisatawan agar dapat bersaing dengan promosi agrowisata lainnya
3 Promosi persaingan yang lebih modern	petani kopi yang berkunjung dalam studi banding tanaman kopi	
4 Hama penyakit tanaman kopi		

Sumber: Data Primer diolah

**Strategi S-O**

- Meningkatkan SDM pelatihan mengenai tanaman kopi dan pengolahannya untuk mendapatkan peluang investor dan pemerintah agar menarik wisatawan untuk berkunjung ke Agrowisata DPINAGAR.
- Menambah variasi dan meningkatkan kualitas produk olahan kopi dan menambah sarana prasarana agar dapat memenuhi permintaan pasar akan permintaan produk kopi DPINAGAR.

**Strategi W-O**

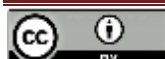
- Meningkatkan SDM dan pembangunan fasilitas (akses, areal parkir sarana dan prasarana) dengan memanfaatkan dukungan investor dan pemerintah untuk dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi.
- Membuat inovasi promosi wisata dan produk olahan untuk dapat menarik pasar dan wisatawan agar selalu berkunjung dan menjadikan d'PINAGAR sebagai objek wisata primadona.

**Strategi S-T**

- Meningkatkan pembangunan fasilitas dan paket pelatihan pendidikan wisata komoditas kopi dengan kemasan promosi yang modern agar dapat meningkatkan promosi dan fasilitas yang memadai dan menarik perhatian wisatawan.
- Meningkatkan SDM pelatihan mengenai tanaman kopi dan pengolahannya untuk dapat mengatasi perubahan iklim dan hama penyakit kopi bagi wisatawan petani kopi yang berkunjung dalam studi banding tanaman kopi.

**Strategi W-T**

- Meningkatkan SDM dan pembangunan fasilitas (akses, areal parkir sarana dan prasarana) dengan memanfaatkan dukungan investor agar dapat bersaing dengan agrowisata lain yang ada di sekitar.
- Membuat inovasi promosi wisata dan produk olahan untuk dapat menarik pasar dan wisatawan agar dapat bersaing dengan promosi agrowisata lainnya.



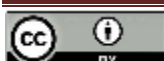
## KESIMPULAN

### Kesimpulan

1. Perhitungan location quotient sebesar 0,80 pada tahun 2022 dan 0,88 pada tahun 2023, menurut teori dasar LQ, jika nilai  $LQ < 1$  maka sektor komoditas yang di analisis dalam hal ini kopi robusta di kabupaten Dairi dianggap belum mampu memenuhi kebutuhan dalam dan luar kabupaten sehingga hal ini sangat perlu pengembangan potensial kopi robusta untuk dapat dilakukan pengembangan agrowisata mengingat banyaknya sumber bahan baku untuk pengembangan agroindustri kopi di Kabupaten Dairi.
2. Titik koordinat yang didapat dari analisis matriks IFAS dan EFAS (+4,0; +4,2) yang menunjukkan pada sel I dengan Growth strategy merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri dengan menggunakan strategi S-O (Strenght - Oppurtunity) dengan mempertahankan untuk mencapai peluang., adapun strategi S-O dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
  - a) Meningkatkan SDM pelatihan mengenai tanaman kopi dan pengolahannya untuk mendapatkan peluang investor dan pemerintah agar menarik wisatawan untuk berkunjung ke Agrowisata kopi.
  - b) Menambah variasi dan meningkatkan kualitas produk olahan kopi dan menambah sarana prasarana agar dapat memenuhi permintaan pasar akan permintaan produk kopi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Nabilah & Endah Djuwendah. (2022). Potensi Dan Strategi Pengembangan Agroekowisata Desa Alamendah Sebagai Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(2), 663-679.
- Bahur, A., Vipriyanti, N. U., & Lestari, P. F. K. (2020). Strategi Pengembangan Agrowisata Bali Kopi Mekar Di Desa Gulingan Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. *AGRIMETA : Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem*, 10(19): 48-51.
- Fakhrurrazi, Tajuddin Bantacut, & Sapta Raharja. (2018). Model Kelembagaan Pengembangan Agrowisata Berbasis Agroindustri Kakao di Kabupaten Pidie Jaya Provinsi Aceh. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 17(3), 244-260.
- Fauzan, R., & Rahman, S. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata Dengan Menggunakan Blue Ocean Strategy Model. Studi Kasus Perkebunan Kopi Green Sago Kabupaten 50 Kota. *Jurnal Ekonomi*, 21(1), 21-33.
- Hidayat, F. R., Hakim, L., & Parmawati, R. (2023). Strategi pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur. *AGROMIX*, 14(2), 234-241.
- Ida Bagus Gde Pranatayana, & Moh Agus Sutiarto. (2023). Analisis Optimasi Agrowisata Berbasis Produksi Hasil Pertanian Di Bali. *Jurnal Socia Logica*, 2(1), 100–115.
- Kapriyanto, K., Kustiari, T., & Afilia, N. (2020). Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Organik di Bondowoso, Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 20(2): 39-45.
- Kartika Trianita, Anas Miftah Fauzi, & Ade Iskandar. (2020). Pengembangan Agroindustri Terintegrasi Di Kawasan Agrowisata Berbasis Nanas Di Kabupaten Pematang. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(2).
- Lucyana Trimo, G. W. Mukti, & F. H. (2018). Kajian Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Luwak (Studi Kasus Kopi Luwak Manglayang, Kampung Pondok Buahbatu-Cikawari, Desa Mekarmanik, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung). *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian UNPAD*, 3(2), 525-536.
- Mahadika Pradipta Himawan, Haniek Listyorini, Trenggono Trenggono, Dyan Triana Putra, & Julian Andriani Putri. (2023). Model Pengembangan Agrowisata Berbasis Kopi Sebagai Daya Tarik Wisata Desa Wisata Colo Kudus. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(2): 104–120.
- Miftahul Ulya, K., Handayani, M., & Setiyawan, H. (2023). Alternatif Strategi Pengembangan Produk Agrowisata. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*, 19(1), 31-42.
- Nurhadi, Imam. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata Di Perkebunan Dilem Wilis Kabupaten Trenggalek. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 18(2) : 14-26.
- Pramasari, I. F., & Hariyati, Y. (2018). Value Added and Strategy Development Of



- 
- Galangal-Coffee Agroindustry. International Journal of Education and Research, 6(5), 46-56.
- Puspitasari, D., Kadir, M. and Ramli, H. (2022) "Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Terpadu Kopi Arabika Di Kabupaten Enrekang", Jurnal Ilmiah Hospitality, 11(1), 689-698.
- Syamsuwarni Rambe, S., Raharja, S., & Udin, F. (2021). Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Agroindustri Kopi Di Provinsi Bengkulu. ARGONTEK Jurnal Teknologi Industri Pertanian, 15(3), 977-984.
- Yudhari, I Dewa Ayu Sri et al. (2020). The Development Of Agro-Tourism Based On Arabica Coffee Plantation in Bali. Journal of Environmental Management and Tourism, 11 (1): 104-11

