

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KOPI ARABIKA KINTAMANI
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DIPASAR LOKAL DIDESA
GUNUNG BAU KECAMATAN KINTAMANI KABUPATEN BANGLI**

***ARABICA KINTAMANI COFFEE AGRIBUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY TO
INCREASE COMPETITIVENESS IN THE LOCAL MARKET IN GUNUNG BAU
VILLAGE, KINTAMANI DISTRICT, BANGLI REGENCY***

**Risalati Arifina¹, Ervin Putri Sundari², Artika Sari Devi³, Muhammad Rizky Veliano⁴,
Aden Juwi Jayanti⁵, Kamilatul Ula Putri Yuma⁶, Nuansa Bayu Segara⁷, Silvi Nur Afifah⁸**

^{1*}(Universitas Negeri Surabaya)
(Email: risalati.23017@mhs.unesa.ac.id)
²(Universitas Negeri Surabaya)
(Email: ervin.23012@mhs.unesa.ac.id)
³(Universitas Negeri Surabaya)
(Email: artika.23014@mhs.unesa.ac.id)
⁴(Universitas Negeri Surabaya)
(Email: muhammadrizky.23207@mhs.unesa.ac.id)
⁵(Universitas Negeri Surabaya)
(Email: aden.23234@mhs.unesa.ac.id)
⁶(Universitas Negeri Surabaya)
(Email: kamilatul.23049@mhs.unesa.ac.id)
⁷(Universitas Negeri Surabaya)
(Email: nuansasegara@unesa.ac.id)
⁸(Universitas Negeri Surabaya)
(Email: silviafifah@unesa.ac.id)

*Penulis korespondensi: risalati.23017@mhs.unesa.ac.id

ABSTRACT

Kintamani Arabica coffee is one of Bali's leading commodities that has gained national and international market recognition for its distinctive flavor and traditional cultivation system. However, its development still faces various obstacles, particularly in production, distribution, and marketing aspects. This study aims to analyze the challenges and development strategies of Arabica coffee agribusiness in Gunung Bau Village, Kintamani District, Bangli Regency. The research uses a qualitative descriptive method with a case study approach, involving observations, interviews, and documentation with farmers, business actors, and cooperatives. The findings reveal that production constraints include limited technology, capital, human resource quality, and climate change. Distribution is hindered by poor infrastructure, inefficient supply chains, and lack of storage facilities. In marketing, the main challenges are limited access to market information, promotion, certification, and branding. Proposed strategies include increasing production efficiency through modern technology adoption, utilizing digital marketing to expand market reach, and strengthening farmer institutions. This study recommends an integrated and collaborative approach among farmers, government, and the private sector to sustainably enhance the competitiveness of Kintamani Arabica coffee.

Keywords: Kintamani Arabica coffee, agribusiness, production, distribution, marketing

ABSTRAK

Kopi Arabika Kintamani merupakan salah satu komoditas unggulan dari Bali yang telah mendapatkan pengakuan pasar nasional maupun internasional karena cita rasanya yang khas dan sistem budidaya berbasis tradisi lokal. Namun, pengembangannya masih menghadapi berbagai hambatan, terutama dalam aspek produksi, distribusi, dan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hambatan serta strategi pengembangan agribisnis kopi Arabika Kintamani di Desa Gunung Bau, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap petani, pelaku usaha, serta koperasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan utama dalam produksi meliputi keterbatasan teknologi, modal, kualitas SDM, dan perubahan iklim. Dalam distribusi, hambatan mencakup infrastruktur yang buruk, rantai pasok tidak efisien, dan minimnya fasilitas penyimpanan. Sementara dalam pemasaran, tantangan utama adalah kurangnya akses informasi pasar, promosi, sertifikasi mutu, dan branding. Strategi pengembangan yang diusulkan mencakup peningkatan efisiensi produksi melalui penerapan teknologi modern, pemanfaatan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar, dan penguatan kelembagaan petani. Penelitian ini merekomendasikan pendekatan terintegrasi dan kolaboratif antara petani, pemerintah, dan swasta guna meningkatkan daya saing kopi Arabika Kintamani secara berkelanjutan.

Kata kunci: kopi Arabika Kintamani, agribisnis, produksi, distribusi, pemasaran

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar di dunia dengan berbagai varietas unggulan yang memiliki cita rasa khas. Salah satu kopi yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan telah dikenal di pasar nasional maupun internasional adalah Kopi Arabika Kintamani yang berasal dari Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. Kopi ini terkenal dengan karakteristik rasa asam yang segar dengan aroma citrus serta tingkat keasaman yang lebih rendah dibandingkan kopi Arabika dari daerah lain. Kopi Kintamani memiliki keunggulan yang tidak hanya terletak pada cita rasanya tetapi juga pada sistem budidayanya. Petani di Kintamani menggunakan sistem Subak Abian, yaitu sistem pertanian tradisional Bali yang mengedepankan prinsip gotong royong dan keberlanjutan lingkungan. Selain itu, kopi ini telah mendapatkan sertifikasi Indikasi Geografis (IG) sejak tahun 2008, yang menandakan bahwa Kopi Kintamani memiliki kualitas dan ciri khas yang tidak dapat ditemukan di tempat lain.

Meskipun memiliki keunggulan tersebut, industri Kopi Kintamani masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek produksi, pemasaran, dan ekspor. Beberapa kendala utama yang dihadapi meliputi rendahnya efisiensi dalam proses produksi, kurangnya akses pasar, serta terbatasnya penetrasi ke pasar ekspor. Dalam aspek produksi, banyak petani yang masih menggunakan metode tradisional dengan teknologi yang terbatas, sehingga produktivitas dan kualitas kopi yang dihasilkan belum optimal. Di sisi pemasaran, meskipun Kopi Kintamani sudah dikenal, tetapi strategi branding dan promosi masih kurang maksimal untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar yang lebih luas. Sementara itu, dari segi ekspor, Kopi Kintamani menghadapi persaingan ketat dengan kopi dari negara-negara lain seperti Brasil, Kolombia, dan Vietnam. Selain itu, terdapat berbagai tantangan administratif seperti regulasi ekspor yang kompleks dan standar mutu internasional yang harus dipenuhi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terintegrasi untuk meningkatkan daya saing Kopi Kintamani, baik di pasar lokal maupun internasional.

Kopi Arabika Kintamani adalah salah satu kopi unggulan Indonesia yang berasal dari daerah Kintamani, Bali. Kopi ini memiliki cita rasa khas yang diakui dipasar lokal maupun internasional. Untuk meningkatkan daya saingnya dipasar lokal, berbagai strategi pengembangan telah diterapkan, mencakup aspek proses produksi, pemasaran, dan ekspor di pasar lokal. Mutu bahan tanam kopi sangat mempengaruhi hasil panen, dengan faktor lingkungan seperti tanah dan iklim yang harus sesuai dengan varietas unggul. persiapan lahan juga penting untuk memastikan pertumbuhan optimal, termasuk pembukaan lahan, pembuatan teras, penanaman pohon peneduh, dan pembuatan lubang tanah. Dalam pengolahan pasca-panen, terdapat beberapa metode utama : Proses Basah (full-washed) Buah kopi disortir, dikupas, direndam, dan dijemur hingga kadar air 10-12% menghasilkan kopi dengan rasa jernih dan aroma kuat, Giling Basah (Semi Washed/Wet Hulled) Metode khas Indonesia yang melibatkan pengupasan awal, perendaman singkat, penjemuran bertahap, dan pengupasan kulit parchment untuk menciptakan cita rasa lebih khas, Proses Kering (Natural/Dry Proses) Buah kopi dikeringkan utuh selama 5-6 minggu sebelum digiling, menghasilkan rasa kompleks namun rentan terhadap jamur, Pulped Natural (Honey Proses) Mirip proses basah tetapi tanpa fermentasi, hanya menghilangkan lendir dari buah kopi sebelum pengeringan. Untuk kopi arabika penyortiran yang tepat memastikan kualitas kopi lebih baik, dengan banyak konsumen kini lebih memilih biji kopi utuh dari pada kopi bubuk (GADDI, 2021).

Meskipun kopi Arabika Kintamani memiliki potensi besar, terdapat beberapa kelemahan yang masih menjadi tantangan dalam pengembangannya. Salah satu permasalahan utama adalah Produktivitas kopi Arabika Kintamani per hektar masih tergolong rendah dibandingkan dengan daerah lain. Hal ini disebabkan oleh teknik budidaya yang masih tradisional dan kurangnya penerapan teknologi modern dalam proses produksi. Selain itu, sebagian besar petani kopi Kintamani menghadapi kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas. Pemasaran masih dilakukan secara konvensional, dan pemanfaatan platform digital belum optimal (Tuar, 2019). Keterbatasan infrastruktur dan fasilitas pendukung juga menjadi kendala yang signifikan. Kurangnya infrastruktur, seperti jalan dan fasilitas pengolahan, menghambat distribusi serta kualitas produk kopi, yang pada akhirnya berdampak pada efisiensi produksi dan kemampuan memenuhi permintaan pasar yang lebih besar (Sembiring, 2015).

Selain itu, banyak petani kopi Kintamani yang memiliki keterbatasan modal untuk mengembangkan usahanya. Kurangnya investasi dalam teknologi dan pelatihan menghambat peningkatan kualitas serta kuantitas produksi (Jampur, 2019). Faktor lain yang menjadi tantangan adalah kurangnya sertifikasi dan standar mutu. Tidak semua petani kopi Kintamani memiliki sertifikasi yang diakui secara internasional, yang membatasi akses ke pasar premium yang menuntut standar mutu tinggi (WIDHYAPURI, 2018). Data dari Badan Pusat Statistik juga menunjukkan bahwa luas area dan produksi kopi di Bali mengalami fluktuasi dalam beberapa tahun terakhir, mencerminkan tantangan dalam stabilitas produksi. Untuk mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, petani, dan pemangku kepentingan lainnya. Peningkatan akses ke teknologi, perbaikan infrastruktur, peningkatan kapasitas petani, serta penguatan strategi pemasaran digital dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing kopi Kintamani di pasar lokal maupun internasional.

Namun, terdapat kesenjangan antara harapan sosial terhadap kopi ini sebagai komoditas unggulan dengan kondisi faktual yang ada. Produktivitas kopi Arabika Kintamani per hektar masih tergolong rendah dibandingkan dengan daerah lain, yang disebabkan oleh teknik budidaya yang masih tradisional dan kurangnya penerapan teknologi modern dalam proses produksi (I Komang Agus Suara, 2018). Selain itu, sebagian besar petani kopi Kintamani menghadapi kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas karena pemasaran masih dilakukan secara

konvensional, dan pemanfaatan platform digital belum optimal (Parameswari, 2020). Keterbatasan infrastruktur dan fasilitas pendukung, seperti jalan dan golahan, juga menjadi kendala yang signifikan, menghambat distribusi serta kualitas produk kopi, yang pada akhirnya berdampak pada efisiensi produksi dan kemampuan memenuhi permintaan pasar yang lebih besar (Nurul Asiah, 2022). Banyak petani kopi Kintamani yang memiliki keterbatasan modal untuk mengembangkan usahanya, dan kurangnya investasi dalam teknologi dan pelatihan menghambat peningkatan kualitas serta kuantitas produksi (Putrayasa, 2019). Faktor lain yang menjadi tantangan adalah tidak memenuhi sertifikasi dan standar mutu; Tidak semua petani kopi Kintamani memiliki sertifikasi yang diakui secara internasional, yang membatasi akses ke pasar premium yang menuntut standar kualitas tinggi (Parameswari, 2020).

Penelitian terdahulu seperti GADDI (2021) Membahas metode pengolahan pasca-panen kopi Kintamani, termasuk proses basah (full-washed), giling basah (semi-washed), proses kering (natural/dry process), dan pulped natural (honey process). Penekanan utama adalah pada pemilihan metode pengolahan yang tepat untuk menghasilkan rasa dan aroma khas serta mempertahankan kualitas kopi. Tuar (2019) Meneliti permasalahan produktivitas rendah kopi Arabika Kintamani. Hal ini disebabkan oleh teknik budidaya tradisional yang masih dominan serta minimnya penerapan teknologi modern dalam proses produksi. Sembiring (2015) Fokus pada keterbatasan infrastruktur, seperti akses jalan dan fasilitas pengolahan, yang menjadi penghambat distribusi kopi dan berdampak pada kualitas serta efisiensi produksi.

Jampur (2019) Menyoroti masalah keterbatasan modal yang dihadapi petani kopi Kintamani, yang menghambat investasi pada teknologi dan pelatihan untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil produksi. Widhyapuri (2018) Membahas kurangnya sertifikasi internasional pada kopi Kintamani, yang membatasi akses ke pasar premium karena tidak memenuhi standar mutu yang ditetapkan. Parameswari (2020) Menyoroti pemasaran konvensional yang masih banyak dilakukan oleh petani Kintamani dan pemanfaatan platform digital yang belum optimal, sehingga membatasi jangkauan pasar. Nurul Asiah (2022) Membahas keterbatasan infrastruktur pengolahan dan distribusi yang menghambat akses ke pasar yang lebih besar dan menurunkan daya saing kopi Kintamani.

Kebaruan Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan pendekatan komprehensif dan terintegrasi yang tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga pada strategi pemasaran dan distribusi secara bersamaan guna meningkatkan daya saing di pasar lokal Indonesia. Selain itu, penelitian ini menyoroti pemanfaatan teknologi modern dan pemasaran digital sebagai solusi inovatif atas permasalahan pemasaran konvensional dan keterbatasan akses pasar yang belum banyak dibahas dalam penelitian terdahulu. Dengan memperhatikan dinamika kebutuhan pasar lokal, pendekatan ini diharapkan dapat mempercepat pengembangan agribisnis kopi Kintamani secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Untuk menghadapi berbagai tantangan tersebut, diperlukan strategi pengembangan yang menyeluruh dan terintegrasi agar Kopi Kintamani mampu bersaing di pasar lokal. Upaya perbaikan harus mencakup peningkatan proses produksi dengan metode yang lebih efisien tanpa menghilangkan cita rasa khas, strategi pemasaran yang lebih inovatif dan adaptif, termasuk pemanfaatan platform digital, serta sistem distribusi yang lebih efektif agar produk lebih mudah diakses oleh konsumen di berbagai wilayah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengembangan Kopi Kintamani dari segi proses produksi, pemasaran, dan distribusi guna meningkatkan daya saing di pasar lokal Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi pengembangan agribisnis kopi Arabika Kintamani. Pendekatan studi kasus dipilih karena mampu mengeksplorasi fenomena secara kontekstual pada satu lokasi spesifik dengan berbagai sudut pandang dari pelaku utama agribisnis kopi. Subjek penelitian ini terdiri dari pemilik kebun kopi, petani kopi, dan koperasi kopi sebagai aktor kunci dalam proses produksi hingga distribusi kopi di Kintamani. Objek penelitian fokus pada strategi pengembangan agribisnis kopi Arabika Kintamani, meliputi aspek produksi, pengolahan pascapanen, serta pemasaran.

Lokasi penelitian ini dilakukan disekitar kawasan gunungBau, Kec. Kintamani ,Kab. Bangli , Bali



Gambar 3.1 Lokasi Penelitian

Waktu pelaksanaannya 13 Februari 2025 hingga bulan April 2025. Desa yang dijadikan lokasi penelitian ini adalah desa GunungBau Kecamatan Kintamani lokasi ini dipilih secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa : 1. Desa Gunung Bau merupakan salah satu penghasil kopi Arabika terbesar di kabupaten Bangli. 2. Desa Gunung Bau merupakan salah satu sentra produksi kopi di Kabupaten Bangli.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara komprehensif melalui data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan dengan beberapa teknik. Observasi langsung dilakukan di perkebunan kopi dan fasilitas pengolahan di Desa Gunung Bau. Peneliti mengamati bagaimana petani dan pelaku usaha mengelola budidaya kopi Arabika mulai dari tahap penanaman, pemeliharaan, panen, hingga pascapanen. Observasi ini juga mencakup pola distribusi dan pemasaran yang dilakukan petani dan koperasi untuk memahami sejauh mana strategi pemasaran yang diterapkan serta efektivitasnya dalam meningkatkan daya saing kopi Kintamani di pasar lokal. Selain observasi, dilakukan pula wawancara mendalam secara semi-terstruktur dengan pemilik kebun kopi, petani, serta pengurus koperasi. Wawancara ini bertujuan menggali lebih dalam tantangan yang mereka hadapi, strategi yang diterapkan, serta peluang yang mereka lihat dalam pengembangan kopi Kintamani. Fokus wawancara meliputi aspek teknis budidaya, akses pasar, permodalan, hingga inovasi yang telah mereka lakukan untuk meningkatkan kualitas dan nilai tambah kopi agar lebih kompetitif di pasar lokal maupun

global. Selain data primer, penelitian ini juga mengumpulkan data sekunder yang bersumber dari jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian terdahulu, serta dokumen resmi dari instansi pemerintah atau lembaga terkait.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan Miles dan Huberman, yang terbagi dalam tiga tahap utama. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu proses menyeleksi, menyaring, dan merangkum data yang sudah terkumpul agar lebih fokus pada informasi penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang kurang relevan disisihkan agar analisis lebih efektif. Tahap kedua adalah penyajian data, di mana data yang sudah dirangkum disusun dalam bentuk narasi deskriptif agar lebih mudah dipahami. Penyajian ini bertujuan untuk memperlihatkan pola-pola, hubungan, atau temuan penting yang muncul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, di mana peneliti membuat pemahaman akhir berdasarkan pola dan hubungan yang ditemukan. Pada tahap ini, peneliti memastikan kesimpulan yang diambil bersifat logis, objektif, dan sesuai dengan kenyataan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan dalam Proses Produksi, Distribusi, dan Pemasaran

Produksi kopi Arabika Kintamani yang menjadi komoditas unggulan dari wilayah Bali tidak terlepas dari berbagai tantangan, khususnya di Desa Gunung Bau. Meskipun kopi dari daerah ini memiliki reputasi baik di pasar nasional maupun internasional karena cita rasa khas yang dipengaruhi oleh sistem pertanian subak dan kondisi agroklimat dataran tinggi, para petani dan pelaku usaha kopi di desa ini masih menghadapi sejumlah kendala serius dalam tahap produksi, distribusi, hingga pemasaran. (Siswandi et al., 2019).

Keterbatasan Modal dan Akses Pembiayaan. Salah satu tantangan utama dalam proses produksi kopi Arabika Kintamani di Desa Gunung Bau adalah keterbatasan modal yang dimiliki petani. Modal yang minim menghambat proses perawatan tanaman, seperti pembelian pupuk organik, pestisida ramah lingkungan, dan peralatan pertanian modern. Selain itu, petani juga sulit mengakses lembaga pembiayaan formal karena keterbatasan jaminan dan kurangnya literasi keuangan. Akibatnya, mereka cenderung mengandalkan pinjaman informal yang berbunga tinggi atau mengurangi biaya produksi, yang pada akhirnya memengaruhi kualitas hasil panen. (Arnawa et al., 2024).

Perubahan Iklim dan Pengaruh Cuaca. Perubahan iklim yang menyebabkan ketidakpastian cuaca menjadi tantangan serius dalam budidaya kopi. Musim kemarau yang terlalu panjang atau hujan yang datang di luar waktu prediksi menyebabkan gangguan pada masa berbunga dan pematangan buah kopi. Di Desa Gunung Bau, kondisi ini sering menyebabkan panen tidak maksimal dan serangan hama menjadi lebih sulit dikendalikan (Gollu, 2022). Curah hujan berlebihan juga menyebabkan pembusukan buah dan meningkatkan risiko gagal panen.

Akses Transportasi yang Terbatas. Letak geografis Desa Gunung Bau yang berada di kawasan pegunungan menjadikan akses transportasi menjadi persoalan tersendiri, terutama saat musim hujan ketika jalan-jalan desa menjadi licin dan sulit dilalui. Jalan yang sempit dan kurang terawat menghambat pengangkutan kopi dari kebun ke tempat pengolahan atau ke pasar. Akibatnya, biaya distribusi meningkat dan waktu tempuh menjadi lebih lama, yang berpotensi

menurunkan kualitas kopi terutama jika tidak segera diproses pasca panen (Siswandi et al., 2019).

Harga Jual yang Fluktuatif dan Ketergantungan pada Tengkulak. Petani kopi di Desa Gunung Bau juga menghadapi tantangan berupa harga jual yang tidak stabil dan ketergantungan pada tengkulak (Pihak Perantara). Karena sebagian besar petani belum memiliki akses langsung ke pasar atau koperasi yang kuat, mereka menjual hasil panen kepada tengkulak (Pihak Perantara) dengan harga yang jauh di bawah harga pasar (Arnawa et al., 2024). Fluktuasi harga global dan kurangnya informasi pasar juga membuat posisi tawar petani sangat lemah. Kondisi ini menyulitkan mereka untuk mendapatkan keuntungan yang layak, meskipun telah bekerja keras selama masa tanam dan panen.

Keterampilan dan Kualitas SDM yang Terbatas. Masalah sumber daya manusia (SDM) juga menjadi tantangan dalam peningkatan kualitas produksi dan pemasaran kopi. Masih banyak petani di Desa Gunung Bau yang belum memiliki keterampilan teknis yang memadai dalam budidaya kopi berstandar tinggi (Astini et al., 2023), seperti teknik pemangkasan, pemetikan selektif, dan pengolahan pascapanen. Selain itu, kemampuan dalam hal manajemen usaha tani, pemasaran digital, dan penggunaan teknologi pertanian juga masih minim. Hal ini berdampak pada rendahnya efisiensi produksi serta kualitas produk akhir.

Kurangnya Kelembagaan Petani yang Kuat. Terbatasnya kelembagaan petani yang efektif, seperti koperasi atau asosiasi petani kopi yang solid, menjadi tantangan dalam penguatan posisi tawar dan distribusi keuntungan (Sukiada & Parameswari, 2020). Tanpa kelembagaan yang kuat, petani sulit menjual secara kolektif, mengakses pelatihan, sertifikasi, atau program bantuan pemerintah. Ini juga menyulitkan proses standarisasi produksi dan kualitas yang diperlukan untuk menembus pasar premium.

Tantangan dalam Perolehan Sertifikat. Sertifikasi seperti Geographical Indication (GI), sertifikat organik, dan sertifikat fair trade merupakan aspek penting dalam meningkatkan nilai jual kopi Kintamani di pasar ekspor (Astini et al., 2023). Namun, di Desa Gunung Bau, proses mendapatkan sertifikasi ini masih menghadapi berbagai kendala. Biaya pengurusan sertifikat yang cukup tinggi, proses administrasi yang rumit, serta kurangnya pemahaman mengenai pentingnya sertifikasi menjadi penghalang utama. Banyak petani merasa bahwa usaha mendapatkan sertifikasi tidak sebanding dengan manfaat langsung yang mereka rasakan. Padahal, tanpa sertifikasi, kopi mereka sulit masuk ke pasar premium yang menjanjikan harga lebih tinggi.

Pendapatan Petani yang Belum Stabil. Tantangan lain yang berkaitan langsung dengan kesejahteraan petani adalah ketidakstabilan pendapatan. Pendapatan yang diperoleh petani kopi Arabika Kintamani di Desa Gunung Bau masih sangat tergantung pada musim panen, harga pasar, dan hasil produksi yang sering tidak menentu (Gollu, 2022). Karena tidak memiliki pendapatan tetap atau diversifikasi usaha, banyak petani berada dalam kondisi rentan secara ekonomi. Kondisi ini menyulitkan mereka untuk melakukan investasi jangka panjang dalam usaha tani mereka, termasuk dalam hal peningkatan mutu dan pengembangan pasar.

Beragam tantangan yang dihadapi petani kopi Arabika Kintamani di Desa Gunung Bau menunjukkan bahwa sektor ini memerlukan perhatian serius dan pendekatan holistik. Mulai dari keterbatasan modal, dampak perubahan iklim, akses transportasi, hingga tantangan administratif

dalam memperoleh sertifikasi dan menjaga stabilitas pendapatan, semuanya saling berhubungan dan memengaruhi keberlanjutan usaha tani kopi. Untuk itu, sinergi antara pemerintah, lembaga keuangan, lembaga pendidikan, koperasi, dan pelaku industri kopi sangat penting guna memberikan solusi yang tepat dan berkelanjutan. Dengan pendampingan yang baik dan penguatan kelembagaan, potensi kopi Arabika Kintamani dari Desa Gunung Bau dapat berkembang dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat lokal.

Hambatan dalam Pengembangan Proses Produksi, Distribusi, dan Pemasaran

Hambatan dalam Proses Produksi terdapat Keterbatasan Teknologi dan Pengetahuan Budidaya. Petani kopi Arabika di Kintamani masih menggunakan metode budidaya tradisional karena kurangnya akses terhadap teknologi pertanian modern dan pelatihan teknis. Sebagian besar petani belum menerapkan teknik budidaya baku, sehingga produktivitas dan kualitas kopi belum optimal (Rahmawati Pratiwi, 2018). Terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM) Berkualitas. Tingkat pendidikan petani yang relatif rendah berdampak pada kemampuan mereka dalam mengadopsi teknologi baru. Selain itu, kurangnya pelatihan mengenai teknik budidaya dan pengolahan pasca panen menjadi hambatan signifikan bagi peningkatan kualitas produk kopi Arabika Kintamani (Hasriani et al., 2023). Keterbatasan Modal dan Akses Permodalan. Sebagian besar petani kopi masih mengandalkan modal pribadi dan kelompok tani. Sementara akses terhadap lembaga keuangan formal, seperti perbankan atau koperasi, sangat terbatas. Hal ini menyulitkan petani untuk melakukan investasi sarana produksi dan teknologi pengolahan (Hasriani et al., 2023). Perubahan Iklim dan Ketidakpastian Musim. Perubahan pola cuaca seperti curah hujan yang tidak menentu, kekeringan, dan suhu ekstrem memengaruhi produktivitas tanaman kopi. Hal ini menyebabkan gangguan pada siklus pertumbuhan dan kualitas biji kopi yang dihasilkan (Ovalle-Rivera et al., 2015). Serangan Hama dan Penyakit Tanaman. Kopi Arabika rentan terhadap hama seperti *Hypothenemus hampei* (kumbang penggerek buah kopi) dan penyakit seperti karat daun (*Hemileia vastatrix*), yang bisa menurunkan hasil panen secara drastis (Avelino et al., 2015).

Hambatan dalam Distribusi. Infrastruktur Transportasi yang Kurang Memadai. Kondisi infrastruktur jalan di beberapa wilayah Kintamani yang masih rusak menghambat proses distribusi hasil panen ke pasar. Akibatnya, biaya transportasi meningkat dan waktu pengiriman menjadi lebih lama, sehingga mempengaruhi daya saing produk kopi di pasar lokal (Gaddi, 2021). Rantai Pasok yang Panjang dan Tidak Efisien. Distribusi kopi Arabika Kintamani melibatkan banyak perantara mulai dari petani, pengumpul hingga pedagang besar. Rantai pasok yang panjang ini menyebabkan petani hanya menerima margin keuntungan kecil, sedangkan sebagian besar keuntungan dinikmati oleh perantara (Agustin, 2015). Kurangnya Fasilitas Penyimpanan dan Transportasi Khusus.

Tidak adanya fasilitas penyimpanan yang memadai seperti gudang berstandar serta kendaraan transportasi dengan pengendali suhu menyebabkan penurunan mutu kopi selama proses distribusi. (Boreux et al., 2016). Kurangnya Integrasi Logistik. Ketiadaan sistem logistik terintegrasi mengakibatkan keterlambatan pengiriman dan biaya operasional tinggi, terutama untuk pengiriman ke luar pulau atau ekspor.

Hambatan dalam Pemasaran. Keterbatasan Akses Informasi Pasar. Petani di Kintamani seringkali tidak memiliki akses informasi harga pasar, tren permintaan, dan preferensi konsumen. Hal ini menyulitkan petani menyesuaikan produknya dengan kebutuhan pasar, sehingga daya saing produk menurun (Rahmawati Pratiwi, 2018). Kurangnya Promosi dan

Branding Produk. Meski memiliki potensi sebagai specialty coffee dengan cita rasa khas, promosi dan branding kopi Arabika Kintamani masih minim. Ini menyebabkan konsumen, baik di pasar lokal maupun nasional, kurang mengenal kualitas dan keunikan kopi tersebut (Siswandi et al., 2019). Struktur Pasar yang Tidak Menguntungkan Petani. Pasar kopi Arabika Kintamani cenderung bersifat oligopsoni, di mana harga lebih banyak ditentukan oleh beberapa pembeli besar. Kondisi ini melemahkan posisi tawar petani dan membuat mereka sulit mengendalikan harga jual produk mereka (Agustin, 2015). Ketergantungan pada Pasar Domestik. Sebagian besar petani masih tergantung pada pasar lokal karena kesulitan menembus pasar ekspor akibat keterbatasan sertifikasi (misalnya: fair trade, organik) dan standarisasi mutu. Minimnya Kolaborasi Antar Pelaku Usaha. Kurangnya koordinasi antara petani, koperasi, pemerintah, dan pelaku usaha menyebabkan lemahnya inovasi dalam strategi pemasaran. (Donovan et al., 2017).

Strategi Pengembangan Produksi, Distribusi, dan Pemasaran

Kopi Arabika Kintamani, yang berasal dari Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali, merupakan salah satu varietas unggulan Indonesia yang telah dikenal di pasar nasional maupun internasional. Kopi ini memiliki cita rasa khas, yaitu asam segar dengan aroma *citrus* dan tingkat keasaman yang lebih rendah dibandingkan kopi Arabika dari daerah lain. Menurut pemilik usaha yang bernama Mbok Amel bahwasannya rasa buah yang menjadi ciri khas pada kopi Arabika Kintamani berasal ketika pohon kopi sudah memamjang kita potong, dan pohon jeruk diatas kita fungsikan sebagai penutup sehingga pohon kopi jadi mungkin itu yg menjadikan kopinya ada sedikit rasa buah jeruk. Selain itu, Kopi Kintamani telah mendapatkan sertifikasi Indikasi Geografis (IG) sejak tahun 2008, yang menjadi penanda kualitas dan ciri khas unik yang tidak ditemukan di tempat lain (Gaddi, 2021) .

Meskipun memiliki keunggulan komparatif yang kuat, industri Kopi Kintamani masih menghadapi berbagai tantangan signifikan, terutama dalam aspek produksi, pemasaran, dan ekspor. Kendala utama yang dihadapi meliputi rendahnya efisiensi dalam proses produksi, kurangnya akses pasar, serta terbatasnya penetrasi ke pasar ekspor. Hal ini menjadi gap antara harapan sosial terhadap kopi ini sebagai komoditas unggulan dengan kondisi faktual di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terintegrasi untuk meningkatkan daya saing Kopi Kintamani, baik di pasar lokal maupun internasional (WIDHYAPURI et al., 2018).

Dalam aspek produksi, strategi pengembangan yang diterapkan oleh petani dan pelaku agribisnis berfokus pada peningkatan efisiensi dan kualitas. Mutu bahan tanam kopi sangat mempengaruhi hasil panen, sehingga pemilihan varietas unggul yang sesuai dengan faktor lingkungan seperti tanah dan iklim menjadi krusial. Varietas bibit unggul yang digunakan meliputi Catimor, Cobra, Caturra, USDA, dan Yellow Caturra. Selain itu, persiapan lahan yang tepat, termasuk pembukaan lahan, pembuatan teras, penanaman pohon peneduh, dan pembuatan lubang tanam, juga penting untuk memastikan pertumbuhan optimal. Namun, tantangan masih ada karena banyak petani yang masih menggunakan metode tradisional dengan teknologi terbatas, yang berdampak pada produktivitas rendah per hektar dibandingkan daerah lain.

Strategi produksi juga mencakup perbaikan dalam pengolahan pasca-panen untuk mempertahankan dan meningkatkan cita rasa khas serta kualitas kopi. Berbagai metode utama pengolahan pasca-panen seperti Proses Basah (*full-washed*), Giling Basah (*semi-washed/wet*

hulled), Proses Kering (*natural/dry process*), dan *Pulped Natural (Honey Process)* diterapkan (Asiah et al., 2022). Untuk kopi Arabika, penyortiran yang tepat memastikan kualitas kopi yang lebih baik, mengingat banyak konsumen kini lebih memilih biji kopi utuh daripada kopi bubuk. Meskipun demikian, kendala dalam penerapan teknologi modern masih menghambat optimalisasi proses ini.

Di sisi pemasaran, strategi pengembangan berupaya mengatasi keterbatasan akses pasar dan promosi yang belum optimal. Meskipun Kopi Kintamani sudah dikenal, strategi *branding* dan promosi yang ada masih kurang maksimal untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar yang lebih luas (Sukiada & Parameswari, 2020). Sebagian besar petani masih mengandalkan pemasaran konvensional, dan pemanfaatan platform digital belum optimal. Ini membatasi jangkauan pasar Kopi Kintamani dan menghambat peningkatan daya saingnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan adaptif, termasuk pemanfaatan platform digital.

Penguatan strategi pemasaran digital menjadi solusi inovatif untuk mengatasi permasalahan pemasaran konvensional dan keterbatasan akses pasar. Dengan memanfaatkan platform digital, Kopi Kintamani dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di pasar lokal maupun internasional. Hal ini dapat mempercepat pengembangan agribisnis kopi Kintamani secara lebih efektif dan berkelanjutan, dengan memperhatikan dinamika kebutuhan pasar lokal.

Dalam hal distribusi, keterbatasan infrastruktur dan fasilitas pendukung merupakan kendala signifikan. Kurangnya infrastruktur, seperti akses jalan dan fasilitas pengolahan, menghambat distribusi serta kualitas produk kopi. Hambatan ini pada akhirnya berdampak pada efisiensi produksi dan kemampuan memenuhi permintaan pasar yang lebih besar. Oleh karena itu, strategi harus mencakup sistem distribusi yang lebih efektif agar produk lebih mudah diakses oleh konsumen di berbagai wilayah.

Selain tantangan produksi, pemasaran, dan distribusi, petani kopi Kintamani juga menghadapi masalah keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha mereka. Kurangnya investasi dalam teknologi dan pelatihan menghambat peningkatan kualitas serta kuantitas produksi. Faktor lain yang menjadi tantangan adalah kurangnya sertifikasi dan standar mutu internasional yang diakui. Keterbatasan ini membatasi akses ke pasar premium yang menuntut standar mutu tinggi (Tuar et al., 2019).

Untuk menghadapi berbagai tantangan tersebut, diperlukan strategi pengembangan yang menyeluruh dan terintegrasi. Upaya perbaikan harus mencakup peningkatan proses produksi dengan metode yang lebih efisien tanpa menghilangkan cita rasa khas, strategi pemasaran yang lebih inovatif dan adaptif termasuk pemanfaatan platform digital, serta sistem distribusi yang lebih efektif. Upaya kolaboratif antara pemerintah, petani, dan pemangku kepentingan lainnya juga diperlukan untuk peningkatan akses ke teknologi, perbaikan infrastruktur, peningkatan kapasitas petani, serta penguatan strategi pemasaran digital.

Secara keseluruhan, strategi pengembangan yang komprehensif dan terintegrasi ini, yang tidak hanya berfokus pada proses produksi tetapi juga pada strategi pemasaran dan distribusi secara bersamaan, menghadirkan kebaruan penelitian ini. Dengan menyoroti pemanfaatan

teknologi modern dan pemasaran digital sebagai solusi inovatif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Kopi Kintamani guna meningkatkan daya saingnya di pasar lokal Indonesia. Pendekatan ini diharapkan dapat mempercepat pengembangan agribisnis Kopi Kintamani secara lebih efektif dan berkelanjutan, memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing di pasar lokal

Kopi Arabika Kintamani merupakan salah satu komoditas unggulan dari Bali yang telah dikenal memiliki cita rasa yang unik dan khas. Keunikan tersebut, menurut Mbok Amel, seorang pemilik usaha kopi di kawasan Kintamani, tidak lepas dari cara budidaya yang diterapkan oleh petani lokal. Ia menjelaskan bahwa pohon kopi sengaja ditanam berdekatan dengan pohon jeruk yang berfungsi sebagai peneduh. Setelah pohon kopi tumbuh tinggi, bagian pucuknya dipangkas agar sinar matahari tidak terlalu menyengat, dan pohon jeruk di atasnya memberikan nuansa aroma dan rasa tertentu yang meresap ke dalam biji kopi. Inilah yang kemudian menciptakan aroma citrus dan rasa asam segar khas Kopi Kintamani, yang membedakannya dari kopi arabika dari daerah lain.

Namun, meskipun memiliki cita rasa istimewa dan telah mengantongi sertifikasi Indikasi Geografis (IG), pengembangan Kopi Kintamani masih menghadapi banyak tantangan. Dari sisi produksi, Mbok Amel mengakui bahwa sebagian besar petani masih mengandalkan metode tradisional dan belum sepenuhnya menggunakan teknologi pertanian modern. Akibatnya, hasil panen sering kali tidak konsisten dalam hal kualitas maupun kuantitas. Beberapa varietas unggul seperti Catimor dan Yellow Caturra memang mulai digunakan, namun perawatan yang masih manual serta keterbatasan alat pertanian membuat produktivitas lahan belum optimal. Menurutnya, untuk mendapatkan kopi berkualitas tinggi secara berkelanjutan, petani perlu diberi pelatihan intensif dan akses ke alat-alat modern yang mendukung efisiensi kerja.

Selain proses budidaya, tahapan pascapanen juga memainkan peran penting dalam menjaga mutu kopi. Mbok Amel menuturkan bahwa di wilayahnya, metode pengolahan kopi bervariasi mulai dari proses basah (full-washed), giling basah (wet hulled), hingga natural dan honey process. Namun, keterampilan dalam penerapan masing-masing metode ini masih terbatas, terutama dalam aspek penyortiran dan pengeringan. Ia menyoroti pentingnya pemilahan biji kopi secara manual agar hanya biji berkualitas baik yang dipasarkan, sebab konsumen saat ini cenderung memilih biji kopi utuh dengan tampilan dan aroma yang menarik.

Tantangan lain yang krusial adalah di bidang pemasaran. Mbok Amel mengungkapkan bahwa hingga kini, mayoritas petani dan pelaku usaha kopi di Kintamani masih mengandalkan sistem penjualan tradisional. Produk kopi biasanya dipasarkan melalui warung lokal, koperasi petani, atau dijual langsung di pasar-pasar rakyat. Ia mengakui bahwa promosi digital masih sangat terbatas, karena keterbatasan pemahaman teknologi dan kurangnya pendampingan dalam hal strategi pemasaran online. Padahal, menurutnya, potensi pasar daring sangat besar dan dapat meningkatkan nilai jual kopi secara signifikan, terutama bagi segmen premium dan pasar ekspor.

Ia juga menyampaikan bahwa beberapa pelaku usaha telah mencoba menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya, namun hasilnya belum maksimal karena tidak ada strategi branding yang kuat. Nama besar "Kopi Kintamani" belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk menciptakan identitas merek yang konsisten dan dikenal luas. Di sinilah ia melihat perlunya

kolaborasi dengan pihak luar, seperti lembaga pemasaran, pemerintah daerah, atau institusi pendidikan, untuk membantu pelaku usaha membangun branding dan narasi produk yang kuat, termasuk memperkenalkan keunggulan cita rasa serta latar belakang budayanya.

Di sisi distribusi, masalah infrastruktur menjadi hambatan besar. Jalan menuju kebun sering kali rusak, berbatu, dan licin, terutama saat musim hujan. Hal ini menyulitkan proses pengangkutan hasil panen ke pusat pengolahan atau tempat penjualan. Distribusi yang tidak efisien ini menyebabkan biaya operasional meningkat dan mengurangi margin keuntungan petani. Selain itu, kurangnya fasilitas pengolahan kopi yang memadai di tingkat desa membuat banyak petani harus menjual biji kopi dalam bentuk mentah, yang harganya jauh lebih rendah dibandingkan kopi yang telah diproses dengan baik.

Mbok Amel juga menyoroti masalah permodalan yang selama ini menjadi penghambat utama dalam pengembangan usaha kopi. Banyak petani yang tidak memiliki akses ke pinjaman usaha yang terjangkau atau belum memahami cara mengelola pembiayaan secara produktif. Akibatnya, mereka kesulitan untuk membeli alat baru, membayar tenaga kerja tambahan, atau memperbaiki fasilitas produksi. Ia berharap ada bantuan modal atau program pembiayaan mikro yang benar-benar berpihak kepada petani kecil dan pelaku UMKM kopi.

Dalam pandangan Mbok Amel, upaya peningkatan daya saing Kopi Kintamani harus dilakukan secara terpadu. Ia menyebut bahwa strategi pengembangan tidak bisa hanya berhenti pada peningkatan produksi, tetapi harus mencakup pelatihan keterampilan, akses terhadap teknologi, pembangunan infrastruktur, dan peningkatan kapasitas dalam pemasaran digital. Selain itu, peran pemerintah sangat dibutuhkan untuk menjadi fasilitator yang menghubungkan petani, pelaku usaha, dan pasar potensial.

Harapan besarnya adalah agar Kopi Arabika Kintamani tidak hanya dikenal karena keunikan rasa, tetapi juga menjadi simbol dari kemajuan pertanian lokal yang dikelola secara modern dan profesional. Dengan kolaborasi yang baik antara masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta, Mbok Amel yakin bahwa Kopi Kintamani bisa menjadi komoditas unggulan yang berdaya saing tinggi baik di pasar lokal maupun global.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan agribisnis kopi Arabika Kintamani di Desa Gunung Bau menghadapi berbagai hambatan serius dalam aspek produksi, distribusi, dan pemasaran. Hambatan utama dalam produksi mencakup keterbatasan teknologi dan pengetahuan budidaya, rendahnya kualitas sumber daya manusia, keterbatasan modal, perubahan iklim, serta ancaman hama dan penyakit. Dalam distribusi, tantangan yang dihadapi meliputi infrastruktur jalan yang rusak, rantai pasok yang panjang dan tidak efisien, serta kurangnya fasilitas penyimpanan dan logistik. Sedangkan dalam pemasaran, hambatan mencakup keterbatasan akses informasi pasar, lemahnya promosi dan branding, struktur pasar yang merugikan petani, serta rendahnya kolaborasi antar pelaku usaha. Strategi pengembangan yang dibutuhkan

adalah peningkatan efisiensi produksi melalui penerapan teknologi modern, penguatan kelembagaan petani, optimalisasi pemasaran digital, serta perbaikan infrastruktur dan sistem distribusi yang lebih efektif dan terintegrasi.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pemerintah daerah, koperasi, dan lembaga pendidikan memperluas program pelatihan teknis budidaya dan pengolahan kopi kepada petani. Pemerintah juga perlu menyediakan akses pembiayaan mikro dan mendukung pembangunan infrastruktur distribusi yang memadai. Pelaku usaha dan koperasi kopi diharapkan lebih aktif dalam promosi digital dan penguatan merek produk kopi Kintamani agar dapat bersaing di pasar lokal maupun internasional. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan pendekatan kuantitatif guna mengukur efektivitas strategi pengembangan yang telah diimplementasikan dan menganalisis dampaknya terhadap pendapatan petani secara lebih rinci.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, I. P. (2015). *Analisis Efisiensi dan Pemasaran Strategis Agribisnis Kopi di Desa Manikliyu Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli Propinsi Bali*. Universitas Jember.
- Arnawa, I. K., Pratiwi, L. P. K., & Ate, E. G. (2024). *Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika di CV. Abian Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli*. *Agrimeta: Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem*.
- Astini, N. W. E. M., et al. (2023). *Development Strategy of Kintamani Specialty Arabica Coffee Agro-Industry in Ulian Village, Kintamani, Bangli Regency*. *Agriwar Journal*.
- Avelino, J., et al. (2015). The coffee rust crises in Colombia and Central America (2008–2013): impacts, plausible causes and proposed solutions. *Food Security*, 7(2), 303–321.
- Boreux, V., et al. (2016). Agroforestry coffee production increased biodiversity while maintaining agricultural yield in a tropical landscape. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 222, 1–9.
- Donovan, J., et al. (2017). Beyond the ‘farm gate’: How can the food system support smallholder farmers to access markets? *Food Security*, 9, 143–157.
- Egristofer Evander Tuar, I. M. (2019). *Analisis Pemasaran Kopi Arabika Di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli*. *AGRIMETA. VOL.9 NO.18*.
- Gollu, I. W. (2022). *Kinerja Usahatani Kopi Arabika (Studi Kasus: Kelompok Tani Dharma Kriya, Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli)*. Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Hasriani, et al. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika di Kelurahan Bontolerung Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 8(4), 321-332.
- I Dewa Ayu Mita Prayatni, N. P. (2022,). *Strategi Keunggulan Bersaing Kopi Kintamani Pada Agrowisata JM Kopi*. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*.
- I Gusti Bagus Udayana, A. A. (2020,). *Kintamani Bali Arabica Coffee Marketing Strategy Through the Supply Chain and Marketing Mix*.

- Ni Gusti Ayu Putu Harry Saptarini, I. M. (2019). *Pengembangan Hilirisasi Produk Kopi Arabika Kintamani*. Jurnal BHAKTI PERSADA Volume 5, No.1.
- NI MADE METRI WIDHYAPURI, M. A. (2018). *Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Komoditi Kopi Arabika (Coffea arabica) di Desa Ulian, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli*. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata.
- Noveliska Br Sembiring, I. K. (2015). *Nilai Tambah Proses Pengolahan Kopi Arabika Secara Basah (West Indischee Bereding) Dan Kering (Ost Indischee Bereding) Di Kecamatan Kintamani, Bangli*. Jurnal REKAYASA DAN MANAJEMEN AGROINDUSTRI.
- Nurul Asiah, C. E. (2022). *Profil Kopi Arabika Kintamani Bali*. Malang: AE Publishing.
- Ovalle-Rivera, O., et al. (2015). Projected shifts in Coffea arabica suitability among major global producing regions due to climate change. PLOS ONE, 10(4), e0124155.
- Parameswari, N. W. (2020,). *Nation Branding Kopi Arabika Kintamani (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli)*. SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian.
- Putu Chris Susanto, I. W. (2020). *Pengembangan Usaha Kedai Kopi Berbasis Single Origin Di Desa Catur Kintamani Kabupaten Bangli*. JURNAL PARADHARMA.
- Rahmawati Pratiwi, R. (2018). Hambatan dan Strategi Pengembangan Usahatani Kopi dalam Upaya Peningkatan Produksi. *Economics Development Analysis Journal*, 5(2), 207-216.
- Rahmi Awalina, A. A. (2022). *Strategi Peningkatan Daya Saing Pengembangan Agribisnis Kopi Di Sumatera Barat*. Jurnal Riset Perkebunan (JRP).
- Robinardus Jampur, N. Y. (2019). *Fakor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Petani Terhadap Peran Sertifikasi Indikasi Geografis Kopi Arabika Di Desa Catur*. AGRIMETA. VOL.9 NO.18.
- Siswandi, T. O., Wiranatha, A. A. P. A., & Hartiati, A. (2019). Pengembangan Manajemen Rantai Pasok Kopi Arabika Kintamani Bali. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 7(1), 113-120.
- Asiah, N., Apriyantono, A., Epriyani, C., Kurnia, A., Ramadhan, K., & Hidayat, S. G. (2022). *PROFIL KOPI ARABIKA KINTAMANI BALI* Editor: Tim Penulis (Issue March). <http://aepublishing.id>
- Gaddi, A. (2021). *Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika Didesa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli*.
- Sukiada, N. W. R. P., & Parameswari, A. A. A. I. (2020). NATION BRANDING KOPI ARABIKA KINTAMANI (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli). *SOCA: Jurnal Sosial, Ekonomi Pertanian*, 14(1), 180. <https://doi.org/10.24843/soca.2020.v14.i01.p15>
- Tuar, E. E., Tamba, I. M., & Lestari, P. F. K. (2019). Analisis Pemasaran Kopi Arabika Di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. *Agrimeta*, 9(18), 10–14.
- WIDHYAPURI, N. M. M., ANTARA, M., & DEWI, I. A. L. (2018). Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Komoditi Kopi Arabika (Coffea arabica) di Desa Ulian, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 7(2), 248. <https://doi.org/10.24843/jaa.2018.v07.i02.p08>

Wawancara:

Mbok amel, pemilik kebun, Wawancara, 29 April 2025

Petani, Wawancara, 29 April 2025

