

Strategi Pengembangan Kopi Arabika Varian Red Wine di Desa Kayumas Kabupaten Situbondo

The Development Strategy for the Red Wine Varietal of Arabica Coffee in Kayumas Village, Situbondo Regency

Tria Damayanti ¹⁾, Sulistyaningsih^{2*)}, Gema Iftitah Anugrah Yekti³⁾

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Situbondo
Email Korespondensi: sulistyaningsih@unars.ac.id

Abstrak

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memegang peranan penting sebagai produk ekspor. Varian kopi arabika yang mulai menarik perhatian pasar adalah kopi arabika dengan varian red wine. Kopi ini diproduksi oleh UD. Bintang Terang Jaya sebagai ide kreasi terbaru dalam memvariasikan kopi Arabica di Desa Kayumas. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis prospek pengembangan dan merumuskan strategi yang tepat untuk mengembangkan kopi arabika varian red wine. Penelitian ini dilakukan dengan bantuan key informan untuk pengumpulan data. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis SWOT, diperoleh nilai skor IFAS (3,20) dan EFAS (2,76) yang kemudian dianalisis menggunakan Matriks IE menunjukkan posisi perusahaan berada di Kuadran IV yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang kuat namun menghadapi tantangan eksternal yang cukup besar. Sementara itu, analisis matriks grand strategy menunjukkan posisi perusahaan berada pada Kuadran II yaitu posisi dengan kekuatan internal tinggi namun menghadapi ancaman eksternal yang cukup besar. Strategi yang sesuai untuk pengembangan kopi arabika varian red wine yaitu dengan menerapkan strategi pertumbuhan dan pengembangan (Grow & Build Strategy) melalui pendekatan diversifikasi produk dan penguatan pasar.

Kata kunci: Kopi Arabika, Strategi Pengembangan, Red Wine, SWOT

Abstract

Coffee is a plantation commodity that plays a crucial role as an export product. The red wine variant of Arabica coffee is gaining market attention. This coffee is produced by UD. Bintang Terang Jaya, a new creative idea for varying Arabica coffee in Kayumas Village. The purpose of this study was to analyze development prospects and formulate an appropriate strategy for developing the red wine variant of Arabica coffee. This research was conducted with the assistance of key informants for data collection. The data analysis technique used was a SWOT analysis. Based on the results of the SWOT analysis, the IFAS (3.20) and EFAS (2.76) scores were obtained. Analysis using the IE Matrix indicated the company's position in Quadrant IV, indicating strong internal strengths but facing significant external challenges. Meanwhile, the grand strategy matrix analysis indicated the company's position in Quadrant II, indicating a position with strong internal strengths but facing significant external threats. The appropriate strategy for developing the red wine variant of Arabica coffee is to implement a growth and development strategy (Grow & Build Strategy) through a product diversification and market strengthening approach.

Keywords: Arabica Coffee, Development Strategy, Red Wine, SWOT

PENDAHULUAN

Kopi merupakan komoditas perkebunan yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Perkebunan kopi di Indonesia secara konsisten didominasi oleh Perkebunan Rakyat (PR), baik dari sisi luas lahan maupun produksi. Berdasarkan data terbaru dari Direktorat Jenderal Perkebunan (Ditjen Perkebunan) yang dirangkum dalam laporan PISAgro (Partnership For Indonesia's Sustainable Agriculture) 2024, luas areal perkebunan kopi nasional pada tahun 2023 mencapai sekitar 1,26 juta hektare. Dari jumlah tersebut, lebih dari 96% merupakan perkebunan rakyat, sementara sisanya dikelola oleh

Perkebunan Besar Negara (PBN) dan Perkebunan Besar Swasta (PBS). Komposisi kepemilikan perkebunan kopi di Indonesia sangat didominasi oleh Perkebunan Rakyat yang menguasai lebih dari 96% total luas areal dan menyumbang mayoritas produksi kopi nasional. Data Ditjen Perkebunan, (2023) menegaskan bahwa peran petani rakyat sangat vital dalam industri kopi Indonesia, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun ketahanan pangan.

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi penghasil kopi di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), produksi kopi di Jawa Timur mencapai 47,5 ribu ton pada tahun 2023. Usaha tani kopi arabica di Jawa Timur tersebar di berbagai wilayah Kabupaten diantaranya adalah Kabupaten Situbondo. Kabupaten Situbondo merupakan daerah penghasil kopi yang cukup potensial di daerah Jawa Timur. Jenis kopi yang banyak dibudidayakan di Kabupaten Situbondo adalah arabika. Menurut data di (BPS, 2023; Dwi Gita Dian, 2024) terdapat 4 kecamatan wilayah basis komoditas kopi di Kabupaten Situbondo, antara lain 4 Kecamatan Arjasa, Kecamatan Sumber Malang, Kecamatan Jatibanteng, dan Kecamatan Mlandingan.

Kecamatan Arjasa Kabupaten Situbondo merupakan daerah yang paling banyak memproduksi kopi dibandingkan dengan daerah lainnya (Puryantoro, 2021). Desa Kayumas Kecamatan Arjasa, Kabupaten Situbondo merupakan salah satu desa dengan produksi kopi terbanyak di wilayah tersebut. Desa Kayumas memiliki potensi besar dalam produksi kopi, menjadikannya sentra produksi utama di Kecamatan Arjasa (Al Islami et al., 2024). Ada beberapa jenis varietas utama tanaman kopi yang banyak diproduksi yaitu kopi arabika (*Coffea arabica*), kopi robusta (*Coffea robusta*) dan kopi liberika. Sebagian besar petani di Desa Kayumas mengandalkan budidaya kopi arabika sebagai sumber pendapatan utama. Namun, sebagian besar kopi arabika yang dihasilkan lebih banyak dijual dalam bentuk biji kering dan bubuk kopi, dikarenakan banyaknya permintaan pasar terhadap kopi Arabika yang ada di desa Kayumas dalam bentuk biji kering dan bubuk kopi. Varian kopi arabika yang mulai menarik perhatian pasar adalah kopi arabika dengan varian red wine. Kopi ini diproduksi oleh UD. Bintang Terang Jaya sebagai ide kreasi terbaru dalam memvariasikan kopi Arabika di Desa Kayumas. Kopi Arabika varian red wine ini memiliki karakteristik cita rasa yang unik, dengan nuansa rasa anggur merah yang kuat dengan melalui proses fermentasi biji kopi selama beberapa hari sebelum proses pengeringan, sehingga menghasilkan profil rasa yang berbeda dari kopi arabika biasanya.

Pengembangan industri kopi Arabika red wine di Desa Kayumas memiliki prospek yang cukup baik karena merupakan bubuk kopi varian baru. Selain didukung oleh potensi bahan baku yang melimpah, kondisi iklim dan tanah yang sesuai, serta ketersediaan tenaga kerja yang terampil, pengolahan kopi arabika menjadi kopi varian red wine juga dapat meningkatkan nilai tambah bagi petani dan pelaku usaha di desa Kayumas. Kopi arabika varian red wine merupakan bubuk kopi arabika varian terbaru yang baru dipasarkan pada tahun 2021. Dalam pemasarannya sendiri bubuk kopi arabika varian red wine ini sudah tersebar di beberapa marketplace yang ada di Kabupaten Situbondo seperti (Roxy Supermarket, Royal Swalayan, dan KDS Supermarket). Selain itu bubuk kopi varian ini juga telah dipasarkan ke beberapa kabupaten seperti, Kabupaten Jember, Malang, Surabaya.

Strategi pengembangan usaha kopi arabika varian red wine bisa dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT (Ilimutawakkil, 2023). Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan cara menganalisis faktor eksternal serta faktor internal (Rangkuti, 1998), (Simatupang et al., 2022, Hendrawan et al., 2023). Faktor internal meliputi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman yang dihadapinya. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis ini juga membantu dalam

pengambilan keputusan yang strategis dengan memberikan gambaran yang komprehensif tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha (Setiawan, 2024).

Penelitian tentang strategi pengembangan usaha kopi menggunakan analisa SWOT cukup banyak dilakukan dengan hasil penentuan strategi yang berbeda-beda bergantung pada kondisi IFAS dan EFAS dari setiap perusahaan (Manggu & Beni, 2023; (Fadillah et al., 2019). Namun, penelitian yang terfokus pada kopi arabika varian red wine masih sangat terbatas, sehingga penelitian ini perlu dilakukan untuk memberikan gambaran secara lengkap dan jelas terkait strategi pengembangan produk baru dari kopi arabika varian red wine yang juga menjadi tujuan dari penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di UD. Bintang Terang Jaya dengan key informan sebanyak 5 orang yang terdiri dari pemilik, pakar, petani kopi, & konsumen kopi. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yang diperoleh langsung dari hasil wawancara pada pemilik UD. Bintang Terang Jaya. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data-data sekunder dalam penelitian ini merupakan data-data yang diperoleh dari hasil penelusuran basis data tulisan-tulisan atau jurnal, internet, ataupun data lain yang relevan.

Analisa data menggunakan analisa SWOT dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Penentuan *Internal Factors analysis Summary* (IFAS)
 IFAS merupakan analisis untuk mengetahui faktor internal dari UD. Bintang Terang Jaya Desa Kayumas, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Situbondo. IFAS terdiri dari faktor kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).
2. Penentuan *Eksternal Faktor Analisis Summary* (EFAS)
 EFAS merupakan analisis untuk mengetahui faktor eksternal UD. Bintang Terang Jaya, yang terdiri dari peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).
3. Matriks SWOT
 Matrix SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis suatu perusahaan atau pelaku usaha. Matriks SWOT digunakan untuk menentukan srategi yang baik pada usaha yang tersusun 4 strategi utama yaitu SO, WO, ST, WT yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuaan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Peluang (<i>Opportunity</i>)	STRATEGI SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)	STRATEGI ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2015

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis IFAS

A. Kekuatan

1. Bahan Baku yang Melimpah

Desa Kayumas dikenal sebagai sentra penghasil kopi arabika berkualitas yang ada di Kabupaten Situbondo. Salah satu kekuatan utama dari produk kopi arabika di desa ini adalah produksi yang melimpah dan terus meningkat setiap tahunnya, khususnya di UD. Bintang Terang Jaya.

Tabel 2. Produksi Kopi di UD. Bintang Terang Jaya

No.	Tahun	Produksi (Kg)
1	2021	9.208
2	2022	10.422
3	2023	11.201
4	2024	11.854

Sumber: UD. Bintang Terang Jaya, 2025

UD. Bintang Terang Jaya selama empat tahun terakhir dengan menunjukkan tren pertumbuhan yang sangat positif. Pada tahun 2021, produksi kopi arabika mencapai 9.208 kg. Angka ini terus meningkat pada tahun-tahun berikutnya, yaitu 10.422 kg pada 2022, 11.201 kg pada 2023, dan mencapai 11.854 kg pada tahun 2024.

Ketersediaan bahan baku kopi arabika dalam jumlah besar ini menjadi fondasi utama dalam pengembangan produk inovatif, salah satunya adalah bubuk kopi arabika varian *Red Wine*. Varian ini merupakan inovasi terbaru dari UD. Bintang Terang Jaya yang mengusung proses fermentasi khusus untuk menghasilkan cita rasa menyerupai aroma dan karakteristik wine merah dengan sentuhan rasa manis, asam buah, dan aftertaste yang kompleks. Kopi arabika dari Desa Kayumas sangat cocok untuk proses fermentasi *Red Wine* yang didapat dari karakteristik bijinya yang memiliki tingkat keasaman yang seimbang hingga menjadikan bahan baku lokal sangat potensial untuk menghasilkan bubuk kopi varian *Red Wine* dengan kualitas unggulan. Selain mengandalkan hasil panen sendiri, UD. Bintang Terang Jaya juga mendukung produksi varian ini dengan melakukan kulaan dari petani lokal, memperluas pasokan bahan baku kopi arabika berkualitas. Strategi ini tidak hanya meningkatkan volume produksi, tetapi juga memperkuat kemitraan dan pemberdayaan petani di sekitar wilayah Desa Kayumas.

Dengan adanya bubuk kopi arabika varian *Red Wine* ini, UD. Bintang Terang Jaya tidak hanya menambah diversifikasi produk, tetapi juga memperluas pangsa pasar ke segmen pecinta kopi spesialti yang lebih premium. Ketersediaan bahan baku yang melimpah, didukung oleh karakteristik kopi arabika Kayumas yang sesuai untuk proses fermentasi khusus, menjadikan produk ini memiliki nilai jual yang cukup tinggi dan keunikan tersendiri di pasaran. Kolaborasi erat antara pelaku usaha dan petani lokal pun menciptakan ekosistem produksi kopi yang berkelanjutan, inovatif, dan saling menguntungkan.

2. Mempunyai Lahan Kebun Kopi Sendiri

UD. Bintang Terang Jaya di Desa Kayumas memiliki kekuatan utama dalam produk kopi arabika berkat kepemilikan lahan kebun kopi sendiri yang cukup luas, yaitu sekitar 35 hektare. Lahan ini terbagi menjadi delapan wilayah kebun kopi yang dikelola secara optimal untuk menghasilkan kopi arabika yang berkualitas. Dengan pengelolaan lahan yang terstruktur tersebut, UD. Bintang Terang Jaya mampu memproduksi kopi dengan volume yang terus meningkat setiap tahunnya, seperti data produksi pada tabel diatas yang menunjukkan kenaikan dari 9.208 kg pada tahun 2021 menjadi 11.854 kg pada tahun 2024.

Kepemilikan lahan yang cukup luas ini memberikan kontrol penuh terhadap proses budidaya kopi, mulai dari pemeliharaan tanaman hingga panen, sehingga kualitas dan kuantitas produksi dapat dijaga dengan baik. Pembagian lahan menjadi delapan wilayah juga memungkinkan diversifikasi teknik budidaya dan pemanenan yang sesuai dengan kondisi iklim masing-masing wilayah kebun, meningkatkan hasil panen secara keseluruhan.

3. Sumber daya manusia yang terampil dalam menginovasi produksi kopi

Faktor internal yang sangat menentukan keberhasilan produksi kopi adalah sumber daya manusia yang terampil dalam mengelola usahatani kopi arabika. Para pengolah kopi yang ada dibawah UD. Bintang Terang Jaya ini memiliki beberapa pengalaman dan keterampilan dalam budidaya kopi yang baik, yang menjadi salah satu kekuatan utama dalam produksi kopi yang berkualitas. UD. Bintang Terang Jaya ini membuat suatu produk yang menginovasi dengan memvariasikan rasa bubuk kopi arabika yang di produksi. Seperti kopi arabika varian *Red Wine* yang baru saja diluncurkan dan diperkenalkan ke ranah publik. Teknik budidaya yang diterapkan sudah cukup baik dan mengutamakan kualitas, sehingga hasil produksi kopi di Kayumas dikenal memiliki cita rasa khas yang mampu bersaing di pasar, baik lokal maupun ekspor.

4. Adanya mesin pengolahan kopi

Keberadaan mesin pengolahan kopi menjadi salah satu faktor internal yang signifikan dalam mempercepat dan meningkatkan kualitas produksi kopi. Mesin pengolahan kopi memudahkan proses transformasi biji kopi dari hasil panen menjadi produk siap jual dengan mutu yang lebih terjaga dan konsisten. Hal ini memungkinkan produksi kopi yang lebih efisien dan cepat dibandingkan dengan metode pengolahan manual yang masih sederhana dan terbatas teknologinya yang selama ini menjadi kendala bagi petani kopi di UD. Bintang Terang Jaya. Mesin produksi yang dimiliki oleh UD. Bintang Terang Jaya ada buah dengan jenis yang berbeda, mulai dari mesin pengupas kulit hingga mesin untuk meroasting kopi arabika menjadi bubuk kopi arabika varian *Red Wine*.

5. Banyaknya peminat kopi arabika UD. Bintang Terang Jaya

UD. Bintang Terang Jaya yang berada di Desa Kayumas terus menunjukkan kekuatannya sebagai produsen kopi arabika yang diminati banyak konsumen. Hal ini terlihat dari tren permintaan pasar yang tetap stabil, bahkan cenderung meningkat, meskipun produksi kopi mengalami fluktuasi selama empat tahun terakhir. Berdasarkan data pada Tabel 5.2, total produksi kopi arabika UD. Bintang Terang Jaya selama empat tahun terakhir mencapai 1.875 kg. Pada tahun 2021 dan 2023, produksi berada di angka 375 kg, sedangkan pada tahun 2022 terjadi lonjakan produksi hingga 750 kg. Tahun 2024, produksi kembali berada di angka 375 kg. Meski terjadi variasi produksi, permintaan pasar terhadap kopi arabika tetap tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kopi arabika dari UD. Bintang Terang Jaya memiliki basis konsumen yang tetap dan loyal.

Tingginya minat konsumen terhadap kopi arabika UD. Bintang Terang Jaya juga didukung oleh kualitas rasa yang khas dan konsistensi mutu produk. Banyak pelanggan, baik dari dalam maupun luar daerah, memilih kopi arabika Kayumas yang ada di UD. Bintang Terang Jaya karena cita rasa yang unik dan aroma yang kuat, yang dibuktikan dengan permintaan produk yang konsisten dari warung-warung kecil yang dititipi produk kopi arabika produksi dari UD. Bintang Terang Jaya, dan banyak dari tamu luar kota yang repeat order produk kopi arabika varian *red wine* tersebut. Kekuatan inilah yang membuat produk kopi arabika UD. Bintang Terang Jaya tetap laris di pasaran, bahkan ketika produksi mengalami penurunan.

6. Kopi arabika varian *Red Wine* memiliki cita rasa yang khas

Cita rasa kopi arabika varian *Red Wine* yang diproduksi oleh UD. Bintang Terang Jaya sangat dipengaruhi oleh faktor internal, terutama karakteristik lingkungan dan teknik

pengolahan yang diterapkan oleh prosen. Proses fermentasi khusus pada varian *Red Wine* memberikan nuansa rasa buah-buahan yang manis, asam yang seimbang, serta aftertaste menyerupai wine merah, sehingga menciptakan sensasi minum kopi yang berbeda dari kopi arabika biasa yang menghasilkan profil rasa unik dan kompleks, menjadi daya tarik utama bagi para penikmat kopi baik di tingkat nasional maupun internasional.

Karakteristik ini diperkuat oleh kondisi geografis Kayumas yang berada di ketinggian ideal untuk budidaya kopi arabika, sehingga tanaman kopi dapat menghasilkan senyawasenyawa rasa yang lebih kaya dan kompleks.

B. Kelemahan

1. Kurangnya perawatan mesin untuk memproduksi kopi

Beberapa pelaku usaha, khususnya home industry kopi di UD. Bintang Terang Jaya, masih menghadapi tantangan dalam penerapan standar keamanan dan mutu produksi yang konsisten. Salah satu penyebab utamanya adalah perawatan mesin produksi yang kurang optimal. Mesin-mesin yang digunakan, baik untuk pengolahan maupun penggilingan kopi sudah berumur tua dan tidak mendapatkan pemeliharaan rutin yang memadai. Akibatnya, mesin menjadi kurang efisien, sering mengalami kerusakan, dan berpotensi menyebabkan cacat produk seperti biji kopi yang pecah, tergores, atau kulit ari yang tidak terkupas sempurna.

Permasalahan ini menunjukkan bahwa aspek perawatan mesin merupakan titik kelemahan internal yang perlu segera dibenahi. Tanpa adanya perawatan mesin yang memadai, produktivitas dan kualitas kopi Kayumas akan terus terhambat, sehingga mengurangi potensi ekonomi masyarakat setempat dan menghambat pengembangan kopi Kayumas sebagai komoditas unggulan daerah.

2. Proses produksi kopi Red Wine membutuhkan waktu yang cukup lama

Faktor internal kelemahan yang signifikan di UD. Bintang Terang Jaya adalah proses produksi yang membutuhkan waktu cukup lama. Hal ini menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha, khususnya pada produsen bubuk kopi arabika Red Wine. Proses produksi yang diperlukan untuk membuat bubuk kopi varian ini dapat membutuhkan waktu kurang lebih 7- 10 harian. Waktu yang diperlukan diantaranya yakni untuk mengupas kulit kopi yang diperkirakan dapat memakan waktu 6 jam, kemudian proses penjemuran kopi yang membutuhkan waktu kurang lebih 2 hari, tergantung dari cuaca yang ada di desa kayumas, setelah itu proses fermentasi yang membutuhkan waktu sekitar 3 hari, lalu setelah difermentasi kopi arabika tersebut dijemur kembali selama 2 harian, dan sisanya untuk pengolahan kopi arabika menjadi bubuk dan packing.

Proses produksi yang lama ini berdampak pada efisiensi usaha dan kemampuan pekerja di UD. Bintang Terang Jaya tersebut untuk memenuhi permintaan pasar dengan tepat waktu. Keterlambatan produksi dapat mengurangi daya saing produk bubuk kopi arabika dengan varian red wine di pasar yang semakin kompetitif, serta menurunkan posisi tawar konsumen terhadap produsen. Proses produksi yang lama juga terkait dengan keterbatasan teknologi dan manajemen produksi yang masih konvensional, sehingga perlu adanya peningkatan efisiensi dan inovasi dalam proses produksi kopi agar dapat mempercepat waktu produksi tanpa menurunkan kualitas produk.

3. Umur tanaman kopi yang sudah tua

Pada produksi kopi arabika yang perlu diperhatikan juga adalah umur tanaman kopi yang terbilang sudah tua bahkan melapuk, yang berdampak pada rendahnya produktivitas kopi. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya pembaharuan tanaman kopi yang telah berumur puluhan tahun sehingga memuat tanaman kopi tidak berbuah secara maksimal dan mengakibatkan hasil produksi kopi menjadi kurang optimal. Selain itu, akses menuju kebun kopi yang sulit, terutama kondisi prasarana jalan yang kurang memadai, juga mengurangi

motivasi petani dalam melakukan perawatan tanaman secara rutin, sehingga produktivitas kopi bisa saja dapat menurun.

4. Keterbatasan jumlah buruh tani

Sebagian besar penduduk Desa Kayumas bekerja sebagai petani dan buruh tani dengan luas wilayah yang cukup besar untuk pertanian kopi arabika, tidak terkecuali di UD. Bintang Terang Jaya. Keterbatasan buruh tani dipengaruhi oleh banyaknya produsen kopi yang ada di Kayumas. Selain itu, para pekerja dan masyarakat lokal juga banyak yang memiliki kebun kopi sendiri, sehingganya mereka juga sibuk untuk panen dikebunnya masing-masing ketika musim kopi tiba. Dengan adanya keterbatasan tenaga kerja ini menyebabkan beban kerja yang lebih berat bagi buruh tani yang ada, sehingga produktivitas dan kinerja mereka menurun. Sebagaimana dengan fenomena tersebut UD. Bintang Terang dengan terpaksa harus mengadopsi buruh tani dari luar daerah Kayumas, tentu saja dengan upah yang lebih tinggi dibanding dengan mempekerjakan masyarakat lokal. Hal ini juga diperparah oleh rendahnya modal dan penggunaan teknologi yang masih sederhana, sehingga hasil produksi tidak maksimal. Akibatnya, pendapatan UD. Bintang Terang Jaya kadang tidak mencapai potensi maksimal karena biaya tenaga kerja menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi pendapatan tersebut. Selain itu, akses yang sulit menuju kebun kopi juga menurunkan motivasi buruh tani untuk bekerja secara optimal. Jarak yang jauh dan kondisi jalan yang kurang mendukung membuat perawatan tanaman kopi tidak dilakukan secara rutin, sehingga kualitas dan kuantitas produksi kopi menjadi kurang optimal.

Analisis EFAS

C. Peluang

1. Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi

Teknologi pengolahan kopi yang berada di UD. Bintang Terang Jaya terus mengalami kemajuan, terutama dalam proses pascapanen dan diversifikasi produk. Pemilik atau produsen kopi di UD. Bintang Terang Jaya sudah mulai menerapkan teknologi pengolahan modern seperti wet process dan fermentasi khusus yang menghasilkan varian kopi *Red Wine* dengan cita rasa khas yang unik dan nilai tambah produk yang cukup tinggi. Selain itu, teknologi packing pengemasan kopi siap saji yang menarik turut meningkatkan daya saing produk di pasar nasional dan internasional.

2. Pasar yang masih terbuka baik domestik dan global

Pasar kopi specialty, khususnya kopi dengan proses fermentasi wine seperti Arabika *Red Wine* yang diproduksi oleh UD. Bintang Terang Jaya, semakin diminati karena cita rasanya yang unik dan berbeda dari kopi biasa. Proses fermentasi anaerobic yang dilakukan pada kopi Arabika *Red Wine* menghasilkan profil rasa fruity dan aroma wine yang khas, menjadikannya produk premium yang menarik bagi konsumen modern khususnya pada penikmat kopi.

Secara domestik, tren kopi specialty dan single origin terus berkembang, membuka peluang bagi produsen bubuk kopi varian red wine atau UD. Bintang Terang Jaya untuk memasuki pasar kopi kelas atas yang memiliki daya beli tinggi. Produk kopi arabika red wine ini dapat berpotensi memenuhi selera konsumen yang mencari pengalaman rasa baru dan eksklusif, sehingga potensi penjualan di pasar lokal cukup besar. Selain itu, kopi dengan karakteristik rasa menyerupai Red Wine ini juga sudah mulai dikenal dan diminati di berbagai kota besar di Indonesia, seperti Jakarta dan Bandung, yang menjadi pusat perkembangan budaya ngopi.

Di pasar global, permintaan kopi specialty Indonesia, termasuk kopi dengan proses fermentasi wine, semakin meningkat. Harga jual kopi Arabika wine di pasar internasional bisa mencapai USD 15-25 per kilogram, menunjukkan nilai ekonomis yang tinggi. Produk kopi dari daerah seperti Kayumas dapat memanfaatkan peluang ini dengan meningkatkan

kualitas dan konsistensi produksi agar dapat bersaing di pasar ekspor. Desa Kayumas memiliki peluang strategis untuk mengembangkan kopi Arabika varian *Red Wine* karena dukungan pasar yang masih terbuka luas, baik secara domestik maupun internasional.

3. Tingginya peminat kopi menjadi budaya tren penikmat kopi

Budaya minum kopi yang semakin berkembang di Indonesia, khususnya di kalangan milenial dan generasi Z, merupakan faktor eksternal utama yang membuka peluang besar bagi pengembangan kopi arabika apalagi kini dengan adanya varian baru yakni bubuk kopi arabika *Red Wine* yang di produksi oleh UD. Bintang Terang Jaya. Dengan nuansa rasa kopi yang unik dan metode fermentasi yang khas, kopi dengan varian ini dapat memanfaatkan tren kopi specialty dan inovasi produk untuk memperluas pangsa pasar lokal maupun internasional. Data dan tren industri kopi nasional mendukung potensi ini, sehingga pengembangan kopi Kayumas berbasis budaya minum kopi menjadi strategi yang tepat dan berkelanjutan.

D. Ancaman

1. Persaingan produk kopi yang serupa

Ancaman eksternal adalah ancaman yang merujuk pada potensi yang membahayakan perusahaan dan hal ini merupakan suatu masalah yang berada diluar kendali perusahaan tersebut. UD. Bintang Terang Jaya di Desa Kayumas juga mengalami beberapa faktor yang dapat mengancam UD tersebut salah satu diantaranya adalah persaingan produk kopi specialty yang serupa, seperti produk bubuk kopi arabika yang diproduksi dengan berbagai varian rasa dengan profil rasa yang berbeda yang diproduksi oleh UD. Bintang Terang Jaya sendiri, maupun produsen pesaing yang ada di desa kayumas. Berbagai varian bubuk kopi arabika diantaranya Brown Coffe Arabika, Black Coffe, Coffe Arabika Lanang, dan Greenbean Arabica, yang sama-sama dapat memberikan nilai tambah produk dengan perbandingan yang hampir sama dengan bubuk kopi arabika varian *red wine*. Untuk mengatasi hal ini, strategi yang tepat menjadi kunci agar bubuk kopi arabika *Red wine* tetap kompetitif dan mampu mempertahankan pangsa pasar baik di dalam maupun luar negeri adalah dengan mengggencarkan promosi dengan menggunakan platform media dan juga mengadakan event yang sekiranya dapat membuat masyarakat lebih mengenal terkait adanya bubuk kopi arabika varian *red wine* ini.

2. Minimnya dukungan pemerintah dalam membangun sinergi dengan stakeholder setempat

Salah satu tantangan utama yang menghambat pengembangan kopi arabika *Red Wine* di Kayumas adalah kurangnya inisiatif pemerintah daerah Kabupaten Situbondo dalam menciptakan kerjasama yang sinergis dengan para stakeholder terkait, seperti petani, koperasi, pelaku bisnis, dan institusi pendukung. Meskipun ada beberapa program pelatihan dan pendampingan, koordinasi yang lebih intensif, kolaboratif, dan promosi masih sangat dibutuhkan agar seluruh pihak dapat bersinergi secara optimal dalam meningkatkan kualitas, kuantitas, serta akses pasar kopi *Red Wine* yang berpotensi ekspor tinggi. Padahal, keberhasilan ekspor kopi arabika Kayumas ke pasar internasional seperti Korea Utara telah menunjukkan bahwa dengan dukungan dan kolaborasi yang tepat, produk kopi ini mampu bersaing di tingkat global.

Oleh karena itu, pemerintah Situbondo perlu memperkuat komunikasi dan kemitraan dengan para stakeholder, membangun platform kolaborasi yang inklusif, serta menginisiasi program-program strategis yang mendukung pengembangan bubuk kopi arabika specialty yang mana dalam hal ini *Red Wine* juga termasuk di dalamnya. Langkah ini penting untuk mengoptimalkan potensi kopi arabika specialty yang ada di Desa Kayumas sebagai komoditas unggulan yang dapat meningkatkan kesejahteraan petani dan memperkuat perekonomian lokal secara berkelanjutan.

3. Masuknya produk kopi dari luar kota

Masuknya ragam bubuk kopi dari luar kota juga memberikan ancaman yang cukup serius terhadap industri kopi lokal di Desa Kayumas, tidak terkecuali di UD. Bintang Terang Jaya. Persaingan dengan produk kopi luar ini dapat menurunkan minat konsumen terhadap kopi arabika khas Kayumas, yang selama ini dikenal dengan kualitas ekspor dan keunikan rasanya. Pada beberapa fenomena banyak ditemukan bahwasannya produk kopi dari luar kota dijual dengan harga lebih murah dan variasi rasa yang beragam berpotensi menggeser posisi kopi local di pasar, sehingga mengancam pendapatan petani dan pengusaha kopi di Kayumas.

Selain itu, masuknya kopi bubuk luar kota juga mempengaruhi standar mutu dan citra kopi lokal. Beberapa pedagang dari luar yang memperjualbelikan kopi berkualitas rendah di wilayah Kayumas dapat merusak reputasi kopi local dan menurunkan motivasi pengusaha kopi setempat untuk mempertahankan kualitas tinggi. Kondisi ini menjadi tantangan bagi para pelaku usaha produsen kopi arabika yang berada di Kayumas terlebih lai bagi UD. Bintang Terang Jaya yang harus terus meningkatkan sistem jaminan mutu dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di pasar domestik maupun internasional.

4. Fluktuasi harga kopi

Harga kopi arabika sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar internasional yang dinamis, termasuk perubahan produksi di negara produsen utama seperti Brasil dan Kolombia, serta permintaan dari konsumen dunia. Fluktuasi harga ini dapat menyebabkan ketidakstabilan pendapatan bagi para produsen kopi arabika yang berada di Desa Kayumas, yang berdampak pada keberlanjutan usaha mereka. Perubahan harga kopi arabika yang tajam sering kali disebabkan oleh faktor cuaca, kondisi panen, dan kebijakan perdagangan internasional. Misalnya, dilansir dari data harga kopi Arabika dan faktor pasar global dari Trading Economics (2025) prediksi peningkatan produksi kopi Brasil pada musim 2025/26 yang mencapai 65,51 juta kantong 60 kg, hampir naik 5% dari prediksi sebelumnya, dapat menekan harga kopi di pasar global. Sebaliknya, penurunan produksi di beberapa wilayah juga dapat menyebabkan harga melonjak secara tiba-tiba. Kondisi ini membuat petani kopi di Desa Kayumas harus menghadapi risiko pendapatan yang tidak menentu akibat volatilitas harga tersebut (Wanzala & Obokoh, 2025).

Selain itu, fluktuasi harga kopi juga dapat mempengaruhi daya saing kopi arabika Red Wine dari Desa Kayumas di pasar lokal maupun ekspor. Harga yang tidak stabil bisa mengurangi minat pembeli dan investor, serta menyulitkan perencanaan produksi dan pemasaran bagi petani dan pelaku usaha kopi di daerah tersebut. Disebabkan oleh fenomena tersebut, fluktuasi harga kopi merupakan ancaman eksternal yang signifikan yang harus diantisipasi melalui strategi pengelolaan risiko harga dan diversifikasi produk.

Matriks (IFAS)

Berikut ini analisis faktor internal yang melingkupi pengembangan kopi Arabica varian Red Wine di Desa Kayumas, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Situbondo.

Tabel 3. Matriks IFAS

Kekuatan (Strengths)				
No	Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Skor
S1	Memiliki potensi kopi yang melimpah	0,13	4,0	0,50
S2	Mempunyai lahan kebun kopi sendiri	0,09	3,6	0,31
S3	Sumber daya manusia yang terampil dalam menginovasi produk kopi	0,10	3,4	0,33
S4	Adanya mesin pengolahan kopi	0,10	3,2	0,31
S5	Banyaknya pemnat kopi arabika UD. Bintang Terang Jaya	0,11	3,4	0,36
S6	Kopi arabika varian <i>Red Wine</i> memiliki cita rasa yang khas	0,12	3,8	0,44
Sub Total		0,63		2,24
Kelemahan (Weaknesses)				
No	Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Skor
W1	Kurangnya perawatan mesin untuk memproduksi kopi	0,11	2,2	0,23
W2	Proses produksi membutuhkan waktu yang cukup lama	0,08	2,0	0,15
W3	Umur tanaman kopi yang sudah tua	0,09	3,2	0,28
W4	Keterbatasan jumlah buruh tani	0,11	2,8	0,30
Sub Total		0,37		0,96
TOTAL IFAS		1,00		3,20

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Analisis faktor strategi internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kekuatan dijelaskan sebagai keunggulan pada produktifitas kopi arabika dan kemajuannya dalam menentukan strategi operasi. Variabel kekuatan yang ada pada produksi kopi arabika terdapat 6 variabel yang terdiri dari S1 sampai S6. Pada variabel kelemahan dapat menjelaskan keterbatasan sumberdaya serta kemampuan perusahaan yang mengganggu kinerja efektif dalam mengembangkan strategi operasi. Variabel kelemahan yang ada pada produksi kopi arabika ada 4 variabel yang terdiri dari W1 sampai W4.

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat total skor keseluruhan dari faktor internal UD. Bintang Terang Jaya yaitu 3,20 dengan skor *Stengh* (kekuatan) 2,24 lebih besar daripada skor *Weakness* (kelemahan) 0,96. Hal ini menunjukkan kekuatan internal yang dimiliki oleh UD. Bintang Terang Jaya lebih dominan dibandingkan kelemahannya. Faktor potensi kopi yang melimpah dan cita rasa khas kopi arabika varian *red wine* merupakan dua factor yang memiliki skor tertinggi yakni 0,50 dan 0,44. Hal ini menunjukkan UD. Bintang Terang Jaya memiliki keunggulan dalam hal ketersediaan bahan baku dan kualitas produk yang menjadi daya tarik kuat. Sementara itu, pada sisi kelemahan faktor yang memiliki pengaruh cukup tinggi yaitu keterbatasan jumlah buruh tani 0,30 dan umur tanaman kopi yang sudah tua 0,28. Kedua faktor ini dapat menghambat produksi jika tidak segera ditangani.

Matriks EFAS

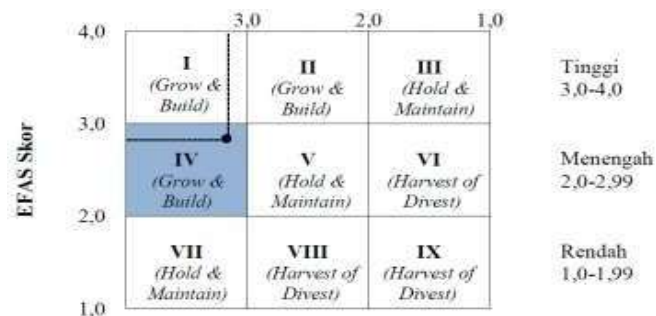
Berikut ini analisis faktor eksternal yang melingkupi pengembangan kopi Arabica varian Red Wine di Desa Kayumas, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Situbondo.

Tabel 4. Matriks EFAS

Peluang (Opportunities)				
No	Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Skor
O1	Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi	0,14	3,2	0,29
O2	Pasar yang masih terbuka baik domestik dan global	0,16	3,2	0,47
O3	Tingginya peminat kopi menjadi budaya tren penikmat kopi	0,18	3,4	0,55
Sub Total		0,49		1,32
Ancaman (Threats)				
No	Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Skor
T1	Persaingan produk kopi yang serupa	0,14	3,0	0,58
T2	Pemerintahan situbondo kurang menciptakan kerja sama terhadap stakeholder	0,13	2,2	0,39
T3	Masuknya ragam kopi dari luar kota	0,13	2,2	0,26
T4	Fluktuasi harga kopi di pasaran	0,11	2,6	0,21
Sub Total		0,51		1,45
TOTAL EFAS		1,00		2,76

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Analisis faktor strategi eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Peluang dijelaskan sebagai situasi di luar perusahaan yang dapat menguntungkan bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi operasi. Variabel peluang dalam mengembangkan produktifitas kopi arabika terdapat 3 variabel, terdiri dari O1 sampai O3. Ancaman dijelaskan sebagai situasi yang tidak menguntungkan sehingga dapat menghambat perkembangan kopi arabika varian *Red Wine* dari situasi internal maupun luar lingkungan perusahaan. Variabel ancaman terdapat 4 variabel yang terdiri dari T1 dan T4. Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat total skor dari faktor eksternal UD. Bintang Terang Jaya yakni 2,76. Faktor eksternal peluang memiliki total skor 1,32 dengan budaya minum kopi menjadi salah satu peluang yang terbesar dengan skor 0,55 dibandingkan peluang yang lain. Hal ini menunjukkan meningkatnya tren konsumsi kopi serta luasnya pasar memberikan peluang besar bagi UD Bintang Terang Jaya untuk mengembangkan produk kopinya. Namun demikian faktor ancaman memiliki skor yang lebih besar dibandingkan peluang, yakni 1,45. Ancaman utama berasal dari produk yang serupa dengan skor 0,58 yang menandakan bahwa banyaknya produk kopi sejenis di pasaran dapat menekan daya saing. Secara keseluruhan dari tabel 5.5 menunjukkan bahwa faktor eksternal ancaman lebih dominan dibandingkan peluang yang ada sehingga UD Bintang Terang Jaya perlu menyusun strategi untuk memperkuat keunggulan kompetitif, meningkatkan kolaborasi dengan pihak pemerintah, serta memanfaatkan peluang pasar dan teknologi secara maksimal agar dapat bersaing dan berkembang ditengah dinamika industri kopi yang kompetitif.

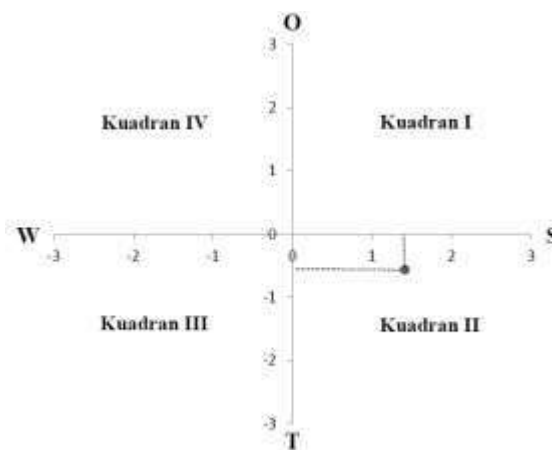


Gambar 1. Analisis Matriks IE (Internal Eksternal)

Hasil analisis matriks IE yang telah dihitung melalui matriks IFAS dan EFAS yang dapat dilihat pada Gambar 1 menunjukkan bahwa posisi UD. Bintang Terang Jaya berada pada kuadran IV. Dalam matriks IE, Kuadran I, II, dan IV dikelompokkan dalam strategi *grow & build* (Rangkuti, 1998). Posisi kuadran IV pada matriks IE menggambarkan bahwa UD. Bintang Terang Jaya memiliki kekuatan internal yang kuat namun menghadapi tantangan eksternal yang cukup besar. Artinya, perusahaan memiliki sumberdaya, kemampuan, dan kekuatan internal yang memadai untuk mengembangkan usaha, tetapi harus berhati-hati dalam menghadapi dinamika pasar, persaingan produk, dan faktor eksternal lain yang dapat menghambat perkembangan perusahaan. Strategi yang cocok untuk posisi kuadran IV yaitu strategi *grow & build* dengan pendekatan intensif atau integratif. Strategi ini mendorong perusahaan untuk memaksimalkan kekuatan internal dari perusahaan untuk memperluas pasar dan meningkatkan aktivitas bisnis

Analisa Matriks *Grand Strategy*

Analisa matriks *grand strategy* dilakukan dengan cara menemukan titik potong antara sumbu x dan sumbu y dimana x = kekuatan - kelemahan dan y = peluang - ancaman (Paisah 2024). Berdasarkan perhitungan IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa nilai sumbu x = $2,24 - 0,96 = 1,28$ dan y = $1,32 - 1,45 = -0,13$. Tujuan analisa ini yaitu untuk mengetahui posisi perusahaan dengan harapan dapat memanfaatkan posisi yang kuat dan mengatasi kendala yang dihadapi. Hasil perhitungan tersebut dapat dikompilasikan dalam gambar Matriks *Grand Strategy*.



Gambar 2. Matriks *Grand Strategy*

- Kuadran 1 (Kekuatan Internal & Peluang Eksternal): Mendukung strategi agresif - perusahaan disarankan melakukan ekspansi atau pertumbuhan karena berada dalam posisi yang kuat dan banyak peluang.
- Kuadran 2 (Kekuatan Internal & Ancaman Eksternal): Mendukung strategi diversifikasi - perusahaan kuat tapi menghadapi banyak ancaman, sehingga perlu mencari pasar atau produk baru.
- Kuadran 3 (Kelemahan Internal & Peluang Eksternal): Mendukung strategi turn around - perusahaan perlu memperbaiki kelemahan internal agar bisa memanfaatkan peluang.
- Kuadran 4 (Kelemahan Internal & Ancaman Eksternal): Mendukung strategi defensif, perusahaan harus bertahan, mengurangi risiko, atau bahkan melakukan likuidasi jika perlu.

Dari Gambar 2 di atas dapat dilihat bahwa hasil pemetaan menggunakan matriks *grand strategy* menunjukkan bahwa posisi UD Bintang Terang Jaya berada pada kuadran II,

yaitu posisi dengan kekuatan internal tinggi namun menghadapi ancaman eksternal yang cukup besar. Hal ini selaras dengan analisa sebelumnya yaitu pada analisis matriks IE. Posisi ini menggambarkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan dan sumber daya yang cukup untuk menghadapi tantangan pasar, namun harus berhati-hati dalam merespons ancaman yang muncul. Strategi yang sesuai untuk posisi ini adalah strategi diversifikasi atau strategi defensive progresif yang menekankan pada upaya mempertahankan posisi dengan cara mengoptimalkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal. Strategi yang dapat diterapkan antara lain (David, 2018):

- **Strategi penetrasi pasar** (Memperkuat pemasaran produk melalui promosi digital, branding, dan loyalitas konsumen).
- **Strategi Pengembangan Pasar** (Memperluas wilayah pemasaran seperti ke *coffee shop* baik yang ada di Kota Situbondo sendiri ataupun keluar kota)
- **Strategi Pengembangan Produk** (Melakukan inovasi varian kopi, peningkatan kualitas rasa, dan pengemasan yang lebih menarik agar konsumen lebih tertarik)

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa UD. Bintang Terang Jaya berada pada posisi internal yang kuat dengan pengaruh eksternal yang menengah. Kondisi ini menempatkan perusahaan pada posisi yang cukup menguntungkan untuk tumbuh dan bersaing di industri kopi. Meskipun perusahaan menghadapi persaingan ketat dan fluktuasi harga pasar, kekuatan internal seperti kualitas produk, sumber daya manusia yang kompeten, dan cita rasa kopi arabika red wine yang khas menjadi modal utama dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha. Dengan demikian, strategi pengembangan yang tepat bagi UD Bintang Terang Jaya adalah dengan menerapkan strategi pertumbuhan & pengembangan (*Grow & Build Strategy*) melalui pendekatan diversifikasi produk dan penguatan pasar. Dengan menerapkan strategi ini perusahaan diharapkan dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, serta menciptakan keberlanjutan usaha ditengah kondisi pasar yang dinamis (Hasriani, 2023). Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa strategi yang digunakan untuk mengembangkan kopi Arabika varian *red wine* yang dianalisa menggunakan analisis SWOT termasuk ke dalam kuadran Strategi (SO) yang terletak pada kuadran agresif.

Matriks SWOT

Tahap analisa selanjutnya adalah menggabungkan variabel-variabel yang ada pada faktor Internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor Eksternal (peluang dan ancaman) yang kemudian dianalisa sehingga menghasilkan beberapa alternatif strategi yang kemungkinan dapat dilakukan oleh perusahaan (UD. Bintang Terang Jaya) untuk mengatasi segala hal-hal yang berkaitan dengan perkembangan produk kopi arabika *Red Wine*.

Tabel 5. Matriks SWOT

SO	WO
1) Mengoptimalkan sistem informasi dan komunikasi untuk kampanye pemasaran digital yang menjangkau pasar yang lebih luas dengan melakukan promosi secara masif dan konsisten (S1,S5,S6;O1,O3) 2) Membangun narasi keunikan cita rasa kopi arabika <i>Red Wine</i> sebagai produk specialty coffee dengan pengolahan lahan organik (S2,S5,S6;O1,O2) 3) Membuat tren minum kopi dengan adanya varian rasa yang khas yang diolah menjadi produk yang siap minum (minuman kemasan) (S3,S4;O3) 4) Memaksimalkan keunggulan memiliki lahan tanam sendiri untuk menjamin kualitas dan konsistensi produk (S2)	1) Melakukan perawatan bahkan melakukan pembaharuan terhadap alat yang digunakan untuk memproduksi produk, dan menggunakan media digital untuk mempromosikan hal tsb (W1;O1,O2) 2) Membuat produk dalam skala besar dalam sekali produksi guna mempersingkat waktu tanpa mengurangi kualitas untuk stok permintaan pasar(W2;O2) 3) Menerapkan sistem peremajaan tanaman kopi secara berkelanjutan untuk mengatasi masalah umur tanaman (W3;O1) 4) Mengadopsi buruh tani antar desa tetangga dengan keterampilan serupa (W4)
ST	WT
1) Mengembangkan variasi produk turunan dari kopi arabika <i>Red Wine</i> dengan harga yang relatif lebih murah (S1, S5, S6;T1,T3) 2) Menciptakan desain kemasan yang variatif dan menarik sesuai segmen pasar (S3,;T3,T4) 3) Menggencarkan promosi melalui platform digital (S1,S5,S6;T1,T3) 4) memberikan dukungan yang lebih intensif dalam bentuk kredit dalam penyediaan sarana produksi (S3;T2)	1) Melakukan perawatan dan melakukan pemantauan pada mesin, agar produksi bubuk kopi arabika maupun kopi arabika dalam bentuk glondongan tetap terjaga kualitasnya (W1;T1) 2) Memproduksi bubuk kopi arabika red wine skala besar dengan tetap memperhatikan kualitas dan tidak melebihi kapasitas penggunaan mesin (W2,W4;T1,T3) 3) Mengembangkan sistem produksi berkelanjutan yang berfokus pada kualitas dari pada kuantitas (W3;T3) 4) Melakukan perluasan pasar untuk meningkatkan volume penjualan (W2;T1,T3,T4) 5) Memberikan upah kepada pekerja dengan sistem borongan bukan harian guna efisiensi anggaran (W2)

Berdasarkan matriks SWOT dan grand strategy yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa bubuk kopi arabika varian *Red Wine* Kayumas memiliki posisi yang sangat strategis untuk dikembangkan dengan tetap memperhatikan ancaman eksternal. Kopi arabika *Red Wine* Kayumas memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai produk unggulan daerah, dengan strategi agresif yang dipilih maka dapat memanfaatkan kekuatan internal, serta upaya mengatasi kelemahan dan ancaman, kopi ini berpotensi meningkatkan kesejahteraan petani dan memperkuat posisi Desa Kayumas sebagai sentra kopi *specialty* di Situbondo.

KESIMPULAN

Hasil dari analisis SWOT menunjukkan skor IFAS (3,20) dan EFAS (2,76) yang kemudian dianalisis menggunakan Matriks IE menunjukkan posisi perusahaan berada di Kuadran IV yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang kuat namun menghadapi tantangan eksternal yang cukup besar. Sementara itu, analisis matriks

grand strategy menunjukkan posisi perusahaan berada pada Kuadran II yaitu posisi dengan kekuatan internal tinggi namun menghadapi ancaman eksternal yang cukup besar. Strategi yang sesuai untuk pengembangan kopi arabika varian red wine yaitu dengan menerapkan strategi pertumbuhan dan pengembangan (*Grow & Build Strategy*) melalui pendekatan diversifikasi produk dan penguatan pasar.

REFERENSI

- Al Islami, I. L., Puryantoro, P., & Mayangsari, A. (2024). Analisis Keberlanjutan Usahatani Kopi Organik di Kecamatan Arjasa Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian*, 9(3), 258–273. <https://doi.org/10.37149/jimdp.v9i3.1011>
- BPS. (2023). *Statistik Kopi Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/11/29/d748d9bf594118fe112fc51e/statistik-kopi-indonesia-2023.html>
- David, F. (2018). *STRATEGIC MANAGEMENT: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, Global Edition, ... 16/e 12 Months*. Pearson education limited.
- Ditjen Perkebunan. (2023). *Pedoman Teknis Budidaya Kopi*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Dwi Gita Dian, P. (2024). Prospek Pengembangan Kopi Arabika Rakyat di Desa Kayumas Kecamatan Arjasa Kabupaten Situbondo [Other, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo]. https://repository.unars.ac.id/id/eprint/1450/?utm_source=chatgpt.com
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). MARKETING STRATEGY ANALYSIS KOPI ARABIKA SPECIALTY (STUDI KASUS PADA CV FRINSA AGROLESTARI). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Hasriani, H. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika di Kelurahan Bontolung Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(4), 321–332. <https://doi.org/10.37149/jia.v8i4.811>
- Hendrawan, A. K., Wachidah, S. F., & Restuningsih, A. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, 5(1), 32–37. <https://doi.org/10.30998/joti.v5i1.15623>
- LILMUTAWAKKIL, I. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN KOPI ARABIKA (COFFEA ARABIKA L.) DI DESA DAWUHAN, KECAMATAN SIRAMPOG KABUPATEN BREBES* [Doctoral, UNIVERSITAS PERADABAN]. <https://repository.peradaban.ac.id/1381/>
- Manggu, B., & Beni, S. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UMKM) KEDAI KOPI ONGAKU KOTA BENGKAYANG BERDASARKAN ANALISIS SWOT. *Sebatik*, 27(1), 407–414. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2036>
- Puryantoro, P. (2021). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Kopi Arabika Di Kelompok Tani Sejahtera Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.37149/jimdp.v6i1.16139>
- Rangkuti, F. (1998). Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). Personal SWOT Analysis Peluang di Balik Setiap Kesulitan. Gramedia Pustaka Utama
- Setiawan, I. (2024). Analisis SWOT Terhadap Strategi Bisnis Kafe Seindah Dulu Dalam Menghadapi Persaingan Kafe-kafe di Kandangan. *Utsman Bin Affan: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah Kyai Haji Ahmad Syairazi*, 1(1), 29–38.

- Simatupang, A. E. C., Simatupang, J. T., & Berurtu, P. T. S. S. (2022). Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Robusta. *8*(1), 67–76.
- Wanzala, R. W., & Obokoh, L. O. (2025). Global competitiveness of Kenyan coffee: The price volatility perspective. *Cogent Economics & Finance*, *13*(1), 2499019.
<https://doi.org/10.1080/23322039.2025.2499019>