

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI BUBUK (Studi Kasus Usaha Home Industri Marasa Coffee Makassar)

Muhammad Irsal Basda<sup>1\*</sup>, Iskandar Hasan<sup>1</sup>, Rasmeidah Rasyid<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Muslim Indonesia

\*Penulis Korespondensi, email: [muhammadirsalbasda@gmail.com](mailto:muhammadirsalbasda@gmail.com)

Diserahkan: 11/07/2022

Direvisi: 18/08/2022

Diterima: 26/09/2022

**Abstrak.** Prospek pengembangan industri kopi di Indonesia meliputi tumbuh kembangnya industri hilir sampai hulu pengolah kopi. Tujuan dari penelitian ini. 1) Mendeskripsikan proses pengolahan kopi bubuk pada Home Business Industri Kopi Marasa Makassar. 2) Menganalisis jumlah produksi dan pendapatan Usaha Rumah Tangga Kopi Marasa Makassar. 3) Menganalisis faktor lingkungan internal (kekuatan, kelemahan) dan eksternal (peluang, ancaman) yang dihadapi oleh Usaha Home Industry Kopi Marasa Makassar. 4) Menganalisis strategi pengembangan Bisnis Home Industry Kopi Marasa Makassar. Lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (purposive) di Home Industri Marasa Coffee Makassar dan dilaksanakan pada bulan September 2019 sampai bulan April 2020. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan dari Marasa Coffee Makassar. Analisis yang digunakan adalah: Pendapatan, Analisis SWOT (faktor internal eksternal usaha, strategi pengembangan usaha) metode Freddy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan usaha 870 Pcs Kopi Robusta dan 1.001 Pcs Kopi Arabika adalah Rp. 18.863.715 / bulan. Berdasarkan hasil Matriks IFE (Tabel 10) dan Matriks EFE (Tabel 11), diketahui nilai IFE sebesar 2,14 dan nilai EFE sebesar 1,90. Dengan demikian bisnis kopi bubuk berada di Kuadran I, ini adalah situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

**Kata Kunci:** kopi; pengembangan usaha; strategi

Cara Mensitasi: Basda, I., Hasan, I., Rasyid, R. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kopi Bubuk. *Wiratani : Jurnal Ilmiah Agribisnis, Vol 5 No. 2: Desember 2022, pp 164 – 173.*

### PENDAHULUAN

Pertanian dalam arti luas terdiri dari lima subsektor yaitu tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Kelima subsektor pertanian tersebut bila ditangani lebih serius sebenarnya akan mampu memberikan sumbangan yang besar bagi perkembangan perekonomian Indonesia mendatang, salah satu penanganannya yaitu dengan perkembangan perekonomian pada bisnis pertanian atau agrobisnis (Soekartawi, 1999).

Kopi merupakan minuman internasional dan digemari oleh bangsa bangsa diseluruh dunia yang sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Prospek pengembangan industri kopi di Indonesia meliputi tumbuh kembangnya industri hilir sampai hulu pengolah kopi, sehingga dampaknya akan tercipta lapangan kerja, peningkatan pendapatan petani rakyat serta dihasilkannya berbagai produk olahan aneka kopi (Budi dkk., 2020).

Berdasarkan jenisnya, kopi olahan yang ada dipasaran dibedakan menjadi 2 jenis yaitu bubuk kopi dan kopi instan. Bubuk kopi adalah minuman kopi yang dibuat dengan mendidihkan biji kopi bersama dengan gula, saat diseduh minuman kopi tersebut juga meninggalkan ampas. Bubuk kopi merupakan salah satu kopi yang banyak menjadi pilihan masyarakat, baik yang lanjut usia maupun yang berusia muda (Tjahjani dkk., 2021). Kopi instan dapat berupa campuran kopi, gula dan susu, yang melalui proses granulasi



terlebih dahulu kemudian dikemas dengan bahan aluminium foil, toples, maupun botol. Dalam penyajiannya kopi instan tidak meninggalkan ampas (Dini dalam Sudiyarto, 2012).

Salah satu daerah di Indonesia yaitu Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan merupakan tempat tumbuhnya kopi arabika yang juga dikenal dengan nama kopi kalosi. Pada tahun 2008 tercatat dari luas 11.599 Ha areal tanaman kopi mampu menghasilkan 6.624 ton sekali panen, dari angka ini menunjukkan potensi yang cukup besar dan perlu dikembangkan (Reta dkk, 2018).

Permasalahan yang di hadapi agribisnis kopi Indonesia cukup kompleks, mulai dari hulu hingga ke hilir. Sebaran produksi kopi di Indonesia tidak merata di seluruh provinsi sehingga hal ini akan menyebabkan wilayah-wilayah basis komoditi kopi di Indonesia hanya terpusat pada satu daerah/provinsi saja (Azis dkk., 2021). Di sisi proses produksi, tingkat produktivitas kopi Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan negara produsen utama kopi dunia lainnya seperti Brazil (1,000 kg/ha/tahun), Columbia (1,220 kg/ha/tahun), Vietnam (1,540/kg/ha/tahun). Produktivitas tanaman kopi di Indonesia baru mencapai 700 kg biji kopi/ha/tahun untuk Robusta dan 800 Kg biji kopi/ha/Tahun untuk Arabika (Kemenperin, 2013). Di bagian hilir dalam hal produksi, industri hilir skala kecil memiliki keterbatasan sarana dan prasarana produksi (mesin pengolahan dan pengemasan), teknologi yang tinggi baru dimiliki oleh industri skala menengah dan besar, selain itu industri skala kecil kurang berinovasi dalam menciptakan diversifikasi produk yang saat ini jenis kopi olahan sudah sangat beragam dikalangan masyarakat.

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini, yaitu: Mendeskripsikan proses pengolahan bubuk kopi pada Usaha Home Industri Marasa Coffee Makassar. Menganalisis jumlah produksi dan pendapatan Usaha Home Industri Marasa Coffee Makassar. Menganalisis faktor lingkungan internal (*strengths, weakness*) dan eksternal (*opportunities, threats*) yang dihadapi Usaha Home Industri Marasa Coffee Makassar. Menganalisis strategi pengembangan Usaha Home Industri Marasa Coffee Makassar.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan pada Home Industri “Marasa Coffee Makassar” yang beralamat di Perumahan Bumi Tamalanrea Permai (BTP) blok E baru nomor 30 Kota Makassar Sulawesi Selatan. Penentuan lokasi dilaksanakan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Home Industri “Marasa Coffee Makassar” merupakan salah satu home industri penghasil kopi bubuk di Kota Makassar. Metode pengambilan sampel dilaksanakan dengan metode sensus dan dilaksanakan dengan wawancara secara lansung pada pimpinan usaha Marasa Coffee Makassar. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 1 pimpinan perusahaan, 3 karyawan produksi dan 2 karyawan pemasaran. Hal ini didasarkan atas pertimbangan agar data yang diperoleh dari pimpinan dan karyawan merupakan data riil dari perusahaan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1) Observasi yaitu cara pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung di lapangan untuk memperoleh data yang akurat. 2) Wawancara yaitu cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung baik pada instansi terkait maupun pengusaha pembuat kopi bubuk. 3) Dokumentasi yaitu cara pengumpulan data yang didasarkan pada penelitian atau dokumen-dokumen yang berhubungan dengan objek penelitian.

### **Jenis dan Sumber Data**

1. Data primer adalah data yang di peroleh dengan cara observasi dan wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan kuesioner.
2. Data sekunder, di peroleh dari data yang ada pada industri home Marasa Coffee Makassar dan informasi dari berbagai literature yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk menguraikan proses pengolahan kopi bubuk, analisis kuantitatif untuk mengukur pendapatan usaha dan analisis SWOT untuk melihat faktor internal dan faktor eksternal usaha serta untuk merumuskan strategi pengembangan usaha.

### Analisis Pendapatan

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan:

$\Pi$  = Pendapatan (Rp)  
TR = Total Penerimaan (Rp)  
TC = Total Biaya (Rp)

Total biaya dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = Total Biaya (Rp)  
FC = Biaya Tetap (Rp)  
VC = Biaya Variabel (Rp)

Penerimaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TR = Q \cdot P$$

Keterangan:

TR = Total Penerimaan (Rp)  
Q = Jumlah Produk (Pcs)  
P = Harga (Rp)

### Analisis SWOT

#### 1. *Eksternal Factor Evaluation Matriks (Matriks EFE) Dan Internal Factor Evaluation Matriks (Matriks IFE)*

Matriks EFE digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal sehingga menghasilkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Matriks EFE digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan persaingan. Begitu juga dengan Matriks IFE digunakan untuk menganalisis lingkungan internal sehingga menghasilkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi perusahaan. Alat ini meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai bidang fungsional dari suatu usaha (Freddy, 2016). Adapun tabel matriks EFE dan IFE adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Eksternal Factor Evaluation Matriks (Matriks EFE) Dan Internal Factor Evaluation Matriks (Matriks IFE)

Faktor Eksternal / Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang :			
a. ....			
b. ....			
c. ....			
Ancaman :			
a. ....			
b. ....			
c. ....			
<b>Total</b>			

Sumber: Freddy, 2016.

## 2. Matriks kuadran SWOT

Dasar penyusunan matriks kuadran adalah hasil analisis dari IFAS dan EFAS di atas. Secara prinsip antara matriks internal-eksternal (IE) dengan matriks kuadran hampir sama, karena di dalam matriks kuadran, pada masing-masing kuadran terdapat strategi yang harus dilakukan oleh organisasi/perusahaan. Adapun diagram SWOT untuk merumuskan strategi dapat dilihat pada diagram berikut ini:



**Gambar 1.** Matriks Kuadran SWOT untuk Merumuskan Strategi pada Matriks Internal-Eksternal (IE)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden pada penelitian ini akan dibahas meliputi umur dan tingkat pendidikan. Rata-rata umur responden pada Industri Home Marasa Coffee Makassar masih tergolong produktif yaitu 29 tahun sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan memberikan dukungan terhadap proses produksi dan pemasaran. Tingkat pendidikan responden home industri Marasa Coffee Makassar yaitu SMA sebanyak 3 orang dengan persentase 50% dan S1 sebanyak 3 orang dengan persentase 50%.

## Proses pengolahan bubuk kopi

1. Pengumpulan bahan baku adalah tahap awal yang dilakukan sebelum kegiatan produksi dimulai.
2. Setelah Penerimaan bahan baku dilakukan proses quality control kemudian melakukan proses sortasi untuk memisahkan biji kopi dari kulit dan daging buah serta untuk menjaga kualitas bubuk kopi yang akan diproduksi. Penyusutan biji kopi pada tahap sortasi ini berkisar antara 0.05% yang berarti dalam 1 kg biji kopi akan menyisakan 0.95 kg biji kopi yang dapat digunakan pada tahap produksi selanjutnya.
3. *Roasting* (15-25 menit). Setelah biji kopi disortasi, tahap selanjutnya adalah proses penyangraian atau biasa disebut *roasting*. Kapasitas biji kopi dalam satu kali proses *roasting* berkisar 5-20 kg sesuai dengan kapasitas mesin *roasting* yang digunakan. Pada umumnya, dikenal 3 level *roasting* kopi, yaitu:
  - a. *Light roast*, pemanggangan yang menggunakan suhu 196-205° C, biji dipanggang tepat hingga letupan pertama. Warna biji kopi yang dihasilkan adalah coklat kekuningan
  - b. *Medium roast*, dipanggang pada suhu 210-219° C, biji dipanggang hingga melewati letupan pertama namun tidak sampai pada letupan kedua. Biji kopi pada level *roasting* ini berwarna coklat gelap.
  - c. *Dark roast*, suhu yang diperlukan adalah 225°C keatas. Biji dipanggang hingga letupan kedua. Warna biji kopi akan berubah menjadi coklat gelap dengan minyak dipermukaan. Jenis level pemanggangan harus disesuaikan dengan karakter rasa asli kopi dan kualitas yang dimilikinya. Proses ini sangat penting dalam pembentukan cita rasa kopi yang dihasilkan. *Roasting* bertujuan untuk mengurangi kadar kafein pada biji kopi atau *greenbean* dan rasa pahit alami yang dimiliki oleh *greenbean*. Selain itu, proses ini juga bertujuan untuk menciptakan rasa manis dan menghilangkan karakter tidak enak pada biji kopi. Proses pemanggangan dilakukan hingga *greenbean* setidaknya melewati fase *first crack*, yaitu fase dimana biji kopi mengalami letupan karena percampuran karbondioksida dan air dalam biji yang bereaksi saat dipanaskan. Fase ini ditandai dengan terciumnya aroma manis dari dalam alat *roasting* kopi.
4. *Resting* (masa istirahat) 3-10 hari. Biji kopi yang telah melalui proses *roasting* akan menjadi biji kopi sangrai atau *roastbean*. *Roastbean* yang dihasilkan didiamkan dulu selama 3 hingga 10 hari untuk mengeluarkan karbondioksida yang ada pada biji setelah melewati proses pemanggangan. Selain itu, proses pendiaman juga bertujuan memunculkan cita rasa kopi yang pas. Proses tersebut disebut masa *resting*. Bubuk kopi yang melewati masa *resting* tidak akan membuat kembung dan asam lambung naik jika dikonsumsi.
4. Pembubukan (10-20 menit). Proses pembubukan segera dilakukan jika masa *resting* dianggap cukup. *Roastbean* dibubuk dengan menggunakan *huller*, yaitu mesin yang digunakan untuk menghaluskan biji kopi sangrai menjadi bubuk kopi selama sekitar 10-20 menit.
5. *Resting* pasca pembubukan (12-24 jam). Bubuk yang dihasilkan tidak boleh langsung dikemas dan harus didiamkan selama kurang lebih 12-24 jam. *Resting* pasca pembubukan bertujuan menetralkan suhu bubuk dan membuang karbondioksida yang masih tersisa sehingga lebih aman dikonsumsi dan tidak menyebabkan kemasan menjadi bergelembung.
6. Pengemasan. Dalam satu kemasan (Pcs) kopi bubuk Arabika dan kopi bubuk Robusta masing-masing bersih 250 gram. Pengemasan menggunakan plastic kemasan standing dengan *zipper lock* agar mudah ditutup kembali. Alat yang digunakan berupa timbangan untuk mengukur isi berat per kemasan dan sealer untuk melekatkan plastic kemasan agar terkunci sempurna, sehingga produk aman hingga di tangan konsumen.

## Produksi dan Pendapatan Marasa Coffee Makassar

Analisis pendapatan dilakukan untuk menentukan berapa pendapatan usaha yang diperoleh dari usaha bubuk kopi. Dalam analisis pendapatan dijelaskan tentang bagaimana struktur biaya dan pendapatan dari usaha bubuk kopi. Bentuk analisis pendapatan usaha bubuk kopi secara umum merupakan selisih antara penerimaan dan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi terjadi. Analisis pendapatan ini juga membahas biaya usaha. Adapun biaya usaha bubuk kopi yang digunakan dalam usaha ini digolongkan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap terdiri dari nilai penyusutan alat dan pajak lahan. Biaya variabel yang dikeluarkan untuk input yang bersifat variabel.

**Tabel 2.** Analisis Produksi dan Pendapatan Per bulan pada Usaha Marasa Coffee Makassar, 2020.

No.	Uraian	Kuantitas (kg/Pcs)	Harga/ Satuan (Rp)	Total (Rp)
<b>A.</b>	Produksi Bubuk kopi			
	1. Kopi Robusta	870 Pcs	23.000	20.010.000
	2. Kopi Arabika	1.001 Pcs	30.000	30.030.000
	<b>Jumlah (A)</b>			<b>50.040.000</b>
<b>B.</b>	Biaya Tetap :			
	1. Penyusutan alat (Rp)	-	-	709.285
	2. Pajak (Rp)	-	-	67.000
	3. Gaji karyawan (Rp)	-	-	7.100.000
	<b>Jumlah (B)</b>			<b>7.876.285</b>
<b>C.</b>	Biaya Variabel :			
	1. Bahan baku			
	a. Kopi Robusta	500 Kg	19.000	9.500.000
	b. Kopi Arabika	600 Kg	20.000	12.000.000
	2. Kemasan	-	-	1.500.000
	3. Transportasi	-	-	200.000
	4. Promosi/Iklan	-	-	100.000
	<b>Jumlah (C)</b>			<b>23.300.000</b>
<b>D.</b>	<b>Total Biaya (B + C)</b>			<b>31.176.285</b>
<b>E.</b>	<b>Pendapatan (A – D)</b>			<b>18.863.715</b>
<b>F.</b>	<b>R/C Ratio (A / D)</b>			<b>2,65</b>

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Pada Tabel 2, menunjukkan analisis produksi dan pendapatan usaha bubuk kopi pada Usaha Marasa Coffee Makassar menunjukkan bahwa pendapatan usaha bubuk kopi sebesar Rp.18.863.71 per bulan. Kemudian untuk biaya tetap yang dikeluarkan per bulan sebesar Rp.7.876.285 per bulan dan biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp.23.300.000 per bulan. R/C Ratio diperoleh dengan membandingkan total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan yaitu sebesar 2,65. Nilai R/C Ratio sebesar 2,65 ini memberikan arti bahwa setiap pengeluaran Rp.1 maka akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp.2,65. Hal ini menunjukkan bahwa usaha bubuk kopi pada Usaha Marasa Coffee Makassar layak untuk dikembangkan (tinggi).

## Hasil Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Marasa Coffe Makassar

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan

pelung (*opportunities*), namun secara bersama dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

### Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal

Dalam mengidentifikasi lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal yang meliputi peluang dan ancaman oleh pengusaha bubuk kopi maka disajikan data yang diperoleh mengenai strategi pengembangan usaha bisnis bubuk kopi dilakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.** *Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pengembangan Usaha Marasa Coffee Makassar, 2020.*

No.	Faktor Internal	Faktor Eksternal
1.	<b>Strenght (Kekuatan) :</b> - Kualitas produk bubuk kopi - Model pemasaran yang semakin dinamis.	<b>Opportunity (Peluang) :</b> - Kemudahan memperoleh bahan baku. - Permintaan terhadap kopi bubuk meningkat - Adanya mitra kerja baru - Meningkatnya pemasaran produk kopi olahan
2.	<b>Weakness (Kelemahan) :</b> - Tempat produksi, - Teknologi - Sumber daya manusia	<b>Threats (Ancaman) :</b> - Peraturan pemerintah - Stabilitas ekonomi - Banyaknya produk palsu di pasaran. - Banyaknya pesaing

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020.

### Pembobotan dan Rating Faktor Internal

Di dalam matriks IFE ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari tabel normalisasi bobot faktor internal usaha bisnis bubuk kopi dan data yang berasal dari kuesioner penilaian faktor internal usaha bisnis bubuk kopi. Adapun pembobotan dan rating dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.** *Internal Factor Evaluation Matriks (Matriks IFE) Pengembangan Usaha Marasa Coffee Makassar, 2020.*

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
1	<b>Kekuatan :</b>			
	- Kualitas produk bubuk kopi bubuk	1,00	3,83	3,83
	- Model pemasaran yang semakin dinamis	0,20	3,83	0,77
	<b>Jumlah</b>	-	-	<b>3,59</b>
2	<b>Kelemahan :</b>			
	- Tempat produksi	0,28	1,17	0,32
	- Teknologi	0,44	1,83	0,81
	- Sumber daya manusia	0,28	1,17	0,32
	<b>Jumlah</b>	-	-	<b>1,45</b>
	<b>Selisih Total Kekuatan- Total Kelemahan = 3,59 – 1,45 = 2,14</b>			

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Pada Tabel 4, menunjukkan analisis internal pada pelaku usaha kopi bubuk pada Home Industri “Marasa Coffee Makassar” tidak mengalami masalah yang signifikan karena total kekuatan lebih besar dibanding total kelemahan.

### Pembobotan dan Rating Faktor Eksternal

Didalam matriks *Eksternal Factor Evaluation Matriks* (Matriks EFE), data yang diperoleh adalah data yang berasal dari tabel normalisasi bobot faktor eksternal usaha bisnis bubuk kopi dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian skor faktor eksternal usaha bisnis bubuk kopi. Pembobotan dan rating faktor eksternal dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 5.** *Eksternal Factor Evaluation Matriks (Matriks EFE) Pengembangan Usaha Marasa Coffee Makassar, 2020.*

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1	<b>Peluang :</b>			
	- Kemudahan memperoleh bahan baku	0,20	3,83	0,77
	- Permintaan terhadap kopi meningkat			
	- Adanya mitra kerja baru	0,19	3,67	0,68
	- Meningkatkan pemasaran produk kopi olahan	0,19	3,67	1,68
		0,20	3,83	0,77
	<b>Jumlah</b>		-	<b>2,90</b>
2	<b>Ancaman :</b>			
	- Peraturan pemerintah	0,25	1,50	0,36
	- Stabilitas ekonomi	0,28	1,67	0,47
	- Banyaknya produk palsu dipasaran	0,19	1,17	0,22
	- Banyaknya pesaing	0,28	1,67	0,47
	<b>Jumlah</b>		-	<b>1,52</b>
<b>Selisih Total Peluang- Total Ancaman = 3,63 - 1,52 = 1,38</b>				

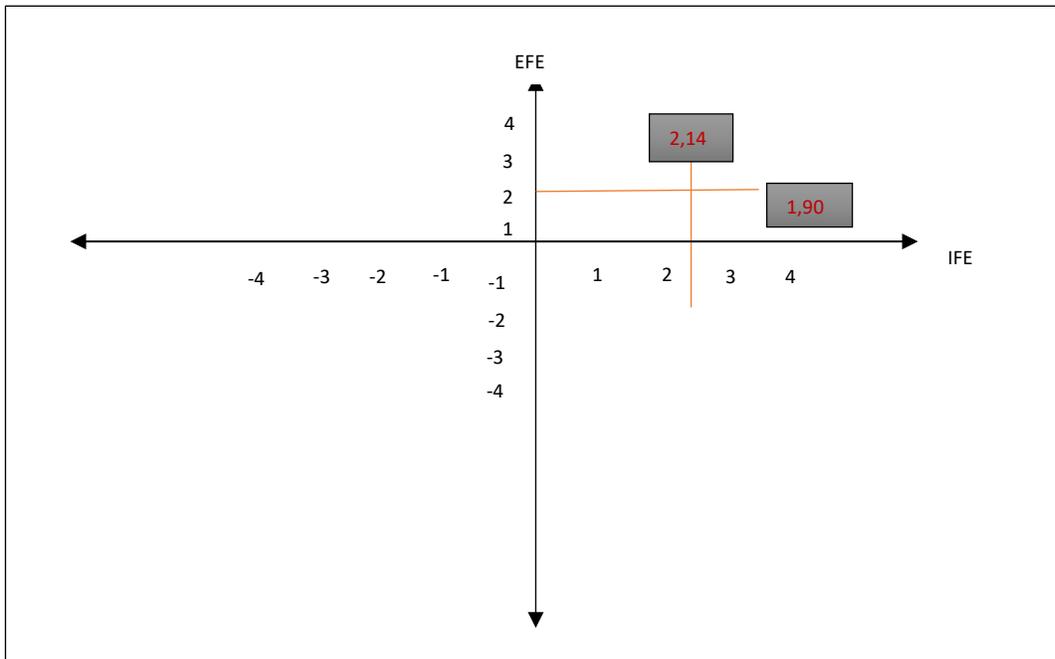
Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Pada Tabel 5, menunjukkan analisis faktor eksternal pada pelaku usaha kopi bubuk pada Home Industri “Marasa Coffee Makassar” tidak mengalami masalah yang signifikan karena total peluang lebih besar dibanding total ancaman.

### Tahap Pencocokan Data Usaha Bisnis Bubuk Kopi

Dalam tahap pencocokan ini, digunakan metode Matriks Kuadran SWOT. Berdasarkan hasil evaluasi dan analisis terhadap faktor strategis internal dan eksternal yang telah dilakukan sebelumnya kemudian digunakan dalam suatu analisis internal eksternal yang dipetakan dalam Matriks Kuadran SWOT, sehingga dapat diketahui posisi perusahaan yang selanjutnya untuk mempermudah dalam memberikan pilihan alternatif strategi yang akan dirumuskan.

Nilai Matriks IFE yang dihasilkan sebesar 2,14 yang berarti bahwa pengembangan usaha bisnisbubuk kopi memiliki faktor internal yang tergolong cukup kuat dalam melaksanakan usaha bubuk kopi. Sedangkan nilai Matriks EFE adalah sebesar 1,90. Hal ini berarti bahwa peningkatan usaha mampu merespon peluang dan ancaman dengan cukup baik. Apabila total skor dari faktor internal dan eksternal tersebut dipetakan dalam Matriks Kuadran SWOT, maka posisi pengembangan usaha bubuk kopi saat ini pada gambar berikut:



Gambar 2. Matriks IFE dan EFE

Berdasarkan hasil dari Matriks IFE dan Matrik EFE, diketahui bahwa nilai IFEnya adalah 2,14 dan nilai EFEnya adalah 1,90. Dengan demikian usaha bisnis bubuk kopi berada pada *Kuadran I*, ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

## KESIMPULAN

Proses pembuatan kopi bubuk pada Usaha Jome Industri Marasa Coffee Makassar dimulai dari penerimaan bahan baku, sortasi biji kopi, roasting (15-25 menit) resting (masa istirahat) 3-10 hari, pembubukan (10-20 menit), resting pasca pembubukan, (12-24 jam), dan pengemasan. Produksi bubuk kopi pada Usaha Marasa Coffe Makassar sebesar 870 pcs kopi robusta dan 1.001 pcs kopi arabica dengan pendapatan sebesar Rp.18.863.715 perbulan. Analisis faktor lingkungan internal kekuatan yaitu kualitas produk bubuk kopi dan model pemasaran yang semakin dinamis. Sedangkan kelemahan yaitu tempat produksi, teknologi, dan sumberdaya manusia. Adapun faktor lingkungan eksternal peluang yaitu kemudahan memperoleh bahan baku, permintaan terhadap kopi bubuk meningkat, adanya mitra kerja baru, dan meningkatnya pemasaran produk kopi olahan. Sedangkan ancaman yaitu peraturan pemerintah, stabilitas ekonomi, banyaknya produk palsu di pasaran, dan banyaknya pesaing. Berdasarkan hasil dari Matriks IFE dan Matrik EFE, diketahui bahwa nilai IFEnya adalah 2,14 dan nilai EFEnya adalah 1,90. Dengan demikian usaha bisnis bubuk kopi berada pada *Kuadran I*, ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

## SARAN

1. Disarankan kepada pemerintah, agar berperan secara aktif member dukungan dalam upaya peningkatan skala usaha melalui pembinaan Unit Kegiatan Usaha maupun pemberian bantuan usaha.
2. Disarankan kepada pengusaha kopi bubuk, agar berupaya untuk terus meningkatkan volume produksi/penjualan dengan memperluas pemasaran dengan meningkatkan upaya promosi dan periklanan maupun mengikuti event wirausaha, menggenjot penambahan modal usaha, konsistensi kualitas produk, dan ketersediaan bahan baku melalui penyimpanan yang baik, meningkatkan kinerja pemasaran dengan aktif mencari pelanggan baru serta diversifikasi produk agar dapat meningkatkan skala usaha, mengingat bisnis kopi bubuk layak untuk dikembangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azis, S., Sudrajat, Nurrahman, I.S., Kurnia, R. (2021). Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta untuk Mendukung Pemasaran Biji Kopi Robusta di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Vol 7(2): 1526-1536. <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v7i2.5481>.
- Budi, D., Mushollaeni, W., Yusianto, Rahmawati, A. (2020). Karakterisasi Kopi Bubuk Robusta (*Coffe canephora*) Tulungrejo Terfermentasi dengan Ragi. *Jurnal Agroindustri*. Vol 10(2): 129-138. [10.31186/j.agroind.10.2.129](https://doi.org/10.31186/j.agroind.10.2.129).
- Fahmi Mirza, Akhmad Bhaiqi dan Irwan A Kadir. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Arabika, Bergandal Coffee di Kabupaten Bener Meriah. *Agrisep*, Vol 14(1): 28-35. <https://jurnal.usk.ac.id/agrisep/article/view/905>.
- Freddy Rangkuti. (2016). Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta : PT Gramedia
- Dewi, K. Y., Rifin, A., dan Saptono, T. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*. Vol 4 (2): 212-219. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.2.212>.
- Reswita. (2016). Pendapatan dan Nilai Tambah Usaha Bubuk Kopi Robusta di Kabupaten Lebong. *Agrisep*, Vol. 15 No. 2 September 2016.
- Reta, Dahlia, H. Larekeng, & Z. D. Mustaka. (2019). Kopi Arabika Kalosi Produk Unggulan Kabupaten Enrekang. *Unri Conference Series: Community Engagement 1*: 564-568. <https://doi.org/10.31258/unricsce.1.564-568>.
- Soekartawi. (1999). Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sudiyarto, Widayanti, S., dan Kresna, D. M. (2012). Perilaku Konsumen Penikmat Kopi Tubruk dan Kopi Instan. *Jsep* Vol 6(3): 1-11. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP/article/view/805>.
- Tjahjani, N.P., Chairunnisa, A., Handayani, H. (2021). Analisis Perbedaan Kadar Kafein pada Kopi Bubuk Hitam dan Kopi Bubuk Putih Instan secara Spektrofotometri UV-Vis. *Cendekia Journal of Pharmacy*. Vol 5(1): 52-62. <https://doi.org/10.31596/cjp.v5i1.90>.