

ALTERNATIF STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI ROBUSTA *SEBLANG COFFEE HOME INDUSTRY*

THE ALTERNATIVE STRATEGIES FOR DEVELOPING ROBUSTA COFFEE BUSINESS OF SEBLANG COFFEE HOME INDUSTRY

Bahrul Fahmi¹⁾, Sari Wiji Utami¹⁾, Sandryas Alief Kurniasanti¹⁾

¹⁾ Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi

E-mail: bahrulfahmi38@gmail.com

Informasi Artikel

Jurnal Javanica
<https://jurnal.poliwangi.ac.id/index.php/javanica>
E-ISSN 2963-8186

Draft awal 14 Juli 2022

Revisi 31 Juli 2022

Diterima 24 Juli 2022

Diterbitkan oleh
Program Studi Agribisnis
Politeknik Negeri Banyuwangi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal, serta merekomendasikan alternatif strategi pengembangan usaha kopi Robusta *Seblang Coffee Home Industry* di Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan analisis matriks IFAS, EFAS, IE, dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Seblang Coffee Home Industry* memiliki lima kekuatan, lima kelemahan, empat peluang, dan tiga ancaman. Hasil matriks *Internal External* (IE) menunjukkan *Seblang Coffee Home Industry* berada pada sel 5 yaitu perusahaan dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal. Analisis SWOT terdapat delapan alternatif strategi yang dapat direkomendasikan untuk mengembangkan usaha kopi Robusta *Seblang Coffee Home Industry* di Kabupaten Banyuwangi.

Kata Kunci: Kopi Robusta, *Seblang Coffee Home Industry*, strategi pengembangan usaha

ABSTRACT

This study was aimed to analyze internal and external factors, and to recommend alternative strategies for developing Robusta Coffee business of Seblang Coffee Home Industry in Banyuwangi Regency. This research used analysis of IFAS, EFAS, IE, and SWOT matrix. The result of the study showed that Seblang Coffee Home Industry has five strengths, five weaknesses, four opportunities, and three threats in running this business. The result of the Internal External Matrix (IE) showed that Seblang Coffee Home Industry was in cell 5, and the meaning of it, companies can expand markets, production facilities, and technology through internal and external development. The SWOT analysis had eight alternative strategies that can be recommended to develop the Robusta coffee business of Seblang Coffee Home Industry.

Keywords: Robusta Coffee, *Seblang Coffee Home Industry*, business development strategy

I. PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang mempunyai peran penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Ditinjau dari aktivitas ekonominya, kopi dipandang sebagai komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan strategis untuk pemerataan pendapatan sehingga berkontribusi cukup besar dalam meningkatkan kesejahteraan petani di daerah terpencil dan juga menyediakan kesempatan kerja.

Berdasarkan data Statistik Kopi Indonesia (BPS, 2018), Jawa Timur menempati posisi kelima sebagai provinsi produsen kopi terbesar di Indonesia dengan total kontribusi produksi sebesar 8,93% atau setara total produksi 63.760 ton dengan luas lahan 101.892 Ha. Sementara itu sebaran produksi kopi di Provinsi Jawa Timur yang terbesar ada di Kabupaten Banyuwangi dengan total produksi sebesar 12.700 ton. Pada Tahun 2017 produksi kopi terbesar di Kabupaten Banyuwangi yaitu Kecamatan Kalipuro dengan total produksi 1753,7 ton, dan produksi kopi tertinggi terletak di Gombengsari sebesar 630,6 ton dan tahun 2018 sebesar 55,3 ton. Salah satu industri rumahan yang mengolah kopi di Gombengsari adalah *Seblang Coffee Home Industry*.

Seblang Coffee Home Industry merupakan industri rumahan yang ada di Lingkungan Suko, Gombengsari, Kalipuro yang mengolah berbagai jenis biji kopi pilihan untuk diolah menjadi kopi siap saji dengan nama merk "*Seblang Coffee*". Adapun produk kopi yang dijual antara lain kopi Robusta, Arabika, Lanang, dan kopi Luwak. Produk *Seblang Coffee* yang paling diminati adalah kopi Robusta. Industri ini berdiri sejak tahun 2005 didirikan oleh Bapak Ali Murtadlo yang juga merupakan perintis *home industry* kopi pertama di Gombengsari. Bapak Ali Murtadlo mendirikan usaha ini dengan modal pribadinya, dan kini beliau memiliki 6 orang karyawan. Proses produksi yang dilakukan masih terbilang sederhana, diantaranya proses pengeringan masih menggunakan sinar matahari yang berarti kuantitas produksi masih bergantung pada cuaca. *Seblang Coffe Home Industry* melakukan proses produksi satu kali dalam seminggu dengan kuantitas produksi sebesar 10 kg, karena hal itulah kadang kala *Seblang Coffe Home Industry* tidak dapat mencukupi kebutuhan pasar ketika permintaan sedang tinggi.

Kegiatan promosi dan pemasaran yang dilakukan *Seblang Coffe Home Industry* masih lingkup lokal di Kabupaten Banyuwangi dan cenderung pasif, hanya dari mulut ke mulut saja. Namun desain kemasan produk *Seblang Coffee* ini sudah menarik dan mengikuti *trend*. Selain itu kini peluang pemasaran kopi terbuka lebar diantaranya maraknya *trend* generasi muda yang suka *ngopi* dan memanfaatkan *event* pariwisata yang dilakukan di Kabupaten Banyuwangi.

Data penjualan produk *Seblang Coffee* selama lima tahun terakhir menunjukkan bahwa pada tahun 2015-2017 terjadi peningkatan penjualan yaitu pada tahun 2015 sebesar 269 kg dengan harga Rp 90.000/kg dan pada tahun 2017 sebesar 302 kg dengan harga Rp 100.000/kg, namun pada tahun 2018-2019 terjadi penurunan, dengan kuantitas penjualan terendah di tahun 2019 sebesar 258 kg dengan harga Rp 100.000/kg. Salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan ini, karena banyaknya

persaingan industri pengolahan kopi bubuk di Kecamatan Kalipuro, khususnya di Gombengsari.

Seiring semakin banyaknya pesaing yang sama-sama bergerak dibidang pengolahan kopi bubuk menyebabkan persaingan antar industri pengolahan kopi bubuk semakin ketat. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi yang baik, agar suatu industri dapat bersaing dan bertahan meskipun terdapat banyak saingan. Menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, perlu menerapkan strategi-strategi pengembangan yang dapat mendukung pengembangan industri tersebut. Analisis SWOT merupakan salah satu metode analisis yang digunakan untuk merumuskan alternatif strategi sesuai dengan kondisi internal dan eksternal yang ada di lingkungan industri (Zaputra, 2015). Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian “Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Kopi Robusta *Seblang Coffee Home Industry*”.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada *Seblang Coffee Home Industry* yang berada di Suko, Kelurahan Gombengsari, Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi. Penelitian dilakukan pada bulan Februari hingga bulan September 2021.

Metode Pendekatan penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif peneliti akan mendapatkan temuan-temuan kebenaran berdasarkan fakta dengan mempercayai sumber informasi menurut cara induktif, sehingga deskripsinya memuat kejujuran pada adanya realita yang sebenarnya (Sugiyono, 2016). Penentuan narasumber dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Narasumber terdiri dari pihak internal dan eksternal perusahaan. Pihak internal berjumlah dua orang yaitu pemilik *Seblang Coffee Home Industry* dan seorang karyawan bagian *roasting* kopi. Pihak eksternal yaitu Kepala Seksi Penumbuhan Kewirausahaan, Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi dan pelanggan kopi *Seblang Coffee*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi, wawancara ataupun membagikan kuesioner kepada narasumber, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka yang bersumber dari buku, jurnal, dokumen, skripsi dan beberapa hasil penelitian lainnya yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT dengan membandingkan antara faktor internal, yaitu indikator kekuatan, dan indikator kelemahan (Matrik IFAS) serta faktor eksternal yaitu indikator peluang dan indikator ancaman (Matrik EFAS). Rangkuti (2018) menyatakan bahwa alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seblang Coffee Home Industry berdiri sejak tahun 2005 didirikan oleh Bapak Ali Murdadlo dan merupakan industri rumahan pertama di Gombongsari, Kecamatan Kalipuro. Inspirasi nama “seblang” digunakan sebagai nama *home industry* dan merek produk kopi ini dimaksudkan pemilik karena unik dan khas Banyuwangi, sehingga memudahkan masyarakat untuk mengenal produk kopinya. Ketika masyarakat mudah mengetahui dan mengenali suatu produk maka akan meningkatkan kecenderungan masyarakat untuk membeli produk tersebut, yangmana pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk dan mampu berdaya saing di pasaran. Strategi yang diterapkan oleh *Seblang Coffee Home Industry* pada saat ini yaitu memberikan secangkir kopi gratis kepada setiap konsumen yang datang pada rumah produksi dan menjaga hubungan baik dengan para pelanggannya sehingga tercipta loyalitas.

3.1 Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal kekuatan yang dimiliki *Seblang Coffee Home Industry* meliputi, tanaman kopi dibudidayakan sendiri, memiliki surat izin dan P-IRT, pengendalian mutu bahan baku, harga produk terjangkau, serta merek unik dan menarik. Faktor internal kelemahan yang dihadapi antara lain, modal terbatas, tenaga kerja terbatas, kurangnya promosi dan saluran distribusi kurang luas, kapasitas produksi rendah serta kurangnya pencatatan keuangan. Sedangkan Faktor eksternal peluang yang dapat dimanfaatkan terdiri dari, adanya pinjaman modal dari pihak lain, berkembangnya tren minum kopi dikalangan masyarakat, perkembangan teknologi informasi yang pesat, dan adanya dukungan dari pemerintah. Faktor eksternal ancaman yang perlu diminimalisir meliputi, persaingan usaha sejenis, adanya kopi *sachet* instan dari pabrik, dan terbatasnya jumlah konsumen yang mengetahui produk. Berdasarkan hasil perhitungan beberapa faktor diatas, maka diperoleh total skor untuk masing-masing faktor internal dan eksternal yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2.

Tabel 1 menunjukkan bahwa skor total faktor internal yang diperoleh dari hasil analisis sebesar 2,590. Hal ini menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan *Seblang Coffee Home Industry* telah memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya dan mengatasi kelemahan secara optimal, hal itu ditunjukkan oleh total skor faktor internal yang tinggi. Faktor kekuatan utama yang dimiliki *Seblang Coffee Home Industry* adalah pengendalian mutu bahan baku dengan skor tertinggi 0,452, sedangkan kelemahan utama yang dimiliki yaitu kurangnya promosi dan saluran distribusi kurang luas dengan hasil skor 0,210.

Tabel 1. Matriks *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS)

No	Faktor Faktor Strategi Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (a x b)
Kekuatan (Strengths)				
1	Tanaman kopi dibudidayakan sendiri	0,112	3	0,336
2	Memiliki surat izin dan P-IRT	0,112	3	0,336
3	Pengendalian mutu bahan baku	0,113	4	0,452
4	Harga produk terjangkau	0,110	3	0,330
5	Merek unik dan menarik	0,106	3	0,318
Total Kekuatan		0,553		1,772
Kelemahan (Weaknesses)				
1	Modal terbatas	0,096	2	0,192
2	Tenaga kerja terbatas	0,080	2	0,160
3	Kurangnya promosi dan saluran distribusi kurang luas	0,105	2	0,210
4	Kapasitas produksi rendah	0,090	2	0,180
5	Kurangnya pencatatan keuangan	0,076	1	0,076
Total Kelemahan		0,447		0,818
Total Faktor Internal		1		2,590

Sumber : Data Primer (diolah), 2021

Tabel 2 menjelaskan hasil analisis dari Matriks EFAS yang dapat menggambarkan respon *home industry* terhadap berbagai peluang dan ancaman eksternal yang terjadi. Total nilai tertimbang faktor eksternal diperoleh sebesar 2,414. Total ini dapat menyimpulkan bahwa *Seblang Coffee Home Industry* merespon dengan baik faktor peluang dan ancaman yang ada. Faktor peluang yang perlu dimanfaatkan dengan baik adalah berkembangnya tren minum kopi di kalangan masyarakat, memiliki nilai skor 0,537 dan merupakan peluang kunci.

Tabel 2 Matriks *External Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS)

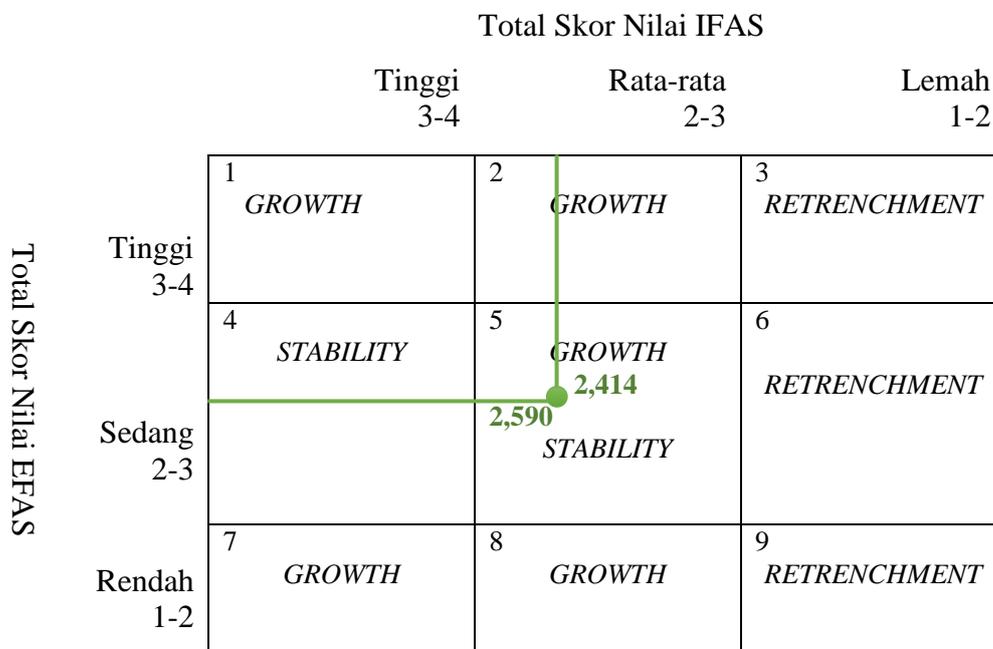
No	Faktor Faktor Strategi Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (a x b)
Peluang (Opportunities)				
1	Adanya pinjaman modal dari pihak lain	0,152	3	0,456
2	Berkembangnya tren minum kopi di kalangan masyarakat	0,179	3	0,537
3	Perkembangan teknologi informasi yang pesat	0,168	3	0,504
4	Adanya dukungan pemerintah	0,162	3	0,486
Total Peluang		0,661		1,983
Ancaman (Threats)				
1	Persaingan usaha sejenis	0,131	1	0,131
2	Adanya kopi <i>sachet</i> instan dari pabrik	0,092	2	0,184
3	Terbatasnya jumlah konsumen yang mengetahui produk	0,116	1	0,116
Total Ancaman		0,339		0,431
Total Faktor Eksternal		1		2,414

Sumber : Data Primer (diolah), 2021.

Faktor ancaman yang perlu diwaspadai oleh *Seblang Coffee Home Industry* adalah adanya kopi *sachet* instan dari pabrik dengan skor tertinggi sebesar 0,184. Matriks EFAS menunjukkan bahwa *Seblang Coffee Home Industry* berpeluang untuk memaksimalkan peluang dan meminimalisir ancaman yang ada. Hasil tersebut dibuktikan dalam matriks EFAS yang menunjukkan bahwa skor peluang sebesar 1,983 lebih tinggi dibandingkan dengan skor ancaman yang hanya sebesar 0,431.

3.2 Matriks IE

Rangkuti (2018) menyatakan bahwa penentuan posisi perusahaan didasarkan pada analisis total skor faktor internal dan faktor eksternal dengan menggunakan Internal-Eksternal Matrix. Parameter yang digunakan dalam matriks Internal Eksternal (IE) meliputi parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal yang dihadapi oleh perusahaan. Hasil analisis dari Matriks IE dapat dilihat pada Gambar 1. Berikut.



Gambar 1. Matriks IE (Data Primer diolah, 2020)

Sumbu X pada matriks IE merupakan skor bobot total matriks IFAS dan sumbu Y pada matriks IE (Internal-Eksternal) merupakan skor bobot total dari matriks EFAS. Total skor IFAS 2,590 dan total skor EFAS 2,414 menunjukkan bahwa posisi usaha kopi Robusta *Seblang Coffee Home Industry* terletak pada sel 5 yang berarti *home industry* sedang mengalami kondisi *Growth and Stability*.

Pada level *Growth* perusahaan dapat menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas, sedangkan *Stability* perusahaan menetapkan suatu strategi tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan. Jika suatu perusahaan berada pada sel 5, perusahaan

dapat melakukan strategi pertumbuhannya melalui integrasi horizontal (Rangkuti, 2018).

3.3 Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanaman kopi dibudidayakan sendiri 2. Memiliki surat izin dan P-IRT 3. Pengendalian mutu bahan baku 4. Harga produk terjangkau 5. Merek unik dan menarik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal terbatas 2. Tenaga kerja terbatas 3. Kurangnya promosi dan saluran distribusi kurang luas 4. Kapasitas produksi rendah 5. Kurangnya pencatatan keuangan
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pinjaman modal dari pihak lain 2. Berkembangnya tren minum kopi di kalangan masyarakat 3. Perkembangan teknologi informasi yang pesat 4. Adanya dukungan dari pemerintah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerjasama dengan ritel atau pusat oleh-oleh (S1, S2, S3, S4, S5, O2, O3) 2. Mempertahankan kualitas dan harga yang terjangkau untuk meningkatkan penjualan (S1, S3, S4, O2, O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pemasaran secara <i>online</i> (W1, W2, W3, O2, O3) 2. Merekrut tenaga kerja yang mampu mengoptimalkan pemasaran (W2, W3, O1, O3) 3. Memperbaiki catatan keuangan usaha (W5, O1, O3, O4)
THREATS (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan usaha sejenis 2. Adanya kopi <i>sachet</i> instan dari pabrik 3. Terbatasnya jumlah konsumen yang mengetahui produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan kemasan <i>sachet</i> kopi bubuk dan dipasarkan ke warung-warung kopi agar lebih banyak konsumen yang mengetahui produk (S3, S4, S5, T1, T2, T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga hubungan baik dengan para konsumen untuk menciptakan loyalitas (W3, T1, T2, T3) 2. Melakukan pelatihan tenaga kerja (W2, W3, T1, T2)

Gambar 2. Matriks SWOT (Data Primer diolah, 2021)

1. Melakukan kerjasama dengan ritel atau pusat oleh-oleh

Produk kopi Robusta *Seblang Coffee* dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki, salah satunya melakukan kerjasama dengan ritel atau pusat oleh-oleh. *Seblang Coffee Home Industry* telah memiliki surat izin dan PIRT, ketersediaan bahan baku terjamin, mutunya berkualitas, harga produknya terjangkau, serta memiliki merek unik dan menarik sehingga sangat layak untuk dipasarkan di ritel atau pusat oleh-oleh di Kabupaten Banyuwangi. Kerja sama bertujuan untuk menarik pelanggan baru, menambah saluran distribusi produk sehingga konsumen lebih mudah untuk mendapatkannya.

2. Mempertahankan kualitas dan harga yang terjangkau untuk meningkatkan penjualan

Suatu produk dikatakan berkualitas jika produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkannya. Kopi Robusta *Seblang Coffee Home Industry* diproduksi dari biji kopi yang dipanen dari lahan milik sendiri yang terletak di Gombengsari dan kualitas kopi yang dihasilkan terjamin serta dijual dengan harga yang relatif terjangkau.

3. Melakukan pemasaran secara *online*

Pemasaran secara *online* atau yang sering dikenal dengan *e-commerce* saat ini telah banyak diterapkan dalam pemasaran dan pengenalan produk, karena dirasa lebih efektif dan efisien, jika dibandingkan dengan cara konvensional. *Seblang Coffee Home Industry* dapat melakukan pemasaran melalui *marketplace* karena dengan pemasaran *online* berbasis *marketplace* tidak memerlukan biaya yang mahal, dapat melakukan promosi secara gratis yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan serta pemasaran produk semakin luas.

4. Merekrut tenaga kerja yang mampu mengoptimalkan pemasaran

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor terpenting dalam menjalankan suatu usaha, apabila jumlah tenaga kerja kurang maka akan menghambat proses produksinya dan pengembangan usaha tersebut. *Seblang Coffee Home Industry* perlu merekrut tenaga kerja baru yang mampu mengkomunikasikan produk ke konsumen dan mampu mengoperasikan media komunikasi modern berbasis internet untuk dapat mengoptimalkan pemasaran produk melalui berbagai *platform* dan meningkatkan penjualan kopi Robusta *Seblang Coffee*.

5. Memperbaiki catatan keuangan usaha

Seblang Coffee Home Industry perlu memperbaiki catatan keuangannya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi yang pesat dan dukungan dari pemerintah. Kini telah banyak informasi di internet yang dapat memberikan informasi terkait cara membuat pencatatan keuangan usaha yang baik, selain itu peran pemerintah utamanya Dinas Usaha Mikro, Koperasi, dan Perdagangan juga sangat penting misalnya dengan memberikan pelatihan atau penyuluhan terkait tata cara pencatatan keuangan usaha, sehingga para pelaku usaha dapat menerapkan dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya.

6. Mengembangkan kemasan *sachet* kopi bubuk dan dipasarkan ke warung-warung kopi agar lebih banyak konsumen yang mengetahui produk.

Seblang Coffee Home Industry perlu mengoptimalkan dan mengembangkan kemasan *sachet* kopi bubuk dengan berat 15 gram, yaitu dengan cara membuat kemasan yang menarik, memproduksi dalam skala besar, dan dipasarkan di warung-warung kopi agar lebih mudah dijangkau oleh konsumen. Hal tersebut merupakan potensi besar yang perlu dioptimalkan dengan baik.

7. Menjaga hubungan baik dengan para konsumen untuk menciptakan loyalitas

Berdasarkan wawancara dengan pemilik saat ini telah terjalin hubungan baik dengan beberapa pelanggan yang rutin melakukan pembelian kopi Robusta. Hal ini tentunya perlu dijaga dan dipertahankan dengan baik agar para pelanggan tetap setia melakukan pembelian produk kopi. Selain itu juga perlu menjalin hubungan yang sama kepada para konsumen yang baru melakukan proses pembelian agar mereka mau dan tetap melakukan pembelian secara berkelanjutan sehingga tercipta loyalitas.

8. Melakukan pelatihan tenaga kerja

Seblang Coffee Home Industry memiliki 6 orang tenaga kerja yang rata-rata hanya menamatkan pendidikan dasar, sehingga perlu dilakukan pelatihan pengolahan kopi dan pemasaran produk berbasis ekonomi kreatif untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan tenaga kerja. Pelatihan yang dilakukan dapat bersifat internal maupun eksternal dengan mengundang narasumber yang lebih ahli, misalnya dengan meminta bantuan dari pihak pemerintah dalam hal ini Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor strategi internal dari penelitian ini menghasilkan lima kekuatan dan lima kelemahan. Sedangkan faktor strategi eksternalnya menghasilkan empat peluang dan tiga ancaman bagi perusahaan
2. Berdasarkan matriks SWOT terdapat delapan Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha kopi Robusta *Seblang Coffee Home Industry*.

Saran

Saran dan rekomendasi bagi pengembangan usaha kopi Robusta *Seblang Coffee Home Industry* di Kabupaten Banyuwangi dan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan usaha kopi Robusta *Seblang Coffee Home Industry* dapat mempertahankan kualitas kopi dan harga yang terjangkau serta meningkatkan pemasarannya dengan beberapa alternatif strategi yang telah disampaikan, sehingga usaha yang dijalankan semakin berkembang dan penjualannya meningkat.
2. Peneliti selanjutnya, hendaklah lebih memperluas teori dari hasil penelitian ini secara lebih efisien untuk pengembangan berkelanjutan. Penelitian lanjutan dalam implementasi alternatif strategi yang telah direkomendasikan sangat diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2019. *Statistik Kopi Indonesia 2018*. BPS-Statistic Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Kecamatan Kalipuro dalam Angka 2019*. Banyuwangi: BPS Kabupaten Banyuwangi.
- Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Edisi 24. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, S. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Zaputra, A., Ismayani., Romano. 2015. Strategi Pengembangan Kluster Perkebunan Kopi dan Tebu untuk Pengembangan Ekonomi Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Agrisep*. 16 (2): 38-47.