

# ANALYSIS SWOT OF COFFEE AT CV FRINSA AGROLESTARI

S. Rosalinda<sup>1</sup>, Rike Salsabila<sup>1</sup>, Riska Sumirat<sup>2</sup>, Astari Ratnadhita<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>) Program Studi Teknik Pertanian, Universitas Padjadjaran, email : [s.rosalinda@mail.unpad.ac.id](mailto:s.rosalinda@mail.unpad.ac.id),  
email : [rike17001@mail.unpad.ac.id](mailto:rike17001@mail.unpad.ac.id)

<sup>3</sup>) Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Darussalam Gontor, email : [riskasumirat@unida.gontor.ac.id](mailto:riskasumirat@unida.gontor.ac.id)  
\*email : [astariratnadhita@unida.gontor.ac.id](mailto:astariratnadhita@unida.gontor.ac.id)

## Abstrak

Kopi (*Coffea L.*) merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi di Indonesia. Salah satu adalah CV Frinsa Agrolestari yang terletak di Pangalengan Jawa Barat. CV Frinsa Agrolestari merupakan perusahaan keluarga yang bergerak di bidang bisnis kopi, mulai dari pembibitan, penanaman, pengolahan biji kopi hingga pemuliaan varietas kopi. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal lingkungan sehingga didapatkan alternatif strategi bagi CV Frinsa Agrolestari. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan analisis *Strengths, Weaknes, Opportunities, dan Threats* (SWOT). Data kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman diperoleh dari lingkungan internal dan eksternal CV Frinsa Agrolestari. Berdasarkan analisis tersebut menunjukkan bahwa nilai total kekuatan sebesar 1,565789 dan kelemahan -0,52303. Total nilai peluang dan ancaman secara berturut-turut adalah 1,144737 dan -0,09539, sehingga posisi perusahaan berada pada titik (1,044;1,049) yang artinya berada di kuadran I (positif, positif). Posisi tersebut menandakan sebuah perusahaan yang kuat. Rekomendasi strategi yang diberikan untuk CV Frinsa Agrolestari adalah progresif artinya perusahaan dalam kondisi prima dan mantap untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Dengan demikian terdapat 9 alternatif strategi yang direkomendasikan untuk kemajuan perusahaan yang meliputi mempertahankan konsistensi bahan baku, melakukan pengujian mutu, menyusun struktur organisasi yang jelas, meningkatkan keterampilan pegawai, meningkatkan akomodasi pegawai, melengkapi alat pengujian mutu, membuat bak penampungan limbah, meningkatkan popularitas produk dan mengadakan kegiatan sosial bersama masyarakat.

**Kata Kunci:** Eksternal, Internal, Kopi, Kuadran I, SWOT.

## Abstract

*Coffee (Coffea L.) is one of the plantation commodities that has a fairly high economic value in Indonesia. One is CV Frinsa Agrolestari, located in Pangalengan, West Java. CV Frinsa Agrolestari is a family company engaged in the coffee business, starting from seeding, planting, and processing coffee beans to breeding coffee varieties. This study aims to identify internal and external environmental factors so that alternative strategies can be obtained for CV Frinsa Agrolestari. The research method used is a survey method with strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) analysis. Data on strengths, weaknesses, opportunities, and threats were obtained from the internal and external environment of CV Frinsa Agrolestari. This analysis shows that the total strength value is 1.565789 and the weakness value is -0.52303. Furthermore, the total value of opportunities and threats, respectively, is 1.144737 and -0.09539, so the company's position is at point (1.044; 1, 049), which means it is in quadrant I (positive, positive). This position indicates a strong company. The recommended strategy given for CV Frinsa Agrolestari is progressive, meaning that the company is in prime and stable condition to continue to expand, increase growth, and achieve maximum progress. Thus, there are nine alternative strategies recommended for the company's progress, which include maintaining the consistency of raw materials, conducting quality testing, compiling a clear organizational structure, improving employee skills, improving employee accommodation, completing quality testing tools, making waste reservoirs, increasing product popularity, and holding social activities with the community.*

**Keywords:** External, Internal, Coffee, Quadrant I, SWOT.

Rosalinda, 2024

## 1. PENDAHULUAN

Kopi (*Coffea L.*) merupakan salah satu komoditi yang berperan penting sebagai sumber devisa negara dalam hal ekspor dan impor. Berdasarkan data dari Coffee board of India, Indonesia menduduki peringkat ke-3 sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia (Ghosh, 2014) sedangkan menurut (Ditjen PPHP, 2014) Indonesia berada pada peringkat ke-8 dibawah Brazil, Vietnam, Jerman, Kolombia, Switzerland, Honduras dan Itali. Hal ini dikarenakan semakin bertumbuhnya bisnis kedai kopi di Indonesia dan gaya hidup minum kopi meningkat (Herlyana, 2012).

Indonesia merupakan wilayah beriklim tropis menjadikan tanaman kopi tumbuh dengan baik dan menghasilkan buah kopi yang berkualitas tinggi. Mulanya kopi diperkenalkan oleh Belanda di wilayah Bogor dan Sukabumi pada abad ke-17 dan 18, saat ini berkembang ke berbagai daerah di Indonesia, khususnya Jawa Barat (Tadsuri, 2018). Salah satu sentra produksi kopi yang paling produktif di Jawa Barat khususnya di Kabupaten Bandung adalah Kecamatan Pangalengan. Pangalengan menjadi salah satu kecamatan penghasil kopi terbesar di Jawa Barat karena terdapat beberapa industri kopi di antaranya adalah Kopi Malabar Indonesia, PTPN VIII Kebun Kertamanah dan CV Frinsa Agrolestari. CV Frinsa Agrolestari merupakan perusahaan keluarga yang berdiri pada Januari 2011 dan bergerak di bisnis kopi, mulai dari pembibitan, penanaman, pengolahan biji kopi hingga pemuliaan varietas kopi.

Peningkatan permintaan kopi berpeluang untuk CV Frinsa Agrolestari, namun belum bisa dimanfaatkan secara optimal. Kelemahan perusahaan dalam bidang produksi maupun non produksi dapat mempengaruhi produktivitas dan menyebabkan tingkat persaingan antar perusahaan sejenis cukup tinggi. Hal ini menyebabkan CV Frinsa Agrolestari memerlukan rancangan strategi yang tepat untuk mengembangkan perusahaannya salah satunya dengan analisis *Strengths, Weaknes, Opportunities, dan Threats* (SWOT). Analisis SWOT adalah analisis sistematis suatu kondisi internal maupun kondisi eksternal pada suatu perusahaan yang digunakan sebagai dasar perancangan strategi dan program kerja di masa mendatang. Analisis SWOT bermanfaat untuk melihat masalah perusahaan dari 4 sisi yang berbeda (Alam, 2017). Penilaian pada analisis internal meliputi faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) (Fahmi, 2014). Sementara, analisis eksternal mencakup penilaian terhadap terhadap faktor peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threats*) (ACCA, 2008). Analisis SWOT diciptakan oleh Albert Humphrey di Universitas Stanford tahun 1960 studi kasus Perusahaan Fortune 500 (Anwar & Utami, 2012). Analisis SWOT sudah banyak diaplikasikan pada berbagai perusahaan seperti pada penelitian (Amalia, 2016; Kamaluddin, 2020), bidang mekanisasi pertanian (Erniati, E., Solahudin, M., Lulung, P., & Wardani, 2020), Usaha pertanian (Kistari, F. A., & Marlana, 2022; Prastika, M., & Sadjiarto, 2018) dan bidang Pendidikan serta kebijakan (Mukhlisin, A., & Pasaribu, 2020; Rochman, 2019).

Analisis SWOT dapat membantu mendeskripsikan kelemahan pangsa pasar yang menjadi tujuan pemasaran, akan tetapi apabila digunakan dalam konteks pribadi analisis SWOT dapat membantu pengembangan karir dengan memperoleh keuntungan terbaik dari bakat, kemampuan dan kesempatan yang ada. Analisis SWOT adalah sebuah jalan bagi suatu organisasi atau perusahaan dalam memastikan seluruh elemen bisnis telah termasuk dalam rencana strategis perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan serta tantangan-tantangan yang dihadapi perusahaan (Jogiyanto, 2005). Proses pengambilan

Rosalinda, 2024

keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini (Rangkuti, 2006). Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal lingkungan sehingga didapatkan alternatif strategi bagi CV Frinsa Agrolestari. Dengan metode SWOT diharapkan perusahaan mampu menjalankan strategi yang lebih efektif dan efisien (Siregar, 2016).

## 2. BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survey secara langsung di CV Frinsa Agrolestari. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana faktor internal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) dan faktor eksternal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*) (David, 2011).

Teknik analisis yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif analisis SWOT agar diketahui posisi perusahaan. Analisis diawali dengan identifikasi variabel lingkungan internal dan eksternal dan mengklasifikasikannya, memberi nilai rating pada setiap variabel, menjumlahkan nilai rating dari setiap variabel, menghitung nilai bobot dan skor, membuat grafik SWOT serta menentukan posisi perusahaan berdasarkan grafik SWOT. Adapun perhitungan SWOT dilakukan melalui tiga tahap:

- 1) Tahap pertama melakukan perhitungan skor dan bobot melalui rumus berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Rating setiap variabel}}{\text{Total rating semua variabel}} \dots (1)$$

Keterangan penentuan nilai rating (Hidayat, 2021):

- 1 = Sangat tidak penting
- 2 = Tidak Penting
- 3 = Penting
- 4 = Sangat Penting

Perhitungan skor

Skor = Rating x Bobot

Penentuan nilai skor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap faktor lainnya. Adapun perhitungan bobot masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya penilaian terhadap satu poin faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan poin faktor lainnya.

- 2) Tahap kedua melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (x) dan faktor O dengan T (y). Selanjutnya ditentukan nilai atau titik sumbu X dan sumbu Y.
- 3) Mencari posisi kuadran organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kudran SWOT.
- 4) Menentukan rekomendasi strategi bagi Perusahaan. Berikut ditampilkan grafik posisi keseluruhan kuadran pada Gambar 1 (Alam, 2017).

Rosalinda, 2024



Gambar 1. Grafik Kuadran pada SWOT

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran Umum Perusahaan

CV Frinsa Agrolestari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan khususnya kopi berdiri pada bulan Januari 2011 yang terletak di Pangalengan. CV Frinsa Agrolestari didirikan oleh pasangan Bapak Wildan Mustofa dan Ibu Atieq Mustikaningtyas dengan visi “*Best Coffee from Best Practices*”. Berdasarkan letak geografis Pangalengan berada pada ketinggian 1200 meter di atas permukaan laut yang memiliki suhu lingkungan berkisar antara 12°C – 28°C dengan kelembaban 60%-90%. Dengan kondisi ini tanaman kopi dengan jenis arabika sangat cocok untuk dibudidayakan dan diproses. Kebun CV Frinsa Agrolestari berlokasi di Kecamatan Sindangkerta, Kabupaten Bandung Barat dan Gunung Tilu yang berlokasi di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. Tugas pokok dari CV Frinsa Agrolestari adalah mengolah buah kopi (*cherry*) menjadi kopi *green bean*. Kegiatan yang dilakukan di CV Frinsa Agrolestari meliputi seluruh siklus hidup buah kopi dari hulu ke hilir, dimulai dari melakukan penyemaian benih kopi untuk menghasilkan bibit berkualitas yang akan menjadi pengganti bagi tanaman yang sudah tidak produktif di lahan perkebunan. Melakukan panen kopi, pencucian, fermentasi, *pulping*, penjemuran, *hulling*, *grading*, sortasi dan pengemasan. Selain itu ada kegiatan sampingan yaitu mengolah *waste product* dan melakukan *cupping* untuk menguji standar mutu berdasarkan cita rasa, tingkat keasaman dan aroma. CV Frinsa Agrolestari dalam menjalankan bisnisnya melakukan kegiatan yang berkesinambungan dari hulu sampai hilir alur produksi yaitu budidaya tanaman kopi pemanenan buah kopi, sortasi buah kopi, proses produksi, pengujian mutu produk, pemasaran produk hingga pengolahan limbah. Proses utama dari produksi kopi *green bean* di pabrik CV Frinsa Agrolestari meliputi fermentasi kopi, pengupasan buah kopi (*pulping*), penjemuran kopi, pemisahan biji kopi dari kulit gabahnya (*hulling*), sortasi dan *grading*. Terdapat tiga proses pembuatan kopi yang dilakukan di CV Frinsa Agrolestari yaitu *full-wash process*, *honey process*, dan *natural process*. Kepemilikan lahan perkebunan awal adalah 70 Ha kemudian berkembang mencapai 100 dengan 122 tenaga kerja, terdiri dari 10 pejabat struktural, 80 orang petani kopi, 6 orang teknisi, 3 orang administrasi dan 26 orang fungsional umum.

Produk CV Frinsa Agrolestari memiliki merek dagang “*Java Frinsa Estate*” yang dikelompokkan menjadi *specialty coffee* (ditanam di kebun perusahaan) dan *collective* (ditanam oleh mitra Perusahaan). Produk unggulan CV Frinsa Agrolestari yaitu *specialty coffee*, karena memiliki keunggulan seperti: memiliki cita rasa spesial, memiliki histori sejarah yang unik, memiliki kualitas yang baik, dan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk kopi pada umumnya.

Sepulveda (2016) menyatakan bahwa *specialty coffee* memiliki karakteristik khusus berupa kandungan dan sistem produksi yang bertujuan untuk menghasilkan kopi berkualitas tinggi yang

Rosalinda, 2024

optimal di pasar internasional. Menurut *Specialty Coffee Association* (SCA) (2018), *specialty coffee* adalah biji kopi arabika yang memiliki skor *cupping* 85 sampai dengan 100 dan jumlah *defects* atau cacat sebanyak 5 persen (Salsabila, 2019). *Specialty coffee* mempunyai cita rasa spesial, kualitas terbaik dan harga yang tinggi (Sepulveda, 2016). Produk biji kopi dikemas dengan berbagai ukuran mulai dari 1 kg, 3 kg dan 5 kg untuk skala kecil serta 30 kg dan 80 kg untuk skala besar. Harga kopi berada pada kisaran Rp. 180.000 – Rp. 220.000 per kg.

### Analisis Faktor Lingkungan Internal Perusahaan

Faktor internal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*). Berdasarkan analisis faktor internal perusahaan terdapat 43 poin kekuatan dan 24 poin kelemahan. Data internal tersebut meliputi variabel bahan baku, sumber daya manusia atau pegawai, layout dan alat, proses produksi, pengujian kualitas, produk yang dihasilkan, lingkungan perusahaan, pemasaran pemerintah, kerjasama dengan mitra dan legalitas. Berikut ditampilkan faktor-faktor internal perusahaan beserta bobot dan skornya pada Tabel 1

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa CV Frinda Agrolestari sudah menggunakan mesin otomatis pada proses *grading*, menggunakan sistem otomatisasi (*colour sorter*) dan *belt conveyor* dalam proses sortasi serta menggunakan *material handling* otomatis (*elevator*). Namun demikian kapasitas mesin belum bisa dimanfaatkan secara maksimal. Kapasitas mesin sebesar 1000 ton per tahun, tetapi kapasitas perusahaan hanya 100-150 ton per tahunnya. Dengan demikian hanya 10-15 persen saja dari kapasitas produksi mesinnya, sehingga CV Frinsa Agrolestari menerima jasa pemrosesan biji bagi perusahaan lainnya.

### Analisis Faktor Lingkungan Internal Perusahaan

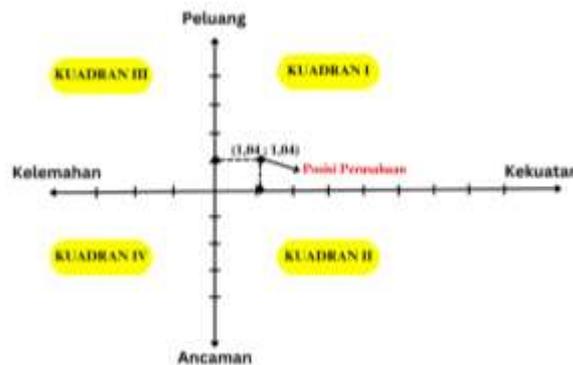
Faktor eksternal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*). Data eksternal perusahaan meliputi variabel lingkungan, pemasaran, konsumen, pemerintah, kerjasama dengan mitra dan legalitas. Jumlah peluang yang dimiliki perusahaan yaitu 27 dan jumlah ancaman yaitu 3. Berikut ditampilkan faktor-faktor eksternal perusahaan beserta bobot dan skornya pada Tabel 2 Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa peluang CV Frinsa Agrolestari dalam melakukan pemasaran sudah menggunakan media *online* dan *offline* yang bekerjasama dengan *e-commerce* untuk penjualan komersial dan media *online* untuk penjualan luar negeri. Media sosial yang digunakan berupa Instagram dan WhatsApp serta melalui *website* [www.javafrinsaestate.com](http://www.javafrinsaestate.com). Namun demikian langkah tersebut belum maksimal sehingga perusahaan aktif mengikuti forum dan komunitas industri kopi baik nasional maupun internasional sebagai media pemasaran. Pemasaran secara *online* menjadi penting mengingat saat ini pemasaran tradisional sudah bergeser pada pemasaran digital yang berfokus pada *customer-driven marketing* (Kotler & Keller, 2012). Penggunaan pemasaran digital akan mempengaruhi kinerja perusahaan (Pelsmacker, 2010). Perusahaan harus memanfaatkan *internet of things* (IoT) dalam proses produksi dan pemasaran (Lo & Campos, 2018).

### Penentuan Grafik Analisis

Nilai skor yang didapatkan untuk masing-masing variabel dihitung totalnya dalam penentuan nilai x dan y. Lingkungan internal diposisikan sebagai sumbu x dan lingkungan eksternal sebagai sumbu Y. Berdasarkan tabel 1 dan 2 didapatkan nilai total kekuatan sebesar 1,565789 dan kelemahan -0,52303. Dengan demikian nilai x atau faktor internal perusahaan

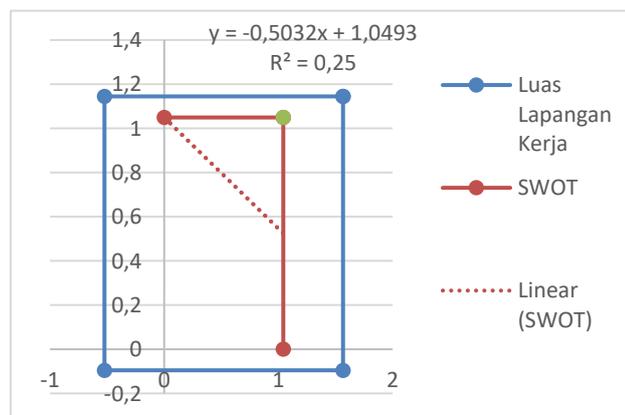
Rosalinda, 2024

sebesar 1,0442759. Selanjutnya total nilai peluang dan ancaman secara berturut-turut adalah 1,144737 dan -0,09539, sehingga nilai y atau faktor eksternalnya sebesar 1,049347. Dengan demikian posisi perusahaan berada pada titik (1,044;1,049). Nilai x dan y yang telah didapatkan dari perhitungan sebelumnya kemudian di plot kan pada diagram kartesius yang ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Grafik Analisis SWOT

Diketahui bahwa CV Frinsa Agrolestari berada di kuadran I (positif, positif) yang mendukung strategi yang agresif. Berdasarkan penelitian Ginting & Andarini (2021) mengenai Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Pada Kopi Zest Sidikalang Di Kabupaten Dairi, Sumatera Utara. Penelitian tersebut menunjukkan posisi kuadran I (satu) berpotensi dan kuat, sehingga Strategi yang diterapkan adalah mendukung pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Dengan demikian CV Frinsa Agrolestari akan muncul semakin banyak peluang (*opportunities*) ketika kekuatan (*strength*) yang dimiliki dimaksimalkan. Sehingga rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif artinya perusahaan dalam kondisi prima dan mantap untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Berikut ditampilkan posisi perusahaan pada Gambar 3.



Gambar 3. Grafik Analisis SWOT

Berdasarkan penelitian Fadillah et al (2019) mengenai analisis SWOT pada perusahaan menghasilkan rekomendasi sebagai berikut; pengoptimalan proses produksi dan bisnis, mengedukasi mengenai kualitas produk pada konsumen, mengembangkan kemasan yang aman,

Rosalinda, 2024

menumbuhkan komunikasi yang baik dengan konsumen dan jasa ekspedisi, pemanfaatan internet untuk media pemasaran, mengembangkan bisnis ekowisata dan melakukan pengembangan produk secara terus menerus. Adapun berdasarkan Gambar 3 rekomendasi yang dapat direalisasikan di perusahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Mempertahankan konsistensi mutu bahan baku di setiap proses dengan melakukan pengujian mutu dan kontrol di setiap tahapan proses;
- 2) Melakukan pengujian mutu dan perlakuan yang terukur pada proses fermentasi untuk menjaga konsistensi rasa kopi yang sangat dipengaruhi lama fermentasi;
- 3) Menyusun struktur organisasi dengan pembagian yang jelas dan tetap. Hal ini dapat memudahkan koordinasi dalam seluruh kegiatan perusahaan, sehingga produktivitas berjalan lancar dan didapatkan pendataan tepat yang berguna sebagai perencanaan strategi perusahaan di masa mendatang;
- 4) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pegawai mengenai kopi dengan memberikan pelatihan kepada para pegawai secara rutin, sehingga proses produksi dalam perusahaan dapat berjalan efisien dan efektif yang dapat memberikan citra yang baik bagi perusahaan;
- 5) Meningkatkan akomodasi bagi pegawai di dalam perusahaan untuk menjaga kinerja pegawai tetap produktif dan stabil;
- 6) Melengkapi alat pengujian mutu untuk bahan baku dan produk dan melakukan pengawasan mutu secara berkala;
- 7) Membuat bak penampungan limbah proses pulping yang strategis dan efektif;
- 8) Meningkatkan popularitas produk dengan mengikuti *event-event* mengenai kopi; dan
- 9) Mengadakan kegiatan sosial bersama warga sekitar untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberikan manfaat yang baik bagi lingkungan sekitar.

#### 4. SIMPULAN

##### Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan CV Frinsa Agrolestari berada di kuadran I (positif, positif), dimana hal ini menandakan bahwa CV Frinsa Agrolestari memiliki kondisi yang kuat dan berpeluang dimana akan muncul semakin banyak peluang (*opportunities*) ketika kekuatan (*strength*) yang dimiliki dimaksimalkan. Dengan demikian terdapat 9 strategi yang direkomendasikan untuk kemajuan perusahaan yang meliputi mempertahankan konsistensi bahan baku, melakukan pengujian mutu, menyusun struktur organisasi yang jelas, meningkatkan keterampilan pegawai, meningkatkan akomodasi pegawai, melengkapi alat pengujian mutu, membuat bak penampungan limbah, meningkatkan popularitas produk dan mengadakan kegiatan sosial bersama masyarakat.

Rosalinda, 2024

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- ACCA. (2008). *SWOT Analysis*. BHP Information Solutions Ltd.
- Alam, S. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Melalui Analisis SWOT pada Jaxs Barbershop di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Karimah STIE AMKOP Makassar*, 2(3).
- Amalia, A. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan SWOT pada Perusahaan Popsy Tubby. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Anwar, M. C., & Utami, M. C. (2012). Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar (Studi Kasus: Toko Pojok Madura). *Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 1–9.
- David, F. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education, Inc.
- Ditjen PPHP. (2014). *Basis Data Ekspor-Impor Komoditi Pertanian Tahun 2012*. database.pertanian.go.id.
- Erniati, E., Solahudin, M., Lulung, P., & Wardani, I. K. (2020). Aplikasi Metode Analisis Swot untuk Merumuskan Strategi Pemanfaatan Mekanisasi Pertanian di Kabupaten Kapuas Hulu Provinsi Kalimantan Barat. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Pertanian Dan Biosistem*, 8(2), 219-.
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analisis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus pada CV Frinsa Agrolestari). *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 5(1), 1–14.
- Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta.
- Ghosh, P. (2014). Processing and Drying of Coffee – A Review. *International Journal of Engineering & Technology (IJERT)*, 3(1), 784–795.
- Ginting, P., & Andarini, S. (2021). Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Pada Kopi Zest Sidikalang Di Kabupaten Dairi , Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, XII(2), 1–10.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Bahasa, Peradaban Dan Informasi Islam*, 13(1).
- Hidayat, R. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Coffee Shop Kelokopi dengan SWOT Analysis dan Boston Consulting Group (BCG)*. Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
- Jogiyanto. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Penerbit Andi.
- Kamaluddin, I. (2020). Analisis Swot Untuk Merumuskan Strategi Bersaing Pada Pt. Menara Angkasa Semesta Cabang Sentani. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), 342-.
- Kistari, F. A., & Marlina, N. (2022). Analisis SWOT sebagai Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Sentra UKM Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Urnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 1459.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing management (15th ed.)*. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

Rosalinda, 2024

- Lo, F., & Campos, N. (2018). Blending Internet-of- Things (IoT) Solutions into Relationship Marketing Strategies. *Technological Forecasting & Social Change*, 137(2018), 10–18.
- Mukhlisin, A., & Pasaribu, M. H. (2020). Analisis Swot dalam Membuat Keputusan dan Mengambil Kebijakan yang Tepat. *Journal Research and Education Studies*, 1(1), 33–4.
- Pelsmacker, P. (2010). *Marketing Communications: A European Perspective 4th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow: UK.
- Prastika, M., & Sadjarto, A. (2018). Analisis SWOT Usaha Mikro Kecil Menengah Di Industri Kreatif Sarang Lebah Salatiga. *Ecodunamika*, 1(3).
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rochman, I. (2019). Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMP Islam Yogyakarta). *Al Iman: Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 3(1), 36–5.
- Salsabila, Y. N. (2019). Strategi Pemasaran Biji Kopi Specialty pada CV Frinsa Agrolestari. *Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor*.
- Sepulveda, W. (2016). Consumers' preference for the origin and quality attributes associated with production of specialty coffees: Results from a cross- cultural study. *Food Research International*, 89(2016), 997–1003.
- Siregar, N. (2016). Analisis SWOT sebagai Dasar Dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Perusahaan PT.Harmony Toba Jaya Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Tadsuri, D. D. (2018). Analisis Strategi Bisnis pada Benteng Wijaya Perkasa (Persero) Bandar Lampung. *Universitas Lampung*.

Rosalinda, 2024

Tabel 1. Faktor Internal Perusahaan Beserta Bobot dan Skornya

Lingkungan Internal				
No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Bahan baku berasal dari perkebunan sendiri dan perkebunan di sekitar Kab. Bandung	0,00986842	3	0,029605
2	Akses transportasi yang mudah	0,01315789	4	0,052632
3	Inspeksi <i>input</i> bahan baku ke lini proses	0,00986842	3	0,029605
4	Sortasi bahan baku dengan standar kematangan <i>cherry</i>	0,00986842	3	0,029605
5	Baku diolah dalam kondisi yang <i>fresh</i>	0,00986842	3	0,029605
6	Adanya struktur organisasi perusahaan	0,01315789	4	0,052632
7	Semua pegawai terlatih dan menguasai SOP	0,00986842	3	0,029605
8	Pengaturan pembagian tugas ( <i>shift</i> )	0,00986842	3	0,029605
9	Pegawai berasal dari penduduk setempat	0,00657895	2	0,013158
10	Suasana kerja yang menyenangkan	0,00657895	2	0,013158
11	Kapasitas ruang fermentasi, ruang produksi dan gudang penyimpanan memenuhi kapasitas produksi	0,01315789	4	0,052632
12	Tersedia penampungan limbah dari mesin <i>huller</i>	0,01315789	4	0,052632
13	Tersedianya fasilitas administrasi, ibadah dan toilet yang memadai	0,01315789	4	0,052632
14	Ketersediaan sumber air untuk proses produksi memadai	0,01315789	4	0,052632
15	Kapasitas alat rancangan memenuhi kapasitas produksi	0,01315789	4	0,052632
16	Alat fermentasi yang tidak permanen ( <i>drum</i> ) memudahkan transportasi	0,00986842	3	0,029605
17	Alat transportasi dengan truk dan troli	0,00986842	3	0,029605
18	Tersedianya alat ukur kadar air (s)	0,01315789	4	0,052632
19	Menggunakan mesin otomatis pada proses <i>grading</i>	0,00986842	3	0,029605
20	Menggunakan <i>material handling</i> otomatis ( <i>elevator</i> )	0,00986842	3	0,029605
21	Menggunakan sistem otomatisasi ( <i>colour sorter</i> ) dan <i>belt conveyor</i> dalam proses sortasi	0,01315789	4	0,052632
22	Peralatan mesin menggunakan aliran listrik	0,01315789	4	0,052632
23	Proses rancangan dan fermentasi dilakukan di kebun	0,00657895	2	0,013158
24	Proses <i>anaerob</i> pada fermentasi terkondisi dengan baik	0,01315789	4	0,052632
25	Adanya 3 jenis proses pengolahan kopi ( <i>Natural, honey, full-wash</i> )	0,00986842	3	0,029605
26	Pengukuran kadar air menggunakan <i>grain moisture tester</i>	0,00657895	2	0,013158
27	Kadar air pada masing-masing proses terukur dan sesuai dengan standar	0,01315789	4	0,052632
28	Proses <i>huller</i> disesuaikan dengan 3 jenis proses pengolahan kopi	0,00986842	3	0,029605
29	Proses pelepasan kulit ari menggunakan mesin <i>density separator</i>	0,00986842	3	0,029605
30	Proses pemisahan ukuran menggunakan mesin <i>grader</i>	0,00986842	3	0,029605
31	Proses pemisahan warna menggunakan <i>color sorter</i> yang bisa diatur sensitivitasnya	0,01315789	4	0,052632

Rosalinda, 2024

32	Proses pemisahan kopi <i>reject</i> menggunakan <i>belt conveyor</i> dengan metode <i>hand picking</i>	0,00986842	3	0,029605
33	Proses pemindahan bahan menggunakan <i>elevator</i>	0,00986842	3	0,029605
34	Proses penyimpanan produk menggunakan sistem kaveling	0,00657895	2	0,013158
35	Kopi akan terus melalui proses sortasi dan <i>grading</i> hingga mencapai mutu yang sesuai standar	0,01315789	4	0,052632
36	Standar mutu yang dijadikan acuan bahan baku dan produk adalah SNI (Standar Nasional Indonesia) dan SCA ( <i>Specialty Coffee Association</i> )	0,00986842	3	0,029605
37	Produk bervariasi ( <i>green bean full-wash, green bean honey, green bean natural</i> )	0,00986842	3	0,029605
38	Kualitas produk kopi berstandar internasional (kadar air 9-9,5% untuk <i>full-wash</i> dan <i>honey</i> dan 8-8,5% untuk <i>natural</i> )	0,01315789	4	0,052632
39	Produk kopi dikemas menggunakan plastik hermetik sehingga kualitasnya terjaga	0,00986842	3	0,029605
40	Pemberian label berisi keterangan jenis kopi, bobot kopi, tahun produksi	0,00986842	3	0,029605
41	Sudah memperoleh sertifikasi halal dan BPOM	0,01315789	4	0,052632
42	Harga produk disesuaikan dengan kondisi pasar	0,00657895	2	0,013158
43	Produk merupakan golongan kopi <i>specialty</i> yang berkualitas tinggi	0,01315789	4	0,052632

No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Banyaknya bahan baku dipengaruhi oleh kondisi ketika panen (jumlahnya fluktuatif)	0,00986842	-3	-0,029605
2	Struktur organisasi dan pembagian tugas yang berubah-ubah	0,00657895	-2	-0,013158
3	Pegawai tidak memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai dengan pekerjaannya	0,00328947	-1	-0,003289
4	Ketidaksiplinan pegawai menggunakan alat pelindung diri	0,00986842	-3	-0,029605
5	Belum adanya asuransi kesehatan dan jaminan tenaga kerja	0,00986842	-3	-0,029605
6	<i>Layout</i> belum sesuai dengan keseluruhan aliran proses	0,00657895	-2	-0,013158
7	Letak mesin <i>pulping</i> yang menghasilkan limbah berdekatan dengan bangunan kantor utama	0,00986842	-3	-0,029605
8	Penampungan limbah <i>pulping</i> terbuka dan mengganggu kegiatan produksi (aroma tak sedap)	0,00986842	-3	-0,029605
9	Kapasitas penjemuran dipengaruhi oleh cuaca	0,00986842	-3	-0,029605
10	Terbatasnya tempat istirahat bagi pegawai	0,00986842	-3	-0,029605
11	Alat rambangan belum permanen	0,00657895	-2	-0,013158
12	Alat ukur fermentasi secara manual	0,00657895	-2	-0,013158
13	Belum tersedianya pengukuran suhu dan kelembaban pada ruang penyimpanan (fermentasi)	0,00657895	-2	-0,013158
14	Tempat penjemuran belum permanen	0,00657895	-2	-0,013158
15	Belum adanya peredam suara pada mesin pengolahan ( <i>huller, density separator, grader</i> )	0,00986842	-3	-0,029605
16	Alat <i>packing</i> masih manual	0,00328947	-1	-0,003289
17	Ruang penyimpanan tidak dilengkapi alat pengukur suhu dan kelembaban	0,00657895	-2	-0,013158
18	Komposisi bahan pada proses fermentasi tidak menggunakan alat ukur	0,00986842	-3	-0,029605

Rosalinda, 2024

19	Waktu fermentasi setiap proses berbeda-beda ( $\pm$ 6 jam)	0,00986842	-3	-0,029605
20	Proses <i>pulping</i> kurang terkondisi dengan baik	0,00986842	-3	-0,029605
21	Proses pengeringan menggunakan sinar matahari	0,00328947	-1	-0,003289
22	Proses penimbangan dan pengemasan produk dilakukan secara manual	0,00657895	-2	-0,013158
23	Proses penggudangan belum menggunakan FIFO ( <i>First in first out</i> )	0,00986842	-3	-0,029605
24	Pendataan susut bobot produk yang tidak lengkap	0,01315789	-4	-0,052632

Tabel 2. Faktor Eksternal Perusahaan Beserta Bobot dan Skornya

Lingkungan Eksternal				
No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Membuka lapangan pekerjaan untuk warga sekitar	0,01315789	4	0,052632
2	Tidak menghasilkan limbah yang berbahaya bagi lingkungan sekitar	0,01315789	4	0,052632
3	Limbah berupa bahan pengemas dikelola dengan baik	0,00986842	3	0,029605
4	Pemasaran secara <i>offline</i> dan <i>online</i>	0,00986842	3	0,029605
5	Sebanyak 90% produk diekspor ke luar negeri melalui agensi	0,01315789	4	0,052632
6	Aktif mengikuti pameran, <i>event</i> dan kejuaraan di berbagai daerah	0,01315789	4	0,052632
7	Sudah memiliki konsumen tersendiri di dalam dan luar negeri	0,01315789	4	0,052632
8	Memiliki produk-produk turunan (kopi bubuk dan <i>casacara</i> )	0,00986842	3	0,029605
9	Merupakan komoditas program ekspor Indonesia	0,00986842	3	0,029605
10	Memiliki pelanggan tetap dan tidak tetap	0,00986842	3	0,029605
11	Permintaan kopi meningkat seiring meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap kopi dan bertambahnya pengetahuan konsumen mengenai manfaat kopi	0,00986842	3	0,029605
12	Meningkatnya gaya hidup masyarakat meningkatkan popularitas kopi di kalangan para remaja	0,00986842	3	0,029605
13	Terpenuhinya ketersediaan produk terhadap permintaan konsumen	0,01315789	4	0,052632
14	Adanya dukungan dari pemerintah berupa peminjaman lahan pemerintah untuk diolah sebagai kebun kopi penghasil bahan baku	0,00986842	3	0,029605
15	Aktif mengikuti pameran produk yang diadakan pemerintah	0,00986842	3	0,029605
16	Adanya dorongan dari pemerintah dengan pengembangan standar produk melalui SNI dan standar kompetensi kerja (SKKNI) di industri kopi	0,00986842	3	0,029605
17	Memiliki kerjasama yang baik dengan petani dari perkebunan lain dalam pemasokan bahan baku	0,00986842	3	0,029605
18	Bekerja sama dengan Institut Pertanian Bogor dalam menghasilkan varietas bibit unggul dan mendapatkan resep fermentasi yang khas	0,01315789	4	0,052632
19	Bekerja sama dengan <i>Nordic Approach</i> dalam pemasaran di luar negeri	0,01315789	4	0,052632
20	Bekerja sama dengan Tokopedia untuk pemasaran di dalam negeri	0,01315789	4	0,052632
21	Bekerja sama dengan PLN untuk pengadaan	0,01315789	4	0,052632

Rosalinda, 2024

	sumber daya tenaga listrik			
22	Bekerja sama dengan JNE dalam proses pengiriman produk	0,01315789	4	0,052632
23	Perusahaan menerima PKL dan penelitian bagi mahasiswa	0,00986842	3	0,029605
24	Memiliki akta pendirian usaha	0,01315789	4	0,052632
25	Memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)	0,01315789	4	0,052632
26	Memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU)	0,01315789	4	0,052632
27	Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	0,01315789	4	0,052632
<b>No</b>	<b>Ancaman</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
1	Lokasi perusahaan berada dekat perumahan warga	0,00657895	-2	-0,01368
2	Perusahaan belum banyak berkontribusi dalam bentuk kegiatan sosial terhadap warga sekitar	0,01315789	-4	-0,05262
3	Tingkat persaingan antar perusahaan sejenis cukup tinggi	0,00986842	-3	-0,02965