

## Strategi Pengembangan Usaha Kopi Narara di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan (Studi Kasus : Usaha Kopi Narara Bapak Robert Siregar)

Ayu Lestari<sup>1</sup>, Dedi Zargustin<sup>2</sup>, Asgami Putri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lancang Kuning

Jl. Yosudardo Km. 08 Rumbai, Pekanbaru, Riau, telp. 0811 753 2015

Email: <sup>1</sup>[ayutabarar@gmail.com](mailto:ayutabarar@gmail.com), <sup>2\*</sup>[dedizargustin@unilak.ac.id](mailto:dedizargustin@unilak.ac.id),

<sup>3\*</sup>[asgamiputri@unilak.ac.id](mailto:asgamiputri@unilak.ac.id)

### INFO ARTIKEL

<p><b>Histori Artikel</b>  <b>Diajukan:</b> 25 Oktober, 2023  <b>Diterima:</b> 05 Desember, 2023  <b>Tersedia Online:</b> 15 Desember, 2023</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Analisis SWOT, kopi narara, strategi pengembangan</p> <p><b>Sitasi:</b> Jurnal Agribisnis, 2023, 25(2), 213-224</p> <p><b>DOI:</b> <a href="https://doi.org/10.31849/agr.v25i2.17395">https://doi.org/10.31849/agr.v25i2.17395</a></p>	<p><b>ABSTRAK</b></p> <p>Tujuan penelitian ini adalah <sup>1</sup>untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang hadapi agroindustri usaha kopi narara di Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan <sup>2</sup>untuk mengetahui peluang dan ancaman yang hadapi agroindustri usaha kopi narara di Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan <sup>3</sup>untuk mengetahui strategi yang dilakukan dalam pengembangan potensi agroindustri usaha kopi narara di Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan <sup>4</sup>untuk mengetahui profil usaha Kopi Narara Di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.</p> <p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan populasi dan sampel dilakukan secara atau purposive sampling sebanyak 15 orang responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk strategi pengembangan menggunakan Metode Analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi internal Usaha Kopi Narara Bapak Robert Siregar Di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan yang berjumlah : kekuatan memperoleh skor 4,00 dan kelemahan 1,77. Hal ini membuktikan bahwa gambaran keadaan internal dalam Usaha Kopi Narara Bapak Robert Siregar ini dianggap kuat untuk mengatasi kemungkinan kelemahan-kelemahan yang akan muncul pada usaha ini untuk kedepannya. Sedangkan pada kondisi eksternal peluang lebih besar memperoleh skor 4,00 dan ancaman lebih kecil memperoleh skor 2,46. Hal ini membuktikan bahwa gambaran keadaan eksternal dalam usaha Kopi Narara ini cukup mampu meminimalisir ancaman dan memanfaatkan peluang yang ada.</p> <p>Dari hasil diatas menunjukkan bahwa Usaha Kopi Narara Bapak Robert Siregar berada pada kuadran I (Strategi Agresif) ini menandakan bahwa kondisi yang sangat kuat dan memiliki peluang. Strategi pengembangan yang tepat dalam usaha Kopi</p>
--	--

Narara Di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan adalah Strategi SO (Strength Oppornitunities) yaitu Strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang yang sebesar-besarnya.
---

## I. PENDAHULUAN

Indonesia termasuk negara agraris, hal ini dibuktikan dengan banyaknya lahan yang dikhususkan untuk pertanian. Sektor pertanian akan tetap memiliki peran yang signifikan dalam pembangunan negara, sektor pertanian terutama bertanggung jawab untuk menyusun strategi pembangunan nasional. Demikian pula dengan dunia usaha yang berkembang dengan sangat pesat, menuntut pemilik usaha untuk memiliki kemampuan dalam menganalisa kondisi perusahaan, harus memahami apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang apa yang ada, sehingga keputusan perusahaan dapat dilakukan dengan baik dan tidak menyebabkan kejatuhannya.

Kopi merupakan produk pertanian dari subsektor perkebunan yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Kopi merupakan komoditas perdagangan sebagai pendapatan asli daerah yang hasilnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan sebagai bahan baku industri dalam negeri serta untuk diekspor. Kopi merupakan salah satu minuman yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia, karena rasa dan aromanya. Minuman ini dikonsumsi oleh segala usia selama berabad-abad. Komponen kopi adalah kafein, kaffeol, trigonelin, asam amino, dan komponen lainnya. karbohidrat, asam alifatik, asam klorogenat, lemak, mineral, komponen volatil, dan komponen karbonil. Kafein dalam kopi adalah stimulan sistem saraf pusat, sehingga dapat membantu konsentrasi [1]. Saat ini dipromosikan sebagai minuman sekaligus produk, tetapi juga bagian dari budaya seputar perkembangan berbagai *coffee shop* atau kedai kopi.

Topografi wilayah Sipirok yang terdiri dari pegunungan dan perbukitan serta udara yang dingin, hal ini menjadi salah satu penyebab utama dari usaha masyarakat Sipirok pada umumnya: bercocok tanam, termasuk bercocok tanam kopi, kakao, dan karet. Selain itu, masyarakat Sipirok pada umumnya menghasilkan kopi yang lebih banyak dan salah satu ciri khas wilayah Sipirok adalah melimpahnya biji kopi maupun bubuk kopi Sipirok. Kopi Sipirok memiliki cita rasa yang berbeda, namun persaingan di industri kopi semakin ketat, dan para pesaing saling berebut. Selain itu, pesaing dalam industri ini adalah nasional yang memasarkan berbagai produk kopi, baik kopi instan (kopi t maupun kopi campuran yang dikemas dalam bentuk sachet.

Untuk menghadapi persaingan tersebut, perusahaan harus menyusun strategi pengembangan usaha. Strategi pengembangan usaha dapat dilakukan melalui penilaian terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT. Lingkungan internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan lingkungan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Dengan mengetahui faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan tersebut maka manajer dapat mengambil keputusan apa yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan perusahaan dengan baik lagi kedepannya. Pengembangan (development) adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan.

Seperti nama yang dimiliki oleh perusahaan ini yaitu Kopi Narara maka bahan baku yang mereka dapatkan dari daerah wilayah Tapanuli Selatan terkhususnya Sipirok dengan cara membelinya dari petani kopi. Usaha Kopi Narara akan melakukan transformasi menjadi usaha besar dan mampu berkembang baik sampai saat ini karena mereka memiliki jiwa kewirausahaan. Adapun strategi pengembangan Usaha Kopi Narara hingga saat ini adalah untuk menarik perhatian para masyarakat untuk menjadi konsumen dari usaha kopi narara itu sendiri dan bahkan sudah membina langsung sejumlah petani kopi di wilayah itu untuk menjadi salah satu partner bisnis untuk mempermudah pihak perusahaan untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas sesuai dengan harapan yang diinginkan perusahaan (Ananda, A. (2019)

## II. METODE

### Tempat dan Waktu

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan Sumatera Utara. Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 bulan yaitu dari bulan Maret sampai Mei tahun 2023.

### Populasi dan Sampel

Di daerah Sipirok itu sendiri memiliki 4 unit Usaha Kopi yang cukup besar, dimana diantaranya : 1. Kopi Tabo Sipirok yang dipimpin oleh Ibu Siti Muslihah, 2. Usaha Karya Sarasi yang dipimpin oleh Bapak Safril Jonathan Siahaan, 3. Usaha Kopi Narara yang dipimpin oleh Bapak Robert Siregar, dan 4. Kopi Pinabar Sipirok yang dipimpin oleh Bapak Zulkifli Pardede. Metode pengambilan sampel pengusaha secara purposive sampling (pengambilan sampel secara sengaja) penulis memilih Usaha Kopi Narara dengan alasan usaha Pak Robert Siregar yang diberi nama "Kopi Narara" usahanya lebih bagus dilihat dari hasil produksinya yang memiliki ciri khas jika dibandingkan dengan usaha sejenis lainnya yang berada di sekitar Kecamatan Sipirok

Kabupaten Tapanuli Selatan. Pengambilan sampel pesaing menggunakan metode *purposive sampling* (pengambilan sampel secara sengaja) memilih pesaing yang hasil produksinya ada kemiripan dengan pengusaha sebanyak 3 pesaing. Pengambilan sampel tenaga kerja yang di ambil yaitu hanya tenaga kerja Pak Robert Siregar sebanyak 5 orang, dan konsumen yang dapat diperoleh datanya sebanyak 6 konsumen. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sudah menjadi pelanggan pada usaha Kopi Narara. Responden yang diambil dalam penelitian sebanyak 15 orang.

**Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan lembar pertanyaan (kuisisioner) yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap usaha Kopi Narara secara internal dan eksternal yang diteliti sesuai dengan tujuan penelitian pertama dan kedua. Analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ketiga yaitu analisis SWOT. Sebagai gambaran dalam menentukan suatu strategi dalam pengembangan suatu usaha dan melakukan analisis identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, kemudian data yang di ambil akan dideskripsikan secara deskriptif atau dimasukkan ke dalam matriks SWOT.

**Grafik Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Kopi Narara Di Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan**

<b>Faktor Internal</b>	<p><b>Kekuatan (Strengths)</b>                  S1. Jenis kopi yang dihasilkan dapat terjamin kualitasnya.                  S2. Lokasi perusahaan strategis dekat dengan bahan baku.                  S3. Produk memiliki kelengkapan izin dan atribut kemasan                  S4. Tenaga kerja terampil dan disiplin                  S5. Memberikan fasilitas yang nyaman bagi pelanggan yang berkunjung</p>	<p><b>Kelemahan(Weaknesses)</b>                  W1. Produksi olahan kopi masih manual.                  W2. Keterbatasan peralatan pengolahan kopi yang dimiliki.                  W3. Jenis produk yang di hasilkan masih kurang                  W4. Terbatasnya jumlah tenaga kerja.                  W5. Kurangnya promosi dan jaringan distribusi yang belum luas.</p>
<b>Faktor Eksternal</b>		

<p><b>Peluang (Opportunities)</b>                  O1. Pangsa pasar kopi olahan masih sangat besar                  O2. Usaha kopi arabika semakin diminati.                  O3. Meningkatnya permintaan konsumen terhadap para produsen kopi karena semakin banyak masyarakat yang meminati kopi.                  O4. Perkembangan teknologi informasi                  O5. Memiliki kesepakatan dengan pemasok.</p>	<p><b>Strategi SO</b>                  Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p><b>Strategi WO</b>                  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p>
<p><b>Ancaman (Threats)</b>                  T1. Semakin banyaknya para pesaing sejenis                  T2. Kenaikan harga bahan baku dari pemasok                  T3. Perubahan pola hidup masyarakat                  T4. Pembeli beralih ke tempat lain</p>	<p><b>Strategi ST</b>                  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p>	<p><b>Strategi WT</b>                  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p>

Diagram di atas, menjelaskan tentang rencana faktor-faktor internal maupun eksternal yang akan dilaksanakan untuk Usaha Kopi Narara Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis yang digunakan pada pembuatan strategi pengembangan usaha Kopi Narara Bapak Robert Siregar ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT memiliki beberapa aspek, yang pertama adalah aspek kekuatan (Strengths), aspek ini mengandung aspek-aspek positif atau kekuatan dari perusahaan. Kedua ialah kelemahan (Weaknesses), aspek ini mengandung aspek negatif atau kelemahan pada perusahaan. Yang ketiga adalah peluang (Opportunities), aspek ini mengandung tentang peluang yang dimiliki oleh perusahaan, dan yang keempat adalah ancaman (Threats), aspek ini mengandung aspek-aspek negatif yang ada pada perusahaan. Dengan begitu ini akan dapat menentukan identifikasi berbagai kemungkinan strategi alternatif yang akan dijalankan.

Dalam melakukan analisis SWOT pada usaha Kopi Narara maka diperlukan matriks yang berisi tentang faktor internal dan faktor eksternal pada usaha. Matriks ini bertujuan untuk mengetahui berapa nilai rating dan bobot pada aspek-aspek usaha yang dapat dilihat pada tabel yang dibawah ini.

Tabel 9. Matriks Faktor Strategi Internal IFAS

No	Faktor-faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Kekuatan</b>				
1	Jenis kopi yang dihasilkan dapat terjamin kualitasnya	0,23	4	0,92
2	Lokasi perusahaan strategis dekat dengan bahan baku	0,25	4	1,00
3	Produk memiliki kelengkapan izin dan atribut kemasan	0,17	4	0,68
4	Tenaga kerja terampil dan disiplin	0,14	4	0,56
5	Memberikan fasilitas yang nyaman bagi pelanggan yang berkunjung	0,21	4	0,84
<b>Jumlah</b>		<b>1,00</b>		<b>4,00</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Produksi kopi masih manual	0,17	1	0,17
2	Keterbatasan peralatan pengolahan kopi yang dimiliki	0,23	2	0,46
3	Jenis produk yang dihasilkan masih kurang	0,23	2	0,47
4	Terbatasnya jumlah tenaga kerja	0,26	2	0,52
5	Kurangnya promosi dan jaringan distribusi yang belum luas	0,16	1	0,16
<b>Jumlah</b>		<b>1,00</b>		<b>1,77</b>

Sumber : Hasil Penelitian data 2023

Dari tabel 9, dapat dilihat bahwa hasil dari perkalian bobot dan rating pada faktor kekuatan sebesar 4,00 dan faktor kelemahan mendapatkan hasil 1,77 yang mana sebelumnya mendapatkan hasil tersebut maka diperlukan nilai dari bobot dan rating, nilai dari bobot didapat dari skor tertinggi dan frekuensi terbanyak dengan syarat jumlah bobot dari setiap faktor tidak boleh melebihi atau kurang dari 1,00 dan rating didapatkan dari data primer yang dikumpulkan melalui pengisian kusioner dan nilai rating diambil berdasarkan nilai yang banyak keluar, setelah nilai bobot dan rating didapatkan maka dilakukan penghitungan untuk mendapatkan hasil dari bobot dikali rating.

Pada tabel IFAS diperoleh skor pembobotan faktor-faktor kekuatan lebih besar dari skor pembobotan faktor-faktor kelemahan ialah  $4,00 > 1,77$ . Hal ini memberikan gambaran bahwa

keadaan internal Usaha Kopi Narara ini cukup memungkinkan untuk dapat mengatasi faktor kelemahan dengan memanfaatkan kekuatan pada usahanya.

Tabel 10. Matriks Faktor Strategi Eksternal EFAS

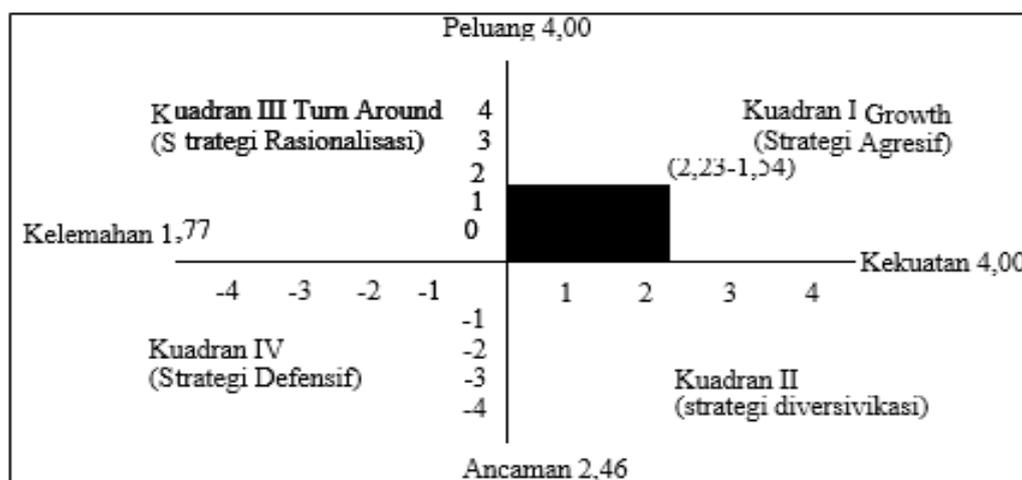
No	Faktor-faktor strategi eskternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Peluang</b>				
1	Pangsa pasar kopi olahan masih sangat besar	0,23	4	0,92
2	Usaha kopi arabika semakin diminati	0,20	4	0,80
3	Meningkatnya permintaan konsumen terhadap para produsen kopi karena semakin banyak masyarakat yang meminati kopi	0,23	4	0,92
4	Perkembangan teknologi informasi	0,18	4	0,72
5	Memiliki kesepakatan dengan pemasok	0,16	4	0,64
<b>Jumlah</b>		<b>1,00</b>		<b>4,00</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Semakin banyaknya para pesaing sejenis	0,23	2	0,92
2	Kenaikan harga bahan baku dari pemasok	0,26	2	0,52
3	Perubahan pola hidup masyarakat	0,32	2	0,64
4	Pembeli beralih ketempat lain	0,19	2	0,38
<b>Jumlah</b>		<b>1,00</b>		<b>2,46</b>

Sumber : Hasil Penelitian data 2023

Dari Tabel 10, dapat dilihat bahwa untuk mendapatkan hasil dari perkalian bobot dan rating pada faktor peluang sebesar 4,00 dan faktor ancaman mendapatkan hasil 2,46 yang manasebelum mendapatkan hasil tersebut maka diperlukan nilai dari bobot dan rating, nilai dari bobotdidapat dari skor tertinggi dan frekuensi terbanyak dengan syarat jumlah bobot dari setiap faktortidak boleh melebihi atau kurang dari 1,00 dan rating didapatkan dari data primer yang dikumpulkan melalui pengisian kusioner dan nilai rating diambil berdasarkan nilai yang banyak keluar, setelah

nilai bobot dan rating didapatkan maka dilakukan perhitungan untuk mendapatkan hasil dari bobot dikali rating.

Pada tabel EFAS diperoleh skor pembobotan faktor-faktor peluang lebih besar dari pada skor pembobotan faktor-faktor ancaman yaitu sebesar  $4,00 > 2,46$ . Hal ini memberikan gambaran bahwa kondisi lingkungan eksternal pada Usaha Kopi Narara mampu mengatasi ancaman dengan menggunakan peluang yang ada.



Gambar 3. Diagram Hasil Analisis SWOT Usaha Kopi Narara

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa usaha kopi narara Bapak Robert Siregar berada diposisi kuadran I, ini menandakan bahwa Usaha Kopi Narara bapak Robert Siregar dapat menggunakan strategi yang agresif yaitu dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan yang dimiliki untuk meraih kemajuan yang semaksimal mungkin.

Cara menentukan posisi kuadran pada usaha ini yaitu [2] :

1. Nilai dari kekuatan 4,00 dikurangi dengan nilai kelemahan 1,77 maka hasil yang diperoleh angka 2,23
2. Nilai dari peluang 4,00 dikurangi dengan nilai ancaman 2,46 maka hasil yang diperoleh yaitu 1,54

Tabel 11. Diagram matrik SWOT Strategi Pengembangan Usaha Kopi Narara di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan

<b>Faktor Internal</b>          <b>Faktor Eksternal</b>	<b>Kekuatan (Strengths)</b> 1. Jenis kopi yang dihasilkan dapat terjamin kualitasnya. 2. Lokasi perusahaan strategis dekat dengan bahan baku. 3. Produk memiliki kelengkapan izin dan atribut kemasan 4. Tenaga kerja terampil dan disiplin 5. Memberikan fasilitas yang nyaman bagi pelanggan yang berkunjung	<b>Kelemahan(Weaknesses)</b> 1. Produksi olahan kopi masih manual. 2. Keterbatasan peralatan pengolahan kopi yang dimiliki. 3. Jenis produk yang di hasilkan masih kurang 4. Terbatasnya jumlah tenaga kerja. 5. Kurangnya promosi dan jaringan distribusi yang belum luas.
	<b>Peluang (Opportunities)</b> 1. Pangsa pasar kopi olahan masih sangat besar 2. Usaha kopi arabika semakin diminati. 3. Meningkatnya permintaan konsumen terhadap para produsen kopi karena semakin banyak masyarakat yang meminati kopi. 4. Perkembangan teknologi informasi 5. Memiliki kesepakatan dengan pemasok.	<b>Strategi S-O</b> 1. Mempertahankan kualitas produk dengan harga terjangkau supaya pangsa pasar kopi tetap stabil 2. Menggunakan teknologi modern dalam hal produksi dan pemasaran.
<b>Ancaman (Threats)</b> 1. Semakin banyaknya para pesaing sejenis. 2. Kenaikan harga bahan baku dari pemasok 3. Perubahan pola hidup masyarakat 4. Pembeli beralih ke tempat lain.	<b>Strategi S-T</b> 1. Meningkatkan kopi arabika yang berkualitas untuk mengurangi pesaing 2. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. 3. Membuat perjanjian harga dengan pemasok	<b>Strategi W-T</b> 1. Menambah mesin dan peralatan serta mempertahankan kualitas produk agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis dalam memenuhi permintaan konsumen 2. Meningkatkan promosi melalui sosial media atau brosur dengan mengedukasi konsumen yang datang.

Sumber : Hasil Penelitian data 2023

Dapat dilihat pada Gambar 4. diatas bahwa strategi yang dihasilkan dari faktor-faktor internal dan eksternal adalah sebagai berikut :

a) Strategi S-O

Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Berdasarkan hasil analisis diperoleh strategi yaitu dengan mempertahankan kualitas produk. Dengan memiliki koordinasi internal yang baik, modal sendiri, dan tenaga kerja yang terampil, serta harga produk yang bersaing, dan produk memiliki izin serta adanya hubungan baik dengan pelanggan maka Usaha Kopi Narara berpeluang meraih pasar yang lebih besar karena minum kopi arabika sedang tren.

b) Strategi S-T

Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal. Berdasarkan hasil analisis diperoleh strategi yaitu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Sehingga pelanggan memilih Usaha Kopi Narara sebagai tempat untuk mencari kopi sesuai selera.

c) Strategi W-O

Strategi ini meminimalisir kelemahan internal untuk merebut peluang eksternal. Berdasarkan hasil analisis diperoleh strategi yaitu menambah mesin, alat serta dan tenaga kerja, serta peningkatan dalam menggunakan teknologi. Dengan demikian Usaha Kopi Narara dapat meningkatkan kapasitas produksi dan menerima pasokan bahan baku lebih besar.

d) Strategi W-T

Strategi ini meminimalisir kelemahan internal untuk mengatasi ancaman eksternal. Berdasarkan hasil analisis diperoleh strategi yaitu meningkatkan promosi dan jaringan distribusi produk. Dengan melakukan promosi yang lebih banyak dan efektif maka akan membantu Usaha Kopi Narara dalam hal sosialisasi produk. Serta dengan menambah jaringan distribusi. Maka akan memudahkan Usaha Kopi Narara dalam hal mendistribusikan produk.

#### **IV. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian yang berjudul “ Strategi Pengembangan Usaha Kopi Narara Di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan (Studi Kasus : Usaha Kopi Narara Bapak Robert Siregar)” maka dapat disimpulkan bahwa

1. Ada lima faktor strategis internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Usaha Kopi Narara. Faktor yang menjadi kekuatan dominan dalam Usaha Kopi Narara adalah lokasi usaha yang strategis, dengan hasil perkalian bobot dan rating mencapai 1,00 dan

- jeniskopi yang dihasilkan terjamin dan berkualitas dengan hasil perkalian yaitu 0,92. Sementara itu, kelemahan utama dari Usaha Kopi Narara adalah kurangnya promosi dengan nilai 0,16.
2. Terdapat lima faktor strategis eksternal yang berperan sebagai peluang dan ancaman bagi Usaha Kopi Narara. Faktor peluang dominan Usaha Kopi Narara adalah meningkatnya permintaan konsumen karena semakin banyak masyarakat yang meminati kopi dengan jumlah 0,92. Sementara itu, ancaman utama Usaha Kopi Narara adalah pembeli beralih ketempat lain dengan hasil perkalian bobot dan rating yaitu 0,38.
  3. Strategi yang dapat diterapkan oleh Usaha Kopi Narara dari analisis SWOT adalah strategi agresif, yaitu strategi yang memungkinkan bisnis untuk terus mengembangkan bisnis, meningkatkan pertumbuhan, memperluas dan membuat kemajuan yang sebesar-besarnya. Hasil kuadran yang didapat di peroleh dari pengurangan hasil kekuatan dengan kelemahan sehingga hasilnya 2,23 dan faktor peluang dengan ancaman dengan hasil 1,54.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. (2019). Analisis strategi pemasaran usaha tabo kopi sipirok (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan)
- Alam, A. S., & Cawer, dan M. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Tani Kopi Arabika ( Studi Kasus Di Desa Gunungsari , Kecamatan. *Jurnal Agrivita*, 1(1).
- Arifudin, O., Tanjung, R., & Sofyan, Y. (2020). Manajemen Strategik Teori Dan Imlementasi. *Manajemen Strategik Teori Dan Imlementasi*, 177.
- Basda, M. I., Hasan, I., & Rasyid, R. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI BUBUK ( Studi Kasus Usaha Home Industri Marasa Coffee Makassar )*.
- Fattarani, A. A., Iskandar, E., & Fajri. (2017). Studi Kasus : Usaha “Kampung Kupu Gayo”, Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, 2(4),
- Kurniawan, I. (2021). *Strategi pengembangan usaha kopi luwak di kecamatan sipirokkabupaten tapanuli selatan skripsi*.
- N, R. (2020). Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Arabika Di Desa Muntu Mendong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrakang. *Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhamadiyah Makasar*.
- Nugraha, L. A., & Kartika, N. (2021). Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis Bebys Coffee Menggunakan Analisis Swot dengan Neutrosophic Analytic Hierarchy Process. *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 4(2), 123–138. <https://doi.org/10.21632/perwira.4.2.123-138>

- Pratiwi, R. (2016). Hambatan Dan Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Dalam Upaya Peningkatan Produksi Di Kecamatan Candiroto Kabupaten Temanggung. *Economics Development Analysis Journal*, 5(2).
- Ranitaswari, P. A., Mulyani, S., & Bayu Sadyasmara, C. A. (2018). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK KOPI DAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (Studi Kasus Di Geo Coffee). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 6(2),
- Sianturi, R., Ginting, M., & Kesuma, S. I. (2015). Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Arabika (*Coffea Arabica L*) Di Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan. (Kasus Mahasiswa Strata 1 Universitas Sumatera Utara). *Agri- Sosioekonomi*.
- Simatupang, A. E. C., Dimatupang, J. T., & Berutu, P. T. S. S. (2022). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Robusta. *Jurnal Methodagro*, 8, 67–76.
- Siregar, G., & Iqbal, M. (2021). “Strategi Pengembangan Usahatani Kopi Arabika (Studi Kasus: Desa Sukamakmur Kec. Kutalimbaru, Kab. Deli Serdang). 1 (November),