

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CASCARA DI CV. KOPI CITARASA PERSADA

CASCARA BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN CV. KOPI CITARASA PERSADA

Edwin Realdi Bagaskara, Sudiyarto^{*)}, Sri Tjondro Winarno

Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Co-author e-mail : sudiyarto@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Produk cascara di CV. Kopi Citarasa Persada sulit berkembang karena belum banyak dikenal masyarakat dan inovasi dari produk ini masih minim terutama dalam pengemasan yang hanya menggunakan plastik pouch, sehingga tampilannya kurang menarik konsumen. Tujuan riset ini untuk memformulasikan alternatif strategi pengembangan usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada yang unggul dan tepat dengan menggunakan metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Lokasi riset ditentukan dengan sengaja di CV. Kopi Citarasa Persada. Metode riset menggunakan analisis matriks IFE, matriks EFE, dan analisis SWOT. Hasil riset memperlihatkan analisis data pada analisis matriks IFE didapatkan skor untuk faktor kekuatan sebesar 1,80 dan skor faktor kelemahan sebesar 1,71. Sedangkan pada analisis matriks EFE didapatkan skor untuk faktor peluang sebesar 1,54, dan skor faktor ancaman sebesar 2,09. Hasil analisis matriks SWOT menempatkan usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada berada pada kuadran II dan strategi yang harus diterapkan adalah mengoptimalkan kapasitas produksi untuk membuat produk yang lebih inovatif, mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menjaga kualitas produk cascara, dan menggunakan marketplace untuk memperluas pasar.

Kata Kunci: Cascara, Strategi Pengembangan Usaha, SWOT

ABSTRACT

Cascara products at CV. Kopi Citarasa Persada is difficult to develop because it is not widely known by the public and the innovation of this product is still minimal, especially in packaging that only uses plastic pouches, so that it looks less attractive to consumers. The purpose of this research is to formulate alternative strategies for cascara business development at CV. Excellent and precise Persada Citarasa Coffee using the SWOT analysis method (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). The research location was determined intentionally in the CV. Persada Taste Coffee. The research method uses IFE matrix analysis, EFE matrix, and SWOT analysis. The results of the research show that data analysis in the IFE matrix analysis obtained a score for the strength factor of 1.80 and a score of 1.71 for the weakness factor. Meanwhile, in the EFE matrix analysis, the score for the opportunity factor is 1.54, and the threat factor score is 2.09. The results of the SWOT matrix analysis place Cascara's business in CV. Kopi Citarasa Persada is in quadrant II and the strategy that must be implemented is to optimize production capacity to make more innovative products, maintain quality raw materials to maintain the quality of cascara products, and use the marketplace to expand the market.

Keywords: Cascara, Business Development Strategy, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara agraris dimana pertanian merupakan basis utama perekonomian nasional. Dibandingkan dengan negara-negara Asia lainnya, Indonesia adalah negara agraris terbesar ketiga setelah India dan China (Aryawati dan Made, 2018). Pembangunan ekonomi nasional pada abad ke-22 sebagian besar masih akan bertumpu pada sektor pertanian. Namun sesuai dengan tahapan pembangunan ekonomi, maka sektor jasa dan usaha di bidang pertanian juga akan berbanding lurus, terutama kegiatan pengolahan hasil pertanian termasuk agroindustri akan menjadi salah satu bisnis inti (*industry leader*) pembangunan ekonomi nasional dalam berbagai aspek utama (Zuhdi, 2021).

Subsektor perkebunan merupakan bagian dari sektor pertanian yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Peran subsektor perkebunan ditonjolkan oleh kontribusi pendapatan domestik bruto, sumber devisa, tingginya nilai investasi pembangunan nasional, neraca perdagangan bahan baku pertanian nasional, penyediaan bahan pangan dan bahan baku industri, penyerap tenaga kerja, sumber pendapatan utama masyarakat pedesaan dan berbagai peran strategis lainnya (Wardani, Tria, and Libria, 2021).

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan perkebunan di Indonesia, kopi arabika merupakan komoditas andalan yang diekspor ke luar negeri (Sitanggang, 2013). Salah satu penghasil kopi di Indonesia adalah Kabupaten Pasuruan. Hal ini dapat dilihat dari data produksi perkebunan kopi berdasarkan kecamatan di Kabupaten Pasuruan pada tahun 2019 dan 2020. Produksi kopi di Kabupaten Pasuruan mencapai 1.365,43 pada tahun 2019 dan meningkat menjadi 1.380,34 pada tahun 2020 dengan Kecamatan Tukur yang memproduksi kopi paling banyak yaitu pada tahun 2019 sebesar 688,47 ton, dan pada tahun 2020 sebesar 679,05 ton (Badan Pusat Statistik Pasuruan, 2021).

Tingginya hasil produksi di Kecamatan Tukur berdampak pada banyaknya limbah kulit buah kopi. Nilai tersebut menunjukkan besarnya potensi pencemaran limbah padat jika tidak digunakan. Upaya pengelolaan limbah cair dan padat perlu dilakukan agar kegiatan usahatani kopi rakyat tidak berdampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Salah satu proses pengolahan limbah kulit kopi adalah dengan mengolahnya menjadi minuman cascara.

Cascara adalah produk minuman yang berasal dari kulit buah ceri kopi yang dikeringkan dan ditawarkan kepada

konsumen untuk mengatasi masalah radikal bebas sebagai minuman penyegar yang mengandung antioksidan alami, Namun, produk ini belum banyak digunakan karena kulit buah ceri kopi tidak diproses setelah proses pembuatan kopi (Mahriani, Sattya, and Syubbanul, 2019).

CV. Kopi Citarasa Persada (*Tutur Coffee Village*) merupakan salah satu produsen yang mengolah limbah kulit kopi menjadi cascara sejak tahun 2017. CV. Kopi Citarasa Persada (*Tutur Coffee Village*) dalam mengolah cascara masih tradisional dikarenakan kualitas SDM yang rendah sehingga pengolahan limbah kulit kopi menjadi cascara belum optimal. Produk ini sulit berkembang karena belum banyak dikenal masyarakat dan inovasi dari produk ini masih minim terutama dalam pengemasan yang hanya menggunakan plastik pouch, sehingga tampilannya kurang menarik konsumen.

Selain itu promosi yang dilakukan CV. Kopi Citarasa Persada (*Tutur Coffee Village*) terkesan kurang optimal karena belum diketahuinya target pasar serta masih belum memiliki label dan masih bergantung pada pengunjung yang datang. Padahal usaha cascara memiliki prospek yang baik dilihat dari potensi bahan baku yang melimpah serta murah dan memiliki kandungan yang baik terutama pada

antioksidan yang sangat tinggi dengan harga murah. Selain itu lokasi usaha yang strategis dimana dekat dengan tempat wisata, dan usaha cascara ini dirasa memiliki tingkat pesaing yang rendah karena masih jarang ditemui usaha sejenis dilokasi usaha.

Potensi dari limbah kulit buah ceri kopi pada CV. Kopi Citarasa Persada (*Tutur Coffee Village*) menjadi minuman kaya antioksidan belum optimal, sehingga diperlukan strategi pengembangan usaha minuman cascara di CV. Kopi Citarasa Persada (*Tutur Coffee Village*).

Tujuan riset ini adalah :

1. Menganalisis faktor – faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada.
2. Menganalisis Strategi Pengembangan Usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada.

METODE PENELITIAN

Lokasi riset ditentukan secara sengaja di CV. Kopi Citarasa Persada tepatnya di Dusun Gunung Sari, RT 01, RW 04, Kecamatan Tutur. Kabupaten Pasuruan. Lokasi riset ditentukan dengan mempertimbangkan bahwa CV. Kopi Citarasa Persada adalah salah satu produsen yang mengolah limbah kulit buah kopi

menjadi cascara di Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan. Pengambilan responden mempertimbangkan beberapa kriteria yaitu pihak yang mengetahui kegiatan pengolahan cascara, berpengalaman dan akrab dengan kondisi lingkungan sekitar, dan secara aktif terlibat dalam kegiatan yang melibatkan penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah semua tenaga kerja di CV. Kopi Citarasa Persada (*Tudur Coffee Village*) dan BBPPTP.

Menurut Sugiyono (2013) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam riset, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Sumber data riset dihimpun dari data primer yang didapatkan dari hasil pengamatan langsung dan wawancara dengan pemilik usaha dan tenaga kerja di CV. Kopi Citarasa Persada (*Tudur Coffee Village*), dan data sekunder yang diperoleh dari instansi/lembaga, e-journal, buku, dan artikel yang berhubungan dengan riset ini.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, dimana matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) yang akan menguraikan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) yang akan

menguraikan faktor-faktor peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan.

Rangkuti (2018) juga menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threat*). Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi pengembangan usaha cascara yang akan digunakan CV. Kopi Citarasa Persada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal

Faktor-faktor internal usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada, diantaranya :

1. Kekuatan

- a. Produk yang memiliki khasiat yang banyak

Menurut Muzaifa, Syarifah, dan Hilyati (2021), cascara dikenal sebagai antioksidan dan radikal bebas yang dapat menunda kerusakan sel sehingga dapat digunakan sebagai penyegar dan alternatif dalam pengobatan tekanan darah tinggi, penyakit jantung, dan kanker. Cascara juga mengandung penghambat enzim α -

glukosidase dan α -amilase, yang baik dikonsumsi bagi penderita diabetes. Selain itu, cascara dapat melindungi perut dan baik untuk kulit agar terlihat kencang.

b. Bahan baku yang melimpah

Ketersediaan bahan baku sendiri berasal dari Kelompok Tani Kopi Manunggaling Karso dengan jumlah anggota sebesar 23 anggota dengan luas lahan sebesar 34 hektar perkebunan kopi

c. Inovasi pemanfaatan bahan sisa

Pengolahan limbah kulit kopi menjadi produk minuman cascara di CV. Kopi Citarasa Persada merupakan inovasi yang dilakukan untuk memanfaatkan limbah kulit kopi yang sebelumnya hanya dibuang.

d. Ketersediaan SDM di lingkungan sekitar

Selain dilatarbelakangi oleh banyaknya hasil kopi di Dusun Krajan, Gendro, Tukur, Pasuruan, Jawa Timur, pendirian usaha ini juga dilatarbelakangi oleh adanya SDM di lingkungan usaha

e. Mengurangi limbah dari produksi kopi

Sebelumnya limbah kulit kopi disekitar lokasi usaha hanya dibuang, sekarang dapat diolah menjadi produk minuman cascara yang memiliki nilai ekonomis tinggi

2. Kelemahan

a. Kualitas SDM rendah

Tenaga kerja di CV. Kopi Citarasa Persada kualitasnya masih rendah. Hal ini dapat berpengaruh terhadap rendahnya

tingkat produktivitas di CV. Kopi Citarasa Persada. Bukan hanya dalam segi produksinya saja, akan tetapi dalam pemasarannya juga sehingga penjualan produk cascara tidak stabil

b. Teknologi pengolahan sederhana

Proses pengeringan kulit buah kopi yang dilakukan oleh CV. Kopi Citarasa Persada masih menggunakan teknologi pengeringan sederhana yaitu dengan menjemur dibawah sinar matahari yang memerlukan waktu kurang lebih 7 hari sehingga proses produksi dinilai terlalu lama.

c. Promosi kurang optimal

Promosi penjualan yang digunakan yaitu mempromosikan secara langsung kepada pengunjung CV. Kopi Citarasa Persada dan juga mempromosikan produk cascara saat pemilik usaha mengisi seminar. Strategi promosi ini dirasa belum maksimal yang ditandai dengan penjualan pada produk cascara yang belum stabil atau hasil penjualannya rendah dan cakupan customer yang masih sempit.

d. Kemasan kurang menarik

Pengemasan produk cascara hanya menggunakan plastic pouch dan belum ada label dalam kemasan tersebut sehingga terkesan sederhana dan kurang menarik

e. Manajemen perusahaan kurang optimal

Sistem manajemen masih kurang tertata, masih menggunakan sistem manajemen

yang seadanya, dan juga kurang bagusnya SDM yang ada sehingga masih membutuhkan pelatihan.

f. Administrasi yang masih lemah

Belum adanya pembukuan khususnya untuk produk cascara.

g. Belum diketahuinya target pasar

Produk cascara tidak memiliki segmen pasar yang spesifik, menjadikan daya saing produk cascara ini menjadi sangat rendah

Analisis Faktor Eksternal

Faktor-faktor eksternal usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada, diantaranya :

1. Peluang

a. Tingkat pesaing masih rendah

Sebelumnya ada beberapa petani kopi yang memproduksi cascara namun hanya CV. Kopi Citarasa Persada yang masih konsisten memproduksi cascara sampai dengan sekarang.

b. Lokasi usaha dekat dengan tempat wisata

Lokasi usaha CV. Kopi Citarasa Persada sendiri dekat dengan tempat wisata bukit flora dan wisata edukasi kopi.

c. Khasiat produk yang banyak dan baik sehingga banyak dicari oleh konsumen

Manfaat cascara diantaranya dapat menangkal radikal bebas, melindungi lambung, serta bagus untuk kulit agar terlihat kencang. Dengan kemampuan menangkal radikal bebas yang amat baik,

cascara sangat cocok untuk mencegah tumbuhnya sel kanker dan meningkatkan daya tahan tubuh (Nafisah dan Tri, 2018).

d. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar

Usaha ini dapat menyerap tenaga kerja di sekitar lokasi usaha, dimana dengan adanya lapangan pekerjaan dapat membantu masyarakat sekitar untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan mereka.

e. Produk berkhasiat antiosidan yang murah

Cascara juga memiliki kandungan antioksidan. Harga cascara di CV. Kopi Citarasa Persada dijual Rp. 25.000,- perbungkusnya dengan berat 100 gram.

2. Ancaman

a. Ketidaktahuan konsumen tentang produk ini memiliki khasiat yang bagus

Promosi yang dilakukan belum optimal dan hanya sekedar mempromosikan ke media sosial atau promosi secara langsung kepada konsumen yang datang ke CV. Kopi Citarasa Persada, sehingga menyebabkan banyak konsumen tidak tahu tentang produk cascara ini yang memiliki banyak khasiat yang bagus.

b. Munculnya produk sejenis dengan inovasi baru

Adanya pengusaha cascara sejenis dengan inovasi baru seperti teh celup

cascara yang menjadikan salah satu ancaman bagi CV. Kopi Citarasa Persada.

c. Cuaca yang berubah-ubah berpengaruh terhadap produksi cascara

Faktor iklim dan cuaca berpengaruh pada proses produksi cascara di CV. Kopi Citarasa Persada, dimana proses pengeringan masih mengandalkan terik panas matahari.

d. Produksi tidak konsisten karena penjualannya rendah

Penjualan produk cascara masih tergolong rendah, hal tersebut berdampak pada proses produksi yang tidak konsisten

e. Banyaknya petani kopi yang berhenti mengolah cascara karena kurang adanya pasar

Sebelumnya ada beberapa petani kopi yang pernah memproduksi cascara namun karena tidak adanya pasar sehingga para

petani tersebut berhenti memproduksi cascara.

f. kebiasaan konsumen dengan produk teh sehingga cascara kurang dilirik

Cascara merupakan produk sejenis teh yang dijual oleh CV. Kopi Citarasa Persada, kebiasaan konsumen akan produk teh dengan merek lain dengan harga yang lebih terjangkau membuat produk cascara kurang diminati.

Analisis Matriks IFE

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) digunakan untuk menganalisis faktor internal yang terdapat pada usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Hasil analisis sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Matriks IFE

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Produk yang memiliki khasiat yang banyak	0.09	3.88	0.36
2	Bahan baku yang melimpah	0.10	4.00	0.39
3	Inovasi pemanfaatan bahan sisa	0.09	3.75	0.34
4	Ketersediaan SDM di lingkungan sekitar	0.09	3.63	0.32
5	Mengurangi limbah dari produksi kopi	0.10	4.00	0.39
Total Kekuatan				1.80
Kelemahan				
1	Kualitas SDM rendah	0.06	2.50	0.15
2	Teknologi pengolahan sederhana	0.07	2.75	0.18
3	Promosi kurang optimal	0.07	3.00	0.22
4	Kemasan kurang menarik	0.09	3.63	0.32
5	Manajemen perusahaan kurang optimal	0.09	3.63	0.32
6	Administrasi yang masih lemah	0.09	3.63	0.32
7	Belum diketahuinya target pasar	0.07	2.88	0.20
Total Kelemahan				1.71
Total		1		

Sumber : Analisis data primer, 2022.

Tabel 1 memperlihatkan hasil analisis matriks IFE dimana skor untuk faktor kekuatan sebesar 1,80 dan skor untuk faktor kelemahan sebesar 1,71. Kekuatan utama dari usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada adalah memiliki bahan baku yang melimpah dan produk cascara ini dapat mengurangi limbah dari produksi kopi, masing-masing memperoleh skor sebanyak 0,39. Sedangkan yang menjadi kelemahan utama dari usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada adalah kemasan yang

kurang menarik, manajemen perusahaan yang kurang optimal, dan administrasi yang masih lemah. Masing-masing memperoleh skor sebanyak 0,32.

Analisis Matriks EFE

Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) digunakan untuk menganalisis faktor eksternal yang terdapat pada usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada untuk mendapatkan faktor peluang dan faktor ancaman. Hasil analisis sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Matriks EFE

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Tingkat pesaing masih rendah	0.10	4.00	0.40
2	Lokasi usaha dekat dengan tempat wisata	0.08	3.25	0.26
3	Khasiat produk yang banyak dan baik sehingga banyak dicari oleh konsumen	0.09	3.63	0.33
4	Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar	0.08	3.00	0.23
5	Produk berkhasiat antikosidan yang murah	0.10	4.00	0.40
Total Peluang				1.62
Ancaman				
1	Ketidaktahuan konsumen tentang produk ini memiliki khasiat yang bagus	0.10	4.00	0.40
2	Munculnya produk sejenis dengan inovasi baru	0.08	3.13	0.24
3	Cuaca yang berubah-ubah berpengaruh terhadap produksi cascara	0.09	3.75	0.35
4	Produksi tidak konsisten karena penjualannya rendah	0.09	3.63	0.33
5	Banyaknya petani kopi yang berhenti mengolah cascara karena kurang adanya pasar	0.10	4.00	0.40
6	kebiasaan konsumen dengan produk teh sehingga cascara kurang dilirik	0.09	3.63	0.33
Total Ancaman				2.05
Total		1		

Sumber : Analisis data primer, 2022.

Tabel 2 memperlihatkan hasil analisis matriks EFE dimana skor untuk faktor peluang sebesar 1,62 dan skor untuk faktor ancaman sebesar 2,05. Peluang utama dari usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada adalah usaha cascara ini memiliki tingkat

pesaing yang masih rendah dan produk cascara berkhasiat antioksidan dengan harga yang murah, masing-masing faktor memperoleh skor sebanyak 0,40. Sedangkan yang menjadi ancaman utama dari usaha cascara di CV. Kopi Citarasa

Persada adalah ketidaktahuan konsumen tentang produk cascara ini memiliki khasiat yang bagus dan banyaknya petani kopi yang berhenti mengolah cascara karena kurang

adanya pasar. Masing-masing memperoleh skor sebanyak 0,40.

Formulasi Matriks SWOT

Tabel 3. Matriks SWOT

	Strength (S)	Weakness (W)
IFE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang memiliki khasiat yang banyak 2. Bahan baku yang melimpah 3. Inovasi pemanfaatan bahan sisa 4. Ketersediaan SDM di lingkungan sekitar 5. Mengurangi limbah dari produksi kopi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas SDM rendah 2. Teknologi pengolahan sederhana 3. Promosi kurang optimal 4. Kemasan kurang menarik 5. Manajemen perusahaan kurang optimal 6. Administrasi yang masih lemah 7. Belum diketahuinya target pasar
EFE		
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat pesaing masih rendah 2. Lokasi usaha dekat dengan tempat wisata 3. Khasiat produk yang banyak dan baik sehingga banyak dicari oleh konsumen 4. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar 5. Produk bekhasiat antikosidan yang murah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan bahan baku yang ada untuk memproduksi cascara 2. Mengembangkan pengolahan hasil cascara menjadi produk yang lebih inovatif dan menarik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keterampilan teknis tenaga kerja untuk peningkatan mutu produk. 2. Inovasi kemasan produk dan pemberian label pada kemasan produk untuk menarik konsumen 3. Mengoptimalkan penggunaan strategi digital marketing 4. Melakukan pembukuan usaha yang terstruktur
Threat (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketidaktahuan konsumen tentang produk ini memiliki khasiat yang bagus 2. Munculnya produk sejenis dengan inovasi baru 3. Cuaca yang berubah – berubah berpengaruh terhadap produksi cascara 4. Produksi tidak konsisten karena penjualannya rendah 5. Banyaknya petani kopi yang berhenti mengolah cascara karena kurang adanya pasar. 6. Kebiasaan konsumen dengan produk teh sehingga cascara kurang dilirik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan kapasitas produksi untuk membuat produk yang lebih inovatif. 2. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menjaga kualitas produk cascara. 3. Menggunakan <i>marketplace</i> untuk memperluas pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan dan memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi dan informasi yang ada. 2. Meningkatkan strategi promosi yang selama ini masih kurang optimal dibuat lebih menarik menggunakan teknologi dan informasi terbaru agar tingkat daya beli masyarakat terhadap produk cascara meningkat.

Sumber : Analisis data primer, 2022.

1. Strategi SO

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan faktor kekuatan untuk memanfaatkan faktor peluang yang ada.

Strategi yang dapat digunakan yaitu : mengoptimalkan bahan baku yang ada untuk memproduksi cascara dan mengembangkan pengolahan hasil cascara

menjadi produk yang lebih inovatif dan menarik

2. Strategi WO

Strategi WO merupakan strategi yang meminimalkan faktor kelemahan untuk memanfaatkan faktor peluang yang ada. Strategi yang dapat digunakan yaitu : meningkatkan keterampilan teknis tenaga kerja untuk peningkatan mutu produk, inovasi kemasan produk dan pemberian label pada kemasan produk untuk menarik konsumen, mengoptimalkan penggunaan strategi digital marketing, dan melakukan pembukuan usaha yang terstruktur.

3. Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan faktor kekuatan untuk menghindari faktor ancaman yang ada. Strategi yang dapat digunakan yaitu : mengoptimalkan kapasitas produksi untuk membuat produk yang lebih inovatif, mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menjaga kualitas produk cascara, dan menggunakan *marketplace* untuk memperluas pasar.

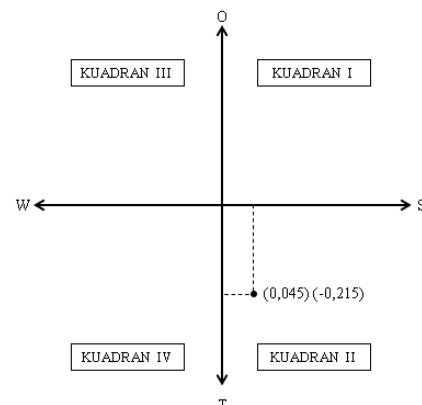
4. Strategi WT

Strategi WT merupakan strategi yang meminimalkan faktor kelemahan dan menghindari faktor ancaman. Strategi yang dapat digunakan sebagai berikut : mempertahankan dan memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi

dan informasi yang ada, dan meningkatkan strategi promosi yang selama ini masih kurang optimal dibuat lebih menarik menggunakan teknologi dan informasi terbaru agar tingkat daya beli masyarakat terhadap produk cascara meningkat

Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) pada usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada (Tutur Coffee Village) menunjukkan bahwa titik koordinat positif dan negatif, sumbu koordinat (x) sebesar 0,045 sedangkan sumbu koordinat (y) sebesar -0,215. Sehingga titik tersebut berada pada kuadran II, sebagaimana digambarkan pada diagram SWOT.



Gambar 1. Hasil Diagram SWOT
Hasil SWOT menunjukkan bahwa strategi usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada terletak pada kuadran II, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman yang ada dengan

cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Berdasarkan hal tersebut faktor strategi yang perlu dioptimalkan antara lain sebagai berikut :

1. Mengoptimalkan kapasitas produksi untuk membuat produk yang lebih inovatif.

Pengoptimalan kapasitas produksi yang dapat dilakukan dengan cara membuat produk cascara yang lebih inovatif berupa teh cascara dalam kemasan teh celup yang mudah digunakan oleh konsumen dan tahan lama, serta pengoptimalan ketersediaan bahan baku kulit buah kopi yang melimpah dengan cara proses pengolahan yang menjaga kualitas dan kuantitas produksi

2. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menjaga kualitas produk cascara

Menjaga kualitas bahan baku sangat penting untuk membuat produk yang berkualitas, hal yang dapat dilakukan oleh CV. Kopi Citarasa Persada yaitu dengan melakukan quality control mulai dari pengadaan bahan baku kulit buah kopi, proses produksi, sampai dengan produk jadi untuk dipasarkan ke konsumen.

3. Menggunakan marketplace untuk memperluas pasar

Memasarkan produk cascara dalam marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan sebagainya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Analisis data pada analisis matriks IFE didapatkan skor untuk faktor kekuatan sebesar 1,80 dan skor faktor kelemahan sebesar 1,71. Sedangkan pada analisis matriks EFE didapatkan skor untuk faktor peluang sebesar 1,54, dan skor faktor ancaman sebesar 2,09. Hasil analisis matriks SWOT menempatkan usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada berada pada kuadran II dan strategi yang harus diterapkan adalah mengoptimalkan kapasitas produksi untuk membuat produk yang lebih inovatif, mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menjaga kualitas produk cascara, dan menggunakan marketplace untuk memperluas pasar.

Saran

. Usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada sebaiknya memanfaatkan teknologi lebih modern dalam proses produksi cascara, supaya lebih efektif dan efisien dalam proses produksinya dan juga inovasi pengemasan yang lebih menarik dengan pemberian label. Perlunya pembenahan usaha khususnya dalam masalah manajemen dan administrasi keuangan maupun pemasaran yang telah dilakukan secara kontinyu, sehingga lebih memudahkan usaha ini dalam menentukan

keputusan dalam sistem usahanya. Khususnya untuk pemasaran sebaiknya memanfaatkan teknologi. Serta bagi Usaha cascara di CV. Kopi Citarasa Persada sebaiknya mengimplementasikan strategi yang telah diformulasikan sehingga dapat meningkatkan perkembangan usaha ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryawati, Ni Putu Riska, and Kembar Sri Budhi Made. (2018). Pengaruh Produksi, Luas Lahan, Dan Pendidikan Terhadap Pendapatan Petani Dan Alih Fungsi Lahan Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* 7 (9): 1918–52.
- Badan Pusat Statistik Pasuruan. (2021). *Kabupaten Pasuruan Dalam Angka 2021*. Badan Pusat Statistik, Pasuruan.
- Mahriani, Arimurti Sattya, and Wathon Syubbanul. (2019). Peningkatan Nilai Ekonomi Kulit Buah Kopi Robusta (*Coffea Canephora*) Melalui Produksi Teh Celup Cascara Sebagai Minuman Fungsional Kaya Antioksidan.” *Warta Pengabdian* 13 (4): 123–35. <https://doi.org/10.19184/wrtp.v13i4.10113>.
- Muzaifa, Murna, Rohaya Syarifah, and Ainia Sofyan Hilyati. (2021). Karakteristik Mutu Kimia Dan Sensoris Teh Kulit Kopi (*Cascara*) Dengan Penambahan Lemon Dan Madu. *Agrointek* 16 (1): 10–17. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v16i1.11409>.
- Dzurratun Nafisah, and Tri Dewanti Widyaningsih. (2018). Kajian Metode Pengeringan Dan Rasio Penyeduhan Pada Proses Pembuatan Teh Cascara Kopi Arabika (*Coffea Arabika L.*). *Jurnal Pangan Dan Agroindustri* 6 (3): 37–47. <https://doi.org/10.21776/ub.jpa.2018.006.03.5>.
- Rangkuti, Freddy. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sitanggang, J. (2013). Pengembangan Potensi Kopi Sebagai Komoditas Unggulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Dairi. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 1 (6): 33–48.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Wardani, Irma, Rosana Dewi Tria, and Widiastuti Libria. (2021). Perencanaan Strategi Pengembangan Agribisnis Tanaman Perkebunan Unggulan Di Kabupaten Sukoharjo. *Agric* 33 (1): 67–80. <https://doi.org/10.24246/agric.2021.v33.i1.p67-80>.
- Zuhdi, Fadhlan. (2021). Peranan Sektor Pertanian Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 5 (1): 274–85. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.01.25>.