

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ARAPANG BAJAWA COFFEE



DAMASUS RONALD BHOGA

22.D1.0056

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2026

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ARAPANG BAJAWA COFFEE

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh gelar Sarjana

Ekonomi pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



DAMASUS RONALD BHOGA

22.D1.0056

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

SEMARANG

2026

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk meninjau strategi pengembangan bisnis Arapang Bajawa Coffee dengan menerapkan strategi yang telah dikembangkan sebelumnya. Arapang Bajawa Coffee adalah usaha kopi yang berlokasi di Semarang. Arapang Bajawa Coffee menghadapi berbagai tantangan dengan menerapkan strategi yang telah dikembangkan sebelumnya, dan menilai hasil implementasi strategi pengembangan bisnis.

Metode penelitian ini, khususnya di bidang branding, kapasitas produksi, pemasaran digital, dan persaingan bisnis yang semakin ketat. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan analisis SWOT yang menggunakan kuesioner untuk menganalisis data kuantitatif. Data diperoleh melalui observasi, dokumentasi, wawancara, dan kuesioner penyebaran kepada tiga puluh pelanggan Arapang Bajawa Coffee. Matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM digunakan dalam analisis untuk menentukan prioritas strategis pengembangan bisnis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Arapang Bajawa Coffee menawarkan biji kopi berkualitas terbaik, cita rasa khas Bajawa, harga yang kompetitif, hubungan yang erat dengan petani, dan hubungan jangka panjang.

Keterbatasan modal pemasaran, skala produksi kecil, dan branding yang rendah merupakan perhatian utama dalam situasi lain. Di antara manfaatnya termasuk pertumbuhan e-commerce, pemasaran digital, tren konsumsi kopi, dan dukungan pemerintah untuk UMKM kopi. Meskipun demikian, penyebab utamanya adalah persaingan bisnis, fluktuasi harga bahan, dan substitusi yang lebih terjangkau.

Berdasarkan hasil analisis, strategi terbaik yang dapat diimplementasikan adalah strategi ekspansi melalui branding digital, persyaratan jaringan distribusi, peningkatan kapasitas produksi, dan edukasi konsumen tentang kualitas Kopi Bajawa. Diharapkan implementasi strategi ini akan meningkatkan daya saing, meningkatkan pangsa pasar, dan mendorong pertumbuhan stabil Kopi Bajawa.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Matriks IE, QSPM, Kopi Bajawa, UMKM, dan strategi pengembangan bisnis.

ABSTRACT

The purpose of this study is to review the business development strategy of Arapang Bajawa Coffee by implementing the strategies that have been previously formulated. Arapang Bajawa Coffee is a coffee business located in Semarang. The company faces various challenges in implementing its business development strategies and evaluating the results of these strategies.

This study focuses on several aspects, particularly branding, production capacity, digital marketing, and increasingly intense business competition. The research methodology used is a descriptive qualitative method with SWOT analysis, supported by questionnaires to analyze quantitative data. Data were collected through observation, documentation, interviews, and questionnaire distribution to thirty customers of Arapang Bajawa Coffee. The IFE, EFE, IE, SWOT, and QSPM matrices were used in the analysis to determine the strategic priorities for business development.

The findings show that Arapang Bajawa Coffee offers high-quality coffee beans, the distinctive taste of Bajawa coffee, competitive prices, close relationships with farmers, and long-term partnerships. On the other hand, limited marketing capital, small-scale production, and low brand awareness are the main weaknesses. Opportunities include the growth of e-commerce, digital marketing, increasing coffee consumption trends, and government support for coffee SMEs. However, the main threats are business competition, fluctuations in raw material prices, and more affordable substitute products.

Based on the analysis results, the best strategy to be implemented is an expansion strategy through digital branding, strengthening distribution networks, increasing production capacity, and educating consumers about the quality of Bajawa Coffee. It is expected that the implementation of these strategies will improve competitiveness, expand market share, and encourage the stable growth of Bajawa Coffee.

Keywords : SWOT Analysis, IE Matrix, QSPM, Bajawa Coffee, SMEs, and Business Development Strategy.