



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI EKSELSA WONOSALAM  
PADA UMKM SUMBER WANDHE DUSUN SUMBER KECAMATAN  
WONOSALAM KABUPATEN JOMBANG**

**SKRIPSI**

Oleh :

**RIDHO ALFIYAS**

**21901032016**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
MALANG**

**2023**



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI EKSELSA WONOSALAM  
PADA UMKM SUMBER WANDHE DUSUN SUMBER KECAMATAN  
WONOSALAM KABUPATEN JOMBANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh :

**RIDHO ALFIYAS**

**21901032016**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
MALANG  
2023**

## RINGKASAN

**Ridho Alfiyas (21901032016) STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI EKSELSA WONOSALAM PADA UMKM SUMBER WANDHE DUSUN SUMBER KECAMATAN WONOSALAM KABUPATEN JOMBANG. Dosen Pembimbing:**

**1. Ir. Sri Hindarti, M.Si. 2. Dr. Ahmad Dedy Syahtori, S.ST.,M Si.**

Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia Kopi Indonesia mempunyai keunggulan komparatif dan kompetitif. Terdapat banyak varietas kopi, namun dalam dunia perdagangan didominasi oleh varietas kopi arabika dan robusta, sedangkan kopi ekselsa tidak terlalu diminati. Bagi daerah dengan sentra produksi kopi peluang dalam mengembangkan usaha kopi sebagai penggerak perekonomian merupakan peluang yang sangat besar. Wonosalam juga merupakan salah satu produsen kopi yang saat ini sedang mengembangkan kopi ekselsa Wonosalam. UMKM Sumber Wandhe adalah salah satu produsen kopi yang cukup dikenal di Wonosalam, Kabupaten Jombang. Sebagai pelaku usaha di bidang kopi perlu beberapa Langkah untuk menyusun strategi pengembangan yaitu dengan menganalisis lingkungan internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Dari uraian diatas maka dilakukan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha kopi ekselsa Wonosalam.

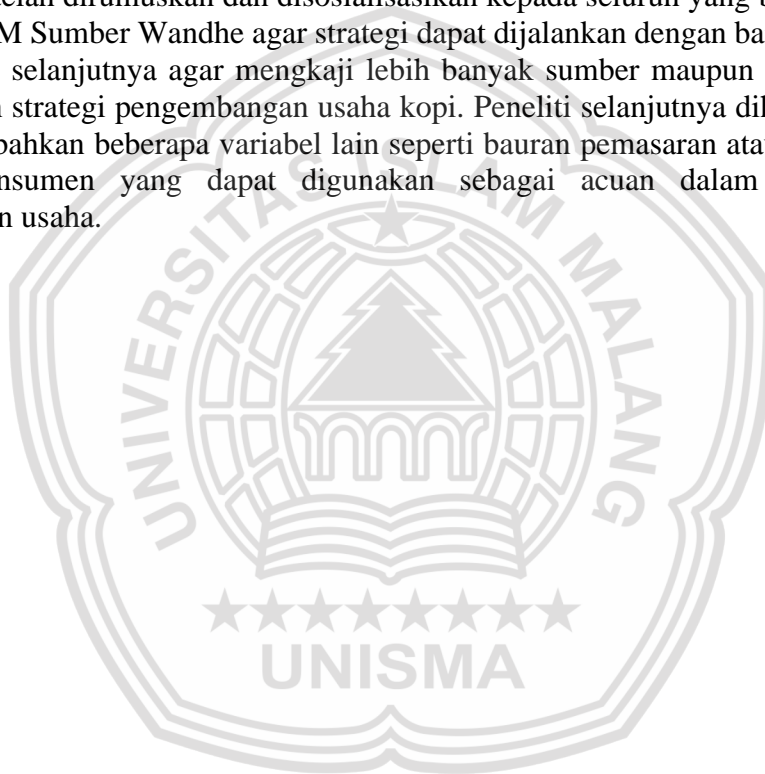
Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan faktor internal dan faktor eksternal usaha kopi ekselsa Wonosalam pada UMKM Sumber Wandhe. 2) Merumuskan strategi pengembangan usaha kopi ekselsa Wonosalam pada UMKM Sumber Wandhe.

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu di UMKM Sumber Wandhe dengan pertimbangan tempat tersebut merupakan salah satu produsen kopi di Kabupaten Jombang serta terdapat kopi ekselsa Wonosalam yang menjadi fokus penelitian. Pengambilan sampel menggunakan *purposive* sampling untuk responden internal dengan informan sebanyak 1 orang pemilik dan 4 orang karyawan dan 30 responden eksternal dari konsumen Sumber Wandhe yang sudah pernah membeli atau merasakan kopi ekselsa Wonosalam dengan pertimbangan bahwa konsumen tersebut mampu memberikan penilaian atas pertanyaan yang diajukan. Metode analisis data menggunakan matriks IE untuk menentukan faktor internal dan eksternal pada Sumber Wandhe, Matriks SWOT untuk melihat alternatif strategi pengembangan yang cocok pada pengembangan usaha kopi Ekselsa Wonosalam di Sumber Wandhe, Matriks SPACE untuk melihat posisi UMKM Sumber Wandhe, dan matriks QSPM untuk mengetahui prioritas strategi yang harus dilakukan dalam pengembangan usaha kopi ekselsa Wonosalam pada UMKM Sumber Wandhe.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal Sumber Wandhe adalah kekuatan yaitu: menyediakan tempat yang nyaman dan fasilitas pendukung pada kedai, produk bervariasi dan memiliki rasa yang khas, penyajian yang baik, pelayanan yang ramah, harga yang bersaing dengan usaha lain sejenis. Kelemahan berupa: lokasi yang kurang strategis jauh dari pusat kota, promosi yang dilakukan belum efektif, tempat kedai dan lahan parkir yang kurang luas. Faktor eksternal berupa peluang yaitu: tren konsumsi kopi yang semakin meningkat, berkembangnya teknologi sebagai sarana produksi, jumlah pengunjung pada hari

libur, mempunyai pelanggan tetap. Ancaman berupa: persaingan dalam usaha kopi yang tinggi, adanya varian kopi yang lebih dikenal masyarakat. Dari hasil analisis matriks IE didapatkan bahwa posisi Sumber Wandhe berada pada sel IV yang merupakan stabilitas, kemudian pada matriks SPACE didapati Sumber Wandhe berada pada kuadran agresif yang menunjukkan bahwa posisi Sumber Wandhe adalah pada kuadran yang mendukung strategi agresif dengan aktif melihat peluang dari usaha kopi ekselsa Wonosalam untuk meraih keuntungan yang tinggi. Penentuan prioritas strategi menggunakan QSPM diperoleh hasil strategi dengan nilai TAS terbesar pada strategi S-T yaitu sering mengadakan event tentang pengenalan kopi ekselsa Wonosalam.

Saran yang dapat diberikan untuk UMKM Sumber Wandhe dalam mengembangkan usaha kopi ekselsa Wonosalam adalah melakukan pengembangan sesuai dengan prioritas strategi yang telah dirumuskan, mengimplementasikan strategi yang telah dirumuskan dan disosialisasikan kepada seluruh yang berkaitan dengan UMKM Sumber Wandhe agar strategi dapat dijalankan dengan baik. Saran untuk peneliti selanjutnya agar mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi terkait dengan strategi pengembangan usaha kopi. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel lain seperti bauran pemasaran atau tingkat kepuasan konsumen yang dapat digunakan sebagai acuan dalam strategi pengembangan usaha.



**ABSTRACT**

**Ridho Alfiyas (21901032016) DEVELOPMENT STRATEGY OF WONOSALAM'S EXELSA COFFEE BUSINESS IN SUMBER WANDHE UMKM SUMBER DUSUN WONOSALAM DISTRICT JOMBANG DISTRICT.**

**Dosen Pembimbing:**

**1. Ir. Sri Hindarti, M.Si. 2. Dr. Ahmad Dedy Syahtori, S.ST.,M Si.**

*According to the Ministry of Agriculture of the Republic of Indonesia, Indonesian coffee has comparative and competitive advantages. There are many varieties of coffee, but in the world of trade it is dominated by Arabica and Robusta coffee varieties, while Excelsa coffee is not very popular. For regions with coffee production centers, the opportunity to develop the coffee business as an economic driver is a very big opportunity. Wonosalam is also one of the coffee producers which is currently developing Wonosalam Excelsa coffee. UMKM Sumber Wandhe is a well-known coffee producer in Wonosalam, Jombang Regency. As a business actor in the coffee sector, you need to take several steps to develop a development strategy, namely by analyzing the internal environment which includes strengths and weaknesses and the external environment which includes opportunities and threats. From the description above, research was carried out regarding the Wonosalam Excelsa coffee business development strategy.*

*The objectives of this research are 1) To identify and describe the internal and external factors of the Wonosalam Excelsa coffee business in Sumber Wandhe. 2) Formulate a strategy for developing the Wonosalam Excelsa coffee business for Sumber Wandhe.*

*The research location was determined purposively, namely at Sumber Wandhe UMKM considering that this place is one of the coffee producers in Jombang Regency and there is Wonosalam Excelsa coffee which is the focus of the research. Sampling used purposive sampling for internal respondents with 1 owner and 4 employees as informants and 30 external respondents from Sumber Wandhe consumers who had previously purchased or tasted Wonosalam Ekselsa coffee with the consideration that these consumers were able to provide an assessment of the questions asked. The data analysis method uses the IE matrix to determine internal and external factors in Sumber Wandhe, the SWOT Matrix to see alternative development strategies that are suitable for developing the Ekselsa Wonosalam coffee business in Sumber Wandhe, the SPACE Matrix to see the position of Sumber Wandhe, and the QSPM matrix to find out priorities strategies that must be carried out in developing the Wonosalam Excelsa coffee business at Sumber Wandhe.*

*The research results show that Sumber Wandhe's internal factors are strengths, namely: providing a comfortable place and supporting facilities in the shop, varied products and having a distinctive taste, good presentation, friendly service, competitive prices with other similar businesses. Weaknesses include: the location is less strategic, far from the city center, the promotions carried out are not yet effective, the shop and parking space is not large enough. External factors in the form of opportunities are: the increasing trend of coffee consumption, the development of technology as a means of production, the number of visitors on holidays, having regular customers. Threats include: high competition in the coffee business, the existence of coffee variants that are better known to the public. From the results of the IE matrix analysis, it was found that the position of Sumber*



*Wandhe was in cell IV which was stability, then in the SPACE matrix it was found that Sumber Wandhe was in the aggressive quadrant, which shows that the position of Sumber Wandhe was in the quadrant that supported an aggressive strategy by actively looking at opportunities from the Excelsa coffee business. Wonosalam to achieve high profits. Determining strategic priorities using QSPM resulted in a strategy with the largest TAS value in the S-T strategy, namely frequently holding events about the introduction of Wonosalam Excelsa coffee.*

*Suggestions that can be given to Sumber Wandhe MSMEs in developing the Wonosalam Excelsa coffee business are to carry out development in accordance with the strategic priorities that have been formulated, implement the strategies that have been formulated and socialize them to all those related to Sumber Wandhe MSMEs so that the strategy can be carried out well. Suggestions for future researchers to study more sources and references related to coffee business development strategies. Future researchers are expected to be able to add several other variables such as marketing mix or level of consumer satisfaction which can be used as a reference in business development strategies.*



## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Pertanian merupakan aktifitas yang bertujuan untuk mengelola sumberdaya hayati untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidupnya. Sektor pertanian sendiri juga berperan penting dalam peningkatan ekonomi masyarakat. Perekonomian di Indonesia dapat dikembangkan melalui sektor pertanian berbasis sumber daya alam dan sektor industri, hal tersebut dikarenakan sektor industri bisa menyerap tenaga kerja yang lebih banyak dibandingkan dengan sektor lainnya. Sektor seperti ini tentunya dapat berdampak baik dengan berkurangnya jumlah pengangguran yang ada di Indonesia.

Salah satu sektor pertanian yang berbasis sumber daya alam adalah perkebunan, sektor ini merupakan sektor yang berkembang secara konsisten pada setiap kuartal, dengan ditinjau dari hasil produksi, dampak kepada ekonomi masyarakat serta luas area. Salah satu komoditas perkebunan yang populer dan sedang berkembang dengan pesat adalah komoditas kopi. Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia kopi Indonesia mempunyai keunggulan komparatif dan kompetitif. Sehingga dengan memproduksi kopi dapat meningkatkan luas kebun, produksi dan ekspor kopi.

Indonesia mampu menembus pasar kopi internasional yang menjadikan kopi sebagai komoditas ekspor unggulan di Indonesia selain komoditas karet, sawit dan kakao. Sehingga kopi mampu menjadi komoditas perkebunan Indonesia yang memiliki nilai ekonomis tinggi sebagai devisa negara (Rahardjo, 2017). *International Coffee Organization* (ICO) mencatat jumlah produksi kopi Indonesia mencapai 9.6 juta karung berukuran 60 kilogram (kg) pada tahun 2019 kemudian meningkat pada tahun 2020 dengan jumlah produksi 11.43 juta karung. Indonesia berhasil melakukan ekspor kopi sejumlah 384.510,6 ton pada tahun 2021 dan mengalami kenaikan pada tahun 2022 dengan jumlah ekspor 434.198,5 ton kopi (Badan Pusat Statistik, 2023).

Tabel 1. Data Ekspor Kopi Indonesia

No	Tahun	Jumlah Ekspor (karung berukuran 60kg)
1.	2018	4.539.000
2.	2019	6.334.000
3.	2020	7.277.934
4.	2021	7.106.838

Sumber : *International Coffee Organization, 2022*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa Indonesia mampu dapat menembus ekspor kopi dengan kuantitas yang cukup tinggi mencapai 4.5 juta karung berukuran 60kg pada tahun 2018 dan meningkat pada tahun 2019 sejumlah 6.3 juta karung dan masih meningkat pada tahun 2020 dengan jumlah ekspor 7.28 juta karung namun mengalami sedikit penurunan pada tahun 2021 menjadi 7.1 juta karung. Indonesia menjadi salah satu negara produsen dan eksportir terbesar didunia dengan urutan ke empat setelah Brazil, Vietnam dan Colombia (ICO, 2022)

Di dalam dunia perdagangan ada empat jenis kopi yang dikenal yaitu kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika, dan kopi ekselsa. Dari keempat jenis kopi yang terkenal tersebut ada dua jenis kopi yang lebih mendominasi dalam perdagangan secara komersial yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Pasar kopi dunia didominasi 70% kopi arabika, 28% kopi robusta dan sisanya gabungan antara kopi liberika dan kopi ekselsa (Kompas, 2022).

Tabel 2. Jumlah Konsumsi Kopi di Indonesia

No	Tahun	Jumlah Konsumsi (karung berukuran 60kg)
1.	2018	4.750.000
2.	2019	4.800.000
3.	2020	4.806.000
4.	2021	5.000.000

Sumber : *International Coffee Organization, 2022*

Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk kopi sangat tinggi dan semakin meningkat pada tahun-tahun selanjutnya. ICO mencatat bahwa konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2018 dengan jumlah 4.75 juta karung berukuran 60kg kemudian meningkat tipis sejumlah 4.8 juta karung dan mencapai



4,8 juta karung berukuran 60kg pada tahun 2020 dan tetap meningkat sejumlah 5 juta karung pada tahun 2021. Konsumsi kopi yang tinggi dapat menjadikan sektor ini sebagai salah satu penggerak perekonomian masyarakat dengan pengolahan komoditas pertanian berbasis agroindustri melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha. Adanya UMKM sangat berperan penting dalam penggerak perekonomian masyarakat. Dilihat dari data yang tercatat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2022 total UMKM di Indonesia menembus 8,71 juta unit usaha. Daerah yang paling mendominasi jumlah unit tersebut adalah Pulau Jawa. Jawa Barat menjadi yang pertama dengan jumlah usaha mencapai 1,49 juta unit, pada urutan kedua ada Jawa Tengah dengan 1,45 juta unit. Ketiga adalah Jawa Timur sebanyak 1,49 juta unit usaha.

Bagi daerah dengan sentra produksi kopi peluang dalam mengembangkan usaha kopi sebagai penggerak perekonomian daerah merupakan peluang yang sangat besar. Akan tetapi peluang tersebut tergantung dengan produktivitas serta minat dari masyarakat sekitar, contoh daerah yang diambil adalah daerah sentra produksi kopi di Kabupaten Jombang yaitu ada di Kecamatan Wonosalam. Kecamatan Wonosalam hingga saat ini masih terkenal sebagai penghasil durian tertinggi di Provinsi Jawa Timur. Disamping hal tersebut kopi juga menjadi komoditas unggulan yang ada di Wonosalam. Pada tahun ini warga Wonosalam sedang meningkatkan produksi kopi terutama pada varietas kopi ekselsa agar bisa menjadi komoditas unggulan yang bisa menunjang perekonomian daerah. Sudah banyak warga Wonosalam yang menghasilkan produk kopi akan tetapi tidak terlalu dikenal secara meluas dikarenakan kurang maksimalnya pemasaran dan branding produk. Salah satu produsen kopi yang sudah cukup dikenal oleh masyarakat luar adalah Sumber Wandhe yang merupakan produsen kopi serta menyediakan cafe yang menjual bubuk kopi dan kopi *manual brew*. Dalam penjualan kopi ekselsa pada UMKM Sumber Wandhe terdapat perbedaan antara kopi ekselsa Wonosalam

dengan varian kopi lain. Mayoritas konsumen membeli kopi arabika dan robusta sedangkan kopi ekselsa Wonosalam menjadi kopi dengan penjualan paling rendah pada UMKM Sumber Wandhe.

Sebagai pelaku usaha di bidang kopi perlu beberapa langkah untuk menyusun strategi pengembangan usaha yaitu dengan menganalisis lingkungan internal yang mencakup faktor kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal yang meliputi pemanfaatan peluang dan meminimalisir ancaman dari luar, hal tersebut yang melatar belakangi peneliti untuk mengambil judul Strategi Pengembangan Usaha Kopi Ekselsa Wonosalam (studi kasus pada Usaha Mikro Sumber Wandhe Dusun Sumber, Desa Wonosalam, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang).

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal usaha kopi ekselsa Wonosalam pada UMKM Sumber Wandhe?
- b. Bagaimana strategi pengembangan usaha Kopi Ekselsa Wonosalam pada UMKM Sumber Wandhe?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disusun tujuan sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal usaha kopi ekselsa Wonosalam pada UMKM Sumber Wandhe.
- b. Merumuskan strategi pengembangan usaha Kopi Ekselsa Wonosalam di UMKM Sumber Wandhe.

### **1.4 Batasan Penelitian**

Adapun batasan-batasan dalam penelitian ini adalah:

- a. Lokasi penelitian yang digunakan adalah di UMKM Sumber Wandhe yang berada di Dusun Sumber, Desa Wonosalam, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang.

- b. Topik dan pembahasan penelitian adalah mengenai faktor eksternal dan internal serta rumusan strategi pengembangan usaha Kopi Ekselsa Wonosalam di UMKM Sumber Wandhe.
- c. Varietas kopi yang diteliti terfokus pada usaha kopi ekselsa Wonosalam yang ada pada UMKM Sumber Wandhe.
- d. Jenis produk yang diteliti merupakan produk olahan kopi ekselsa Wonosalam berupa kopi seduh yang disajikan di UMKM Sumber Wandhe.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini dilaksanakan dengan maksud untuk memiliki nilai guna terhadap:

- a. Bagi peneliti, laporan penelitian ini untuk menyelesaikan rangkaian pendidikan strata 1 (S1) serta menambah wawasan serta pengalaman penulis.
- b. Bagi tempat penelitian, penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan bahan informasi serta pengetahuan tentang strategi pengembangan usaha yang telah atau sedang dijalankan.
- c. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam Menyusun kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan Usaha Mikro Sumber Wandhe dan UMKM yang lain agar dapat meningkatkan perekonomian daerah dan masyarakat sekitar.
- d. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan informasi dan wawasan mengenai studi analisis strategi pengembangan usaha terutama pada produk kopi.

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor internal usaha kopi ekselsa Wonosalam pada UMKM Sumber Wandhe yang meliputi kekuatan dan kelemahan. Kekuatan UMKM Sumber Wandhe adalah menyediakan tempat yang nyaman dan fasilitas pendukung pada kedai, produk bervariasi dan memiliki rasa yang khas, penyajian yang baik, pelayanan yang ramah dan harga yang bersaing dengan usaha lain sejenis. Kelemahan meliputi lokasi yang kurang strategis jauh dari pusat kota, promosi yang dilakukan belum efektif, tempat kedai dan lahan parkir yang kurang luas. Faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Peluang yang ada pada UMKM Sumber Wandhe adalah tren konsumsi kopi yang semakin meningkat, berkembangnya teknologi sebagai sarana promosi, jumlah pengunjung pada hari libur, mempunyai pelanggan tetap. Ancaman meliputi persaingan dalam usaha kopi yang tinggi, adanya varian kopi lain yang lebih dikenal Masyarakat.
2. Strategi yang tepat dalam pengembangan usaha kopi ekselsa Wonosalam pada UMKM Sumber Wandhe berdasarkan posisi yang didapatkan dari matriks IFAS dengan skor 3,25 dan matriks EFAS dengan skor 2,75. Matriks IE menunjukkan bahwa posisi Sumber Wandhe berada pada *stability strategy* yang menunjukkan strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah dari strategi yang telah diterapkan. Dari hasil analisis SWOT dengan nilai faktor internal 2,08 dan faktor eksternal 1,60 dapat diketahui bahwa posisi UMKM Sumber Wandhe dalam matriks SPACE berada pada kuadran agresif yang menunjukkan posisi Sumber Wandhe berada pada strategi agresif yang berarti Sumber Wandhe harus lebih aktif untuk melihat peluang dalam usaha kopi ekselsa Wonosalam dengan tujuan memperoleh hasil yang memuaskan. Penentuan prioritas strategi menggunakan QSPM diperoleh hasil strategi dengan nilai TAS terbesar pada strategi S-T yaitu sering mengadakan event tentang pengenalan kopi ekselsa Wonosalam.

## 5.2 Saran

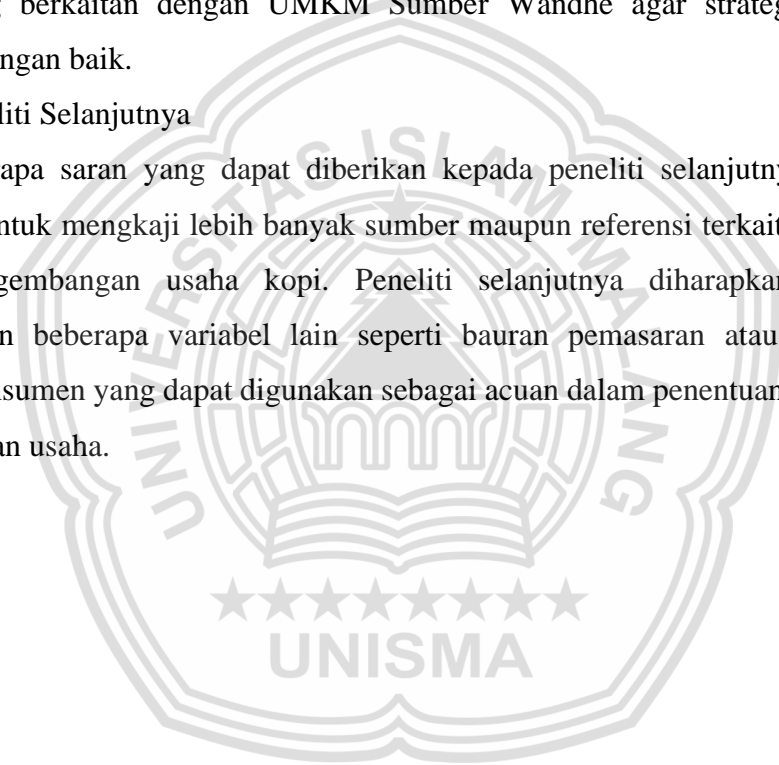
Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pengembangan sangat penting bagi suatu usaha, oleh karena itu saran yang dapat peneliti adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi UMKM Sumber Wandhe

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ada beberapa saran yang bisa membantu dalam pengembangan strategi usaha kopi ekselsa Wonosalam yaitu, melakukan pengembangan sesuai dengan prioritas strategi yang telah dirumuskan, mengimplementasikan strategi yang telah dirumuskan dan disosialisasikan kepada seluruh yang berkaitan dengan UMKM Sumber Wandhe agar strategi dapat dijalankan dengan baik.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya yaitu diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi terkait dengan strategi pengembangan usaha kopi. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel lain seperti bauran pemasaran atau tingkat kepuasan konsumen yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penentuan strategi pengembangan usaha.





## DAFTAR PUSTAKA

- Amir Ma'Ruf. (2022). Analisis Strategi. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jejak Publisher.
- Aprilia Pallas dan Lilianny S. (2023). Galeri Kopi Excelsa Anjasmoro di Wonosalam Kabupaten Jombang. *Jurnal eDimensi Arsitektur*. 11 (1): 553-560.
- Ari Arsyadi F, Elvira I, Fajri. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika Studi Kasus: Usaha "Kampung Kupa Gayo", Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*. 2 (4): 323-332.
- Bachtiar, D. (2012). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Management Analysis Journal*, 1.
- Badan Pusat Statistik Jombang. (2022). Kecamatan Wonosalam Dalam Angka. Jombang. Hal. 130.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri Ekspor Menurut Kelompok Komoditi dan Negara. Jakarta. h. 14.
- Galavan, R. (2014). *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBooks.
- Husein Umar. (2019). Metode Riset Manajemen Perusahaan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Iwan Purwanto. (2006). Manajemen Strategi. Bandung: Yrama Widya.
- Komang Listia D., Amna Hartiati, I Wayan Gede Sedana Y. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi "Kandera Coffee" Denpasar Bali Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*. 9 (2): 228-237
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., dan Keller, L. (2012). *Marketing Communications*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma Wardhani, Aryo Prasetyo, Phebian Adam Pahlevy, Dwi Anitasari, Hasri Maghfirotn Nisa. (2022). Pengembangan Potensi Kopi Sebagai Komoditas Unggulan dan Daya Tarik Wisata Desa Wonosalam. *Journal of Engineering*. 3 (1): 59-70.
- Mariana Kristiyanti. (2012). Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Pembangunan Nasional. *Majalah Ilmiah Informatika*. 3 (1): 63-88.
- Mia Azizah, RTM Sutamihardja, Nova W. (2019). Karakteristik Kopi Bubuk Arabika (*Coffea arabica L*) Terfermentasi *Saccharomyces cerevisiae*. *Jurnal Sains Natural Universitas Nusa Bangsa*. 9 (1).

- Mohammad Taufiq Hidayat. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kopi Mangrove (*Rhizophora Stylosa*) di Mitra Pokmaswas Desa Lembung. *Jurnal Ilmiah Indonesia*. 6 (4): 1843-1856.
- Nafarain H, Panjisakti B. (2022). Eksplorasi dan Identifikasi Populasi Kopi Liberika (*Coffea liberica*) di Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Kendal. *Jurnal Vegetalika*. 11 (1): 11-18.
- Nugroho, Ryan. (2013). Pengaruh people, physical Evidence, Product, Promotion, Coffe Cozies Surabaya. Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto.
- Pudji Rahardjo. (2017). Berkebun Kopi. Edisi pertama. Penebar Swadaya. Cibubur, Jakarta Timur.
- Rangkuti, F. (2004). Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rifkiawan B, Mahludin H.B, Yukiro B. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D'Philocoffee di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Agronesia*. 3 (2).
- Saputra, E. (2008). Kopi. Yogyakarta: Harmoni.
- Saragih, M. G., Saragih, L., Purba, J. W., & Panjaitan, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar-Dasar Memulai Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Sinambela, L. P. (2012). Kinerja Pegawai Teori Pengukuran dan Implementasi. Graha Ilmu.
- Sri Hindarti, Lia Rohmatul Maula. (2020). Strategi Pengembangan Agribisnis Bawang Merah di Purworejo Desa, Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Pembangunan Berkelanjutan*. 2(2): 69-77.
- Soni Supriatna. (2014). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidey Bandung). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. 5(2).
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sunarto. (2004). Akuntansi Biaya. Edisi Kedua. Yogyakarta: Amus.
- Suratman. (2021). Analisis Lingkungan Bisnis dan Hukum. Edisi pertama. PT. Mandala Nasional.
- Sushanti, P. R. (2017). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus STIE Galileo Batam). *Jurnal Elektronik*. 1 (1): 30-42.

- Udaya, et al. (2013). *Management Stratejik*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ulidesi S, Jamhari, Masyhuri. (2020). Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Kawistara*. 10 (1).
- Widya A, Any S, Jamhari. (2019). Usaha Tani Kopi Robusta di Kabupaten Tanggamus: Kajian Strategi Pengembangan Agrobisnis. *Jurnal Kawistara*. 9 (2).
- Yuni Dwi K, Amzul R, Imam Teguh S. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (Studi Kasus PT Golder Malabar). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*. 4 (2).

