

Strategi Pengembangan Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) Kopi Gunung Brojo di Desa Sumber Purwantoro

Afni Ma'rufah¹, Fadila Ayu Lutfia², Fadila Nur Laily³, Nisa Wahyu Amalia⁴

¹ Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia; afni@iainponorogo.ac.id

² Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia; fadilaayu24@gmail.com

³ Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia; fadilan750@gmail.com

⁴ Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia; nisaamalia104@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Strategy;
Business development;
Coffee

Article history:

Received 2024-03-23

Revised 2024-05-26

Accepted 2024-06-28

ABSTRACT

In this community service activity there is a problem, namely the lack of competent human resources in utilizing qualified natural products. Therefore, the existence of UMKM is a business developed by individuals in Sumber Village which aims to increase people's purchasing power for a product. The product is kopt. Where coffee is a micro, small and medium enterprise (UMKM) in the Desa Sumber, Parwantoro, Wonogiri. The Gunung Bejo coffee business was pioneered by Deddy Kusuma Endranto, a resident of Galih dem Sumber, which is the hallmark of the Stumber Village kops, namely zobusta, which was later named Kopi Gummng Brojo the method the author chose is to use the ABCD method which prioritizes the use of assets and potential that exist around the service and damlik areas by one of the communities. The community in question is the people in Sumber Village who have micro, small and medium enterprises specifically for the owners of UMKM Guming Brojo Coffee. conduct training for local residents on how to properly map coffee, procedures for making ground coffee and how to properly taste coffee. The aim is not to develop individuals, in terms of increasing the knowledge, skills possessed, and attitudes of these individuals

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.



Corresponding Author:

Afni Ma'rufah

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia; afni@iainponorogo.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kopi adalah produk yang sangat populer di seluruh dunia. Adanya kopi ini bermula pada suatu negara yaitu Afrika yang dimana kopi berasal dan tumbuh di negara tersebut khususnya di wilayah Etiopia. Semakin hari yang terus berjalan dan semakin moderen pengetahuan para pencari kopi pun semakin banyak, sehingga keberadaan kopi sudah lebih banyak dikenal dan juga di tanam di belahan dunia, khususnya Indonesia. Indonesia adalah negara produsen kopi Arabika dan Robusta merupakan

ekspor terbesar dan keempat terbesar setelah Kolombia, Vietnam dan Brasil (Abdul Halik dkk., 2015).

Hasil kopi Indonesia akan mengalami peningkatan yang diperkirakan terjadi pada 2016 hingga 2020. Berjalaninya waktu, kopi digunakan serta diubah sebagai suatu yang dapat diminum, dinikmati dengan cara ekstraksi dan persiapan yang berbeda dalam prosesnya. Rasanya yang unik dan aromanya yang sangat menggiurkan membuat ingin terus untuk minum kopi saat bekerja atau beraktivitas lainnya. Saat ini kopi menjadi minuman yang banyak digemari di Indonesia. Terutama di perkotaan besar seperti kota Bandung sangat banyak disenangi oleh kalangan muda maupun dewasa. Kopi semakin hari menjadi gaya hidup yang kemudian menyebabkan peningkatan pada daya minum kopi. Menurut Kementerian Pertanian, penikmat kopi di Indonesia semakin hari akan berlanjut hingga tahun 2021. Pertumbuhan tersebut terjadi di karenakan oleh konsistensi yang diterapkan biji kopi terhadap keperluan dan kebiasaan yang di alami dalam kehidupan sehari-hari. Meningkatnya keinginan pada kopi akan memberikan jalur masuk untuk perusahaan pengolahan kopi, termasuk perusahaan pengolahan dan penyangraian. Bisnis harus memiliki jaringan langsung dengan kedai kopi sebagai penyedia kopi. Secara singkat, roestory ialah cara memanggang biji kopi bubuk (green beans) yang kemudian akan menjadi kopi sangrai dengan tingkat kematangan tertentu.

UKM Kopi Gunung Brojo ialah usaha yang dibentuk oleh Bapak Dedi dy Kusuma Endrianto dengan bentuk perusahaan UMKM. Sebelumnya kopi di gunung brojo ini sangatlah melimpah, akan tetapi penduduk disekitarnya tidak mengetahui bagaimana mengolah biji kopi agar bisa dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Diawali dari hal ini dan juga keinginan beliau untuk mengembangkan bisnis kopi, beliau berinisiatif untuk mempelajari cara mengolah biji kopi. Inisiatif ini didasari oleh usaha coffe shop yang dijalankan oleh bapak Dedi sebelumnya, sehingga menurut beliau suatu hal yang dapat dimanfaatkan harus dijadikan suatu peluang untuk menambah penghasilan. Oleh karena itu munculah ide untuk mengembangkan biji kopi ini, yang kemudian setelah melakukan pembelajaran mengenai cara mengolah dan juga sudah mampu untuk mengembangkan bisnisnya maka dari itu munculah nama atau merek yang dibuat oleh Bapak Dedi yaitu dengan merek Kopi Gunung Brojo. Nama ini juga tidak terlepas dari asal keberadaan kopi, sehingga akan menjadikan ciri khas tersendiri dari nama tersebut.

UMKM Kopi Gunung Brojo sudah dirintis dari tahun 2016 dan mulai dijalankan dan berani memasarkan pada tahun 2019 sampai sekarang jadi usaha ini sudah berjalan hampir selama 7 tahun, dan telah mendapatkan kepercayaan oleh para pembeli. Dalam ukm ini pasokan bahan baku di peroleh oleh beberapa pemilik bisnis biji kopi yang kemudian di ajak kerjasama misalkan dari petani kopi dari berbagai daerah.

UKM Kopi Gunung Brojo harus mampu mengembangkan dan terus berinovasi agar bisa bertahan dan bersaing di pasar. Oleh karena itu, UMKM Kopi Gunung Brojo memerlukan strategi pengembangan yang tepat agar bisa bertahan dan bersaing di pasar. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Kopi Gunung Brojo di desa Sumber Purwantoro.

2. METODE

Penulis dalam hal ini mengambil data penelitian dengan melibatkan penelitian lapangan yang bisa disebut dengan (*field research*) yaitu "Suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan" (Arikunto, 1995). Dalam penulisan artikel ini penulis menggunakan metode penelitian berupa metode kualitatif. Seperti yang dikemukakan oleh Bogdan dan Taylor, metode kualitatif merupakan suatu proses penelitian yang memperoleh data/informasi dalam bentuk ucapan atau tulisan manusia dan suatu sikap yang dapat dilihat ataupun diamati. Penggunaan metode ini sangatlah berkaitan dengan konteks dan diri sendiri secara pribadi yang dimana dapat dilihat ataupun di amati secara umum (Moleong, 2000). Namun gagasan yang dikemukakan oleh Nawawi menyatakan bahwa, metode kualitatif bisa dipahami dalam serangkaian

serta cara memperoleh informasi tentang kondisi kehidupan alami suatu benda, mengacu pada pemecahan masalah dari sudut pandang teoritis dan praktis.

Penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif di awali dengan mengumpulkan informasi dari berbagai situasi yang dapat diterima, sehingga dapat dibentuk pada generasi dimana akal sehat manusia dapat diterima (Nawawi dan Hadari, 1995). Oleh karena itu, pendekatan kualitatif ini dipilih oleh penulis berdasarkan tujuan penelitian yang ingin mendapatkan gambaran bagaimana cara ataupun strategi pengembangan usaha micro kecil menengah (UMKM) kopi gunung brojo di Desa Sumber Purwantoro milik Bapak Deddy Kusuma Endrianto. Untuk memperoleh hasil penelitian ini penulis akan dibekali dengan data-data yang sangat diperlukan melalui penemuan data di lapangan dengan wawancara dengan pengelola dan mencari data yang telah ada untuk mengumpulkan data yang relevan dengan permasalahan yang dibahas oleh penulis.

Bukan hanya itu, penulis melakukan penelitian untuk mendeskripsikan suatu fakta yang telah terjadi secara alami dengan cara mendeskripsikannya. Biasanya semua kegiatan dilakukan melalui kerja lapangan, dimana pengumpulan data dan informasi disertai dengan analisis intensif dan penelaahan ulang terhadap segala sesuatu yang dikumpulkan (Keraf, 2009). Penulis menerima data pengembangan Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) kopi gunung brojo dari Bapak Deddy. Dilihat dari jenis penelitiannya, penelitian ini bersifat deskriptif. Dalam jenis penelitian deskriptif ini, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan angka-angka. Hasilnya, laporan penelitian akan menerima fragmen data untuk memberikan wawasan tentang penyajian laporan. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, catatan atau memo dan dokumen resmi misalnya (Bungin, 2007).

Penelitian bersifat deskriptif yaitu untuk membuat deskripsi/gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Musa dan Nurfitri, 1998). Menurut Irawan Suehartono Penelitian yang bersifat deskriptif ialah penelitian yang menggambarkan karakteristik suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu (Soehartono, 2004). Menurut Koentjaraningrat penelitian yang bersifat deskriptif bertujuan menggambarkan secara sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala-gejala atau kelompok tertentu untuk melakukan hubungan frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala yang ada di masyarakat (Koentjaraningrat, 1986).

Sehubungan dengan penelitian ini, data akan diuraikan dan diungkapkan serta di analisis untuk kejelasan dan keaskuratan tindakan, perbuatan atau kegiatan dalam pengembangan Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) kopi gunung brojo. Menurut Jalaludin Rahmat penelitian deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesi atau membuat prediksi, penelitian ini diajukan untuk:

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku
3. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari mereka untuk menentukan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rahmat, 1984).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Strategi

Strategi adalah upaya untuk mengembangkan posisi kompetitif bisnis dalam konteks persaingan bisnis. Sedangkan strategi adalah seperangkat tujuan spesifik dan rencana tindakan, yang jika tercapai, akan memberikan keunggulan kompetitif yang diharapkan. Strategi termasuk mengidentifikasi dan implementasi tujuan dan rencana tindakan tersebut. Ahli strategi membutuhkan informasi untuk mengambil keputusan strategi yang tepat terkait dengan pemilihan produk dan metode produksi, saluran pemasaran dan masalah jangka panjang lainnya (Presetyo, 2022).

Freddy Rangkuti menjelaskan pengertian strategi yang pertama itu oleh Chandler menegaskan bahwa "Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut". Memahami konsep strategi

dan konsep-konsep lain yang berkaitan dengan baik, akan menentukan keberhasilan strategi yang dirumuskan. Konsep-konsep tersebut yang pertama adalah Distinctive Competence yaitu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Dan yang kedua adalah Competitive Advantage yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya (Pratiwi, 2018).

Siswanto menjelaskan bahwa Strategi adalah suatu bentuk perencanaan yang menggabungkan tujuan, kebijakan dan prosedur yang dapat digabungkan menjadi satu kesatuan yang koheren. Strategi adalah formula yang dibuat dengan baik yang dapat membantu menyiapkan sumber daya perusahaan atau organisasi untuk bertahan dalam menghadapi persaingan yang ketat (Sulistiyana, 2023). Secara garis besar strategi merupakan sarana yang digunakan dalam mencapai suatu tujuan. Dimana secara disadari atau tidak, strategi dapat berperan sebagai perantara yang memungkinkan kesinambungan perencanaan, pelaksanaan serta dalam pencapaian tujuan.

Pengembangan Usaha

Pengertian pengembangan usaha adalah tugas dan proses penyusunan analisis terkait peluang pertumbuhan usaha, mendukung dan memantau realisasi peluang pertumbuhan usaha tetapi tidak termasuk keputusan terkait strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk perusahaan berskala besar dan mapan, khususnya industri yang berkaitan dengan teknologi industri, konsep pengembangan bisnis merupakan istilah yang sering merujuk pada pembentukan dan pengelolaan hubungan dan aliansi strategis dengan perusahaan pihak ketiga lainnya. Dalam hal ini, perusahaan dapat memanfaatkan keahlian, teknologi atau kekayaan intelektual satu sama lain untuk memperluas kemampuan mereka untuk mengidentifikasi, meneliti, menganalisis, dan membawa ke pasar perusahaan baru dan produk baru (Surharson, 2021).

Pengembangan suatu usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha. Apabila pengembangan tersebut dijalankan oleh setiap pengusaha, maka besar harapannya untuk menjadi usaha yang awalnya kecilmenjadi skala menengah bahkan bisa menjadi usaha dengan skala yang besar. Kegiatan usaha dapat dimulai dari merintis terlebih dahulu, dengan cara menjalin kerjasama dengan membeli usaha orang lain. Dan yang sangat perlu diperhatikan adalah arah usaha tersebut akan dibawa. Maka dari itu dibutuhkan pengembangan dalam memperluaskan dan mempertahankan suatu usaha. Dalam pelaksanaan pengembangan dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti produksi, SDM, teknologi dan lain sebgainya.

Pengembangan usaha merupakan suatu cara untuk meningkatkan lapangan kerja saat ini dan yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha dan meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi. Pengembangan usaha harus dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman. Jika usaha tidak mengikuti perkembangan zaman sesuai dengan konsumennya, maka akan berakibat fatal pada jalannya usaha. Usaha yang menutup diri dari pengembangan usaha tidak akan mengalami peningkatan hasil. Perkembangan suatu perusahaan harus direncanakan secara optimal dan tidak boleh asal-asalan. Perencanaan yang sistematis diperlukan sebelum pengembangan bisnis sebagai panduan untuk menjalankan bisnis yang terencana dengan baik (Novanda, 2019).

Strategi Pengembangan Usaha Kopi Gunung Brojo

Komoditas kopi, yang belakangan ini semakin banyak dimanfaatkan untuk membuka usaha kedai kopi, menggerakkan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah. Hal ini dibuktikan dengan 96 persen perkebunan kopi Indonesia yang dikuasai oleh 1,3 juta petani dan lebih dari 2.950 kedai kopi dikelola oleh anak muda dan pelaku ekonomi kreatif. Saat ini setiap negara sedang mencari keunggulan produk domestiknya masing-masing. Hal tersebut dapat menjadi kesempatan emas bagi Indonesia agar tidak terus-menerus bergantung pada negara-negara maju. Kopi adalah salah satu komoditas unggulan negara kita yang harus dikelola dengan baik, dikuasai inovasi teknologinya, diupayakan secara optimal agar mempunyai nilai tambah, sehingga mampu menyejahterakan petani, dan menjadi produk yang berkelanjutan. Saat ini kopi tidak hanya sekedar minuman, kini kopi sudah diracik dengan

rempah-rempah nusantara. Sekarang, kopi sudah menjadi kebutuhan hidup yang memberi energi dan menjadi minuman universal bagi semua kalangan tanpa mengenal batas usia.

Desa Sumber adalah salah satu desa yang terletak di lereng pegunungan dengan kemiringan 300 sampai dengan 750 dengan ketinggian 450 Mdpl sampai dengan 950 Mdpl. Yang mana pada daerah dengan ketinggian antara 200-800 mdpl memiliki jenis kopi robusta. Sekitar 25 tahun yang lalu masyarakat sekitar mengambil benih kopi dari pacitan, Jawa Timur dan ditanam disekitar gunung brojo. Desa Sumber memiliki salah satu jenis kopi yaitu robusta yang diberi nama kopi gunung brojo sesuai dengan tempat asal kopi tersebut yaitu di gunung brojo. Kopi gunung brojo memiliki rasa yang unik dimana biasanya kopi jenis robusta cenderung pait, tetapi pada kopi gunung brojo memiliki rasa yang cenderung masam. Warga desa Sumber sendiri yang menjadi petani kopi, mereka menanam kopi-kopinya di pekarangan rumah dan kebun. Kemudian hasil dari panen kopi nantinya diserahkan kepada pemilik usaha kopi gunung brojo untuk diolah menjadi bubuk kopi yang siap dikonsumsi. Usaha Kopi gunung brojo merupakan salah satu Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di desa Sumber, Purwantoro, Wonogiri. Usaha kopi gunung brojo dirintis oleh Deddy Kusuma Endrianto warga dusun Galih desa Sumber.



Gambar Penggagas UMKM Kopi Gunung Brojo

UMKM ini sebenarnya pertama kali didirikan pada tahun 2019 dengan memberdayakan petani kopi di sekitar Desa Sumber, Purwantoro, Wonogiri, Jawa Tengah. Namun, sebelum memulai usahanya, Deddy Kusuma Endrianto owner kopi gunung brojo, sudah mulai mempelajari jenis kopi dan proses pengolahannya sejak 2016 lalu. Beliau mengikuti berbagai pelatihan dan sudah memiliki beberapa sertifikasi mengenai pengolahan kopi. Dengan ilmu tersebut beliau mampu memanfaatkan dan mengembangkan tanaman kopi yang sudah ada menjadi sebuah bisnis yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Di tahun 2019 itu, kopi gunung brojo sudah mulai menjual produknya di beberapa toko, dan swalayan. Saat ini penjualan kopi gunung brojo masih terbatas karena proses produksinya juga terbatas, sumber daya manusia yang kurang memadai, dan belum meluasnya area pemasaran produk kopi gunung brojo. Dengan adanya hal ini UMKM kopi gunung brojo ini memerlukan strategi pengembangan usaha.

Strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan yang pertama adalah peningkatan sumber daya manusia dengan mengadakan pelatihan terhadap warga sekitar mengenai cara pemotongan kopi yang benar, tata cara membuat kopi bubuk dan cara meracik kopi dengan baik. Tujuannya adalah untuk mengembangkan individu, dalam hal meningkatkan pengetahuan, keterampilan yang dimiliki, serta sikap individu tersebut. Perusahaan tidak akan berjalan dengan baik jika karyawan tidak tertarik dengan pekerjaannya dan tidak memiliki keahlian khusus. Pelatihan ini memungkinkan perusahaan untuk menyadari potensi karyawannya melalui pengembangan lebih lanjut dari karyawan tersebut. Selain pelatihan, perlu diadakan pembinaan cara melakukan pembinaan bisa dengan mengatur serta membina mereka yang menjadi subsistem organisasi, dengan melalui beberapa program penilaian dan juga perencanaan. Hal-hal seperti itu juga bisa menjadi salah satu strategi yang tepat dalam mengembangkan sumber daya manusia di sebuah perusahaan tertentu, sehingga sumber daya manusia yang dihasilkan dari pembinaan ini akan lebih berkualitas. Pembinaan terhadap sumber daya manusia pada suatu perusahaan bertujuan tidak hanya untuk mengembangkan keterampilan karyawan, tetapi juga agar karyawan memahami mengapa perusahaan memiliki aturan, termasuk bagaimana karyawan mengikuti aturan SOP perusahaan.



Gambar Pemrosesan Kopi Gunung Brojo

Kualitas atau mutu sumber daya manusia tidak hanya di tentukan pada aspek keterampilan atau kekuatan tenaga fisiknya saja, akan tetapi juga di tentukan oleh pendidikan atau kadar pengetahuan, pengalaman atau kematangannya. Persaingan yang semakin kuat dan perkembangan yang semakin canggih, hal ini menuntut agar setiap perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan mutu karyawannya serta menciptakan keunggulan-keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan kinerja karyawan (Firdaus dan Apriani, 2022). Dengan adanya sumber daya manusia yang berkualitas proses produksi kopi bisa maksimal. Hal ini dikarenakan dalam pembuatan kopi tidak hanya satu orang saja yang bisa melakukan, sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih banyak. Pada umumnya setiap perusahaan mengharapkan karyawannya mampu menjalankan tugasnya secara efisien, produktif dan profesional. Semua ini ditujukan supaya perusahaan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, sekaligus memiliki daya saing yang kuat. Peningkatan kualitas sumber daya manusia bukanlah tugas yang mudah karena dalam kegiatan peningkatan kualitas sumber daya manusia terdapat pengembangan pribadi. Demikian juga dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia akan berdampak pada proses pengembangan perusahaan.

Kemudian dalam memperluas pasar produk kopi gunung brojo, Menurut Kotler dan Keller, variabel-variabel bauran pemasaran diklasifikasikan menjadi empat kelompok yang luas yang disebut sebagai 4P dalam pemasaran, yaitu produk (product), harga (price), lokasi (place), dan promosi (promotion) (Hani, dkk, 2023). Produk yang dijual ini merupakan kopi gunung brojo original dengan harga Rp. 160.000/kg. Tempat produksi kopi gunung brojo berlokasi di dusun Galih Rt. 02 Rw. 04 Desa Sumber, Kecamatan Purwantoro, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah. Pembelian produk kopi gunung brojo dapat dilakukan dengan cara pembeli dapat membeli langsung ke tempat produksi atau melalui pesan atau chatt kemudian dikirim dengan sistem bayar ditempat. Promosi yang sudah dilakukan adalah promosi penjualan produk dari mulut ke mulut, melalui web dan sosial media Instagram. Selain itu, kopi gunung brojo juga sering melakukan promosi dengan cara mengikuti acara-acara bazar UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah setempat. Dengan mengikuti berbagai acara bazar UMKM diharapkan dapat memperluas area pasar produk kopi gunung brojo sehingga dapat meningkatkan skala produksi dan pendapatan.

4. KESIMPULAN

Usaha Kopi gunung brojo ialah Usaha Micro Kecil, Menengah (UMKM) yang ada di desa Sumber, Purwantoro, Wonogiri. Usaha kopi gunung brojo dirintis oleh Deddy Kusuma Endrianto warga dusun Galih desa Sumber. Yang dimana ciri khas dari kopi Desa Sumber yaitu robusta yang kemudian diberi nama kopi gunung brojo.

Kopi gunung brojo ini sangatlah melimpah, akan tetapi penduduk disekitarnya tidak mengetahui bagaimana mengolah biji kopi agar bisa dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dari hal ini munculah inisiatif untuk mengembangkan bisnis kopi diperlukan suatu strategi untuk meningkatkannya. Strategi pengembangan usaha tersebut ialah peningkatan sumber daya manusia dengan mengadakan pelatihan terhadap warga sekitar mengenai cara pemotongan kopi yang benar, tata cara membuat kopi bubuk dan cara meracik kopi dengan baik. Tujuannya adalah untuk mengembangkan individu, dalam hal meningkatkan pengetahuan, keterampilan yang dimiliki, serta sikap individu tersebut.

Jadi, dengan adanya sumber daya manusia yang berkualitas proses produksi kopi bisa maksimal. Hal ini dikarenakan dalam pembuatan kopi tidak hanya satu orang saja yang bisa melakukan, sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih banyak. Maka dari itu, UMKM Kopi Gunung Brojo harus harus mampu mengembangkan dan terus berinovasi agar bisa bertahan dan bersaing di pasar. Oleh karena itu, UMKM Kopi Gunung Brojo memerlukan strategi pengembangan yang tepat agar bisa bertahan dan bersaing di pasar.

REFERENSI

- Suharson, Arif. (2021) *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Kriya Kreatif Keramik SMK/MAK Kelas XII Semester 2. Bidang Keahlian Seni dan Industri Kreatif. Program Keahlian Desain dan Produk Kreatif Kriya*. Kompetensi Keahlian Kriya Kreatif Keramik. Yogyakarta: Andi.
- Firdaus, Bambang dan Aprianti, Kartin. (2022) Pengaruh peningkatan mutu sumber daya manusia terhadap kinerja karyawan koperasi, KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 19 No. 3. Bima: STIE.
- Bungin, Burhan (2007). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*.
- Sulistiyana, Catur Setiya. (2023). *Buku Ajar Mata Kuliah Kewirausahaan Lanjutan*. Klaten: Lakeisha
- Keraf, Dr Gorys. (2009) *Diksi Dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Musa, Muhammad dan Nurfitri, Titi. (1998) *Metodologi Penelitian, Fajar Agung*.
- Nawawi, Hadari and Hadari, M Martini. (1995). *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*.
- Soehartono, Irwan. (2004). *Metode Penelitian Sosial, Suatu Teknik Bidang Kesejahteraan Sosial Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahmat, Jalaludin. (1984). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2000) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Melly G Tan dalam Koentjaraningrat. (1986). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Hani, Miftahul Khairunissa, dkk. (2023). Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Ghalkoff (Studi Kasus di PT Ghaly Rolies Indonesia, Bandar Lampung), *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan* Vol. 2 No. 1.
- Novanda, Ridha Rizki, dkk. (2019). Jejak Sukses Desa Membangun Bumdes: Belajar Dari Bumdes Mart Sumber Rejo.
- Pratiwi, Risda. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis Swot (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut Cv. Uul Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat). Medan: UIN Sumatera Utara.
- Suharismi Arikunto. (1995). *Dasar-Dasar Research*. Bandung: Tarsoto
- Wasis Prasetyo. (2022) Strategi Pengembangan Usaha Kopi Dalam Upaya Meningkatkan Produksi Kelompok Tani Suka Maju Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kelompok Tani Suka Maju Gunung Ratu Kecamatan Bandar Negeri Suoh Kabupaten Lampung Barat. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.

