

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN PRODUKSI UMKM JATIARJO COFFEE DI DESA JATIARJO KECAMATAN PRIGEN KABUPATEN PASURUAN

Tatok irawan<sup>1</sup>, Novi Itsna Hidayati<sup>2</sup>

Agribisnis, Universitas Yudharta , Pasuruan, Indonesia  
jatiarjokopi@gmail.com

### Abstrak

Skripsi ini adalah hasil penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis SWOT untuk memahami strategi pengembangan usaha UMKM Jatiarjo Coffee dalam meningkatkan produksi, dengan langkah awal menganalisis kondisi perusahaan. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif serta metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sebagai alat untuk mengidentifikasi faktor-faktor secara sistematis dalam merumuskan strategi perusahaan. Data dikumpulkan melalui observasi langsung di perusahaan dan wawancara dengan pemilik UMKM Jatiarjo Coffee, serta tambahan informasi dari sumber terkait. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terkait strategi pengembangan usaha UMKM Jatiarjo Coffee. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan berada di kuadran I agresif. Ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan. Strategi yang disarankan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan aktif dengan memproduksi kopi berkualitas, menjual produk dengan harga yang sesuai dengan kualitas, dan meningkatkan volume produksi.

**Kata kunci:** Strategi, UMKM, Produksi, SWOT, Kopi

### Abstract

*This thesis is the result of qualitative research that uses the SWOT analysis method to understand the business development strategy of UMKM Jatiarjo Coffee in increasing production, with the first step of analyzing the condition of the company. This research utilizes a qualitative approach and the SWOT analysis method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) as a tool to systematically identify factors in formulating company strategy. Data were collected through direct observation at the company and interviews with the owner of UMKM Jatiarjo Coffee, as well as additional information from related sources. The collected data were then analyzed using SWOT analysis to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats related to the business development strategy of UMKM Jatiarjo Coffee. The analysis results show that the company is in the aggressive I quadrant. This indicates that the company has opportunities and strengths that can be utilized. The recommended strategy is to support active growth policies by producing quality coffee, selling products at prices that match the quality, and increasing production volume.*

**Keywords:** Strategy, UMKM, Poduction, SWOT, Coffee

### Article History

Received: Agustus 2024  
Reviewed: Agustus 2024  
Published: Agustus 2024  
Plagirism Checker No 234  
Prefix DOI : Prefix DOI :  
10.8734/CAUSA.v1i2.365  
**Copyright : Author**  
**Publish by : Hibrida**



This work is licensed under  
a [Creative Commons  
Attribution-NonCommercial  
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia selama beberapa dekade. Data dari Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa sekitar 61,1% dari produk domestik bruto (PDB) nasional berasal dari sektor UMKM. Selain itu, hampir 97% tenaga kerja di Indonesia bekerja di sektor UMKM. Oleh karena itu, UMKM telah menjadi sumber pendapatan dan lapangan kerja bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Usaha-usaha ini umumnya memiliki karakteristik serupa di berbagai wilayah, antara lain tingkat penghasilan yang rendah, pengelolaan yang kurang baik, dan dalam beberapa kasus, kelompok usaha mikro dan kecil belum mampu memenuhi kebutuhan dasar seperti gizi, pendidikan, kesehatan, dan perumahan.

Salah satu cara untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di masyarakat adalah dengan memulai usaha. Usaha merupakan proses yang menggabungkan kreativitas dan inovasi untuk mengatasi masalah dan menemukan peluang guna meningkatkan kualitas hidup. Umumnya, tujuan utama dari mengelola usaha adalah untuk meraih laba demi memastikan kelangsungan operasional serta mengumpulkan dana yang cukup untuk kegiatan usaha tersebut. Setiap usaha memerlukan strategi dan pengembangan agar dapat bertahan dan lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Strategi mencakup penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang perusahaan, serta penentuan arah tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya. Kopi, sebagai salah satu komoditas perkebunan, memiliki nilai ekonomi yang tinggi dibandingkan dengan tanaman perkebunan lainnya dan berfungsi penting sebagai sumber devisa negara.

UMKM sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi kelembagaan dalam mendorong inovasi dan kreativitas pelaku UMKM. ini hasil pemikiran dengan penelitian pustaka dan menggunakan metode analisis SWOT. Selanjutnya tulisan ini melakukan komparasi strategi menciptakan kelembagaan yang kuat bagi penciptaan kreativitas dan seni yang mampu meningkatkan daya saing UMKM dari beberapa negara. Permasalahan UMKM terkait dengan produktivitas antara lain kurangnya perlindungan terhadap hak cipta atas inovasi dan kreativitas. Hal ini mengakibatkan sering terjadinya penjiplakan pada suatu produk sehingga merugikan UMKM pencipta produk. Pengertian UMKM berikut ini Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang diatur dalam undang-undang ini. 2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar. Usaha ini memenuhi kriteria usaha kecil menurut undang-undang. 3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha kecil atau besar, dan memiliki kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai ketentuan undang-undang. 4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, meliputi usaha nasional, swasta, patungan, dan asing yang beroperasi di Indonesia. 5. Dunia Usaha mencakup Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

## 2. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu hasbi salman 2021 Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kopi Suka Sangrai Di Kelurahan Suka Asih Kota Bandung dengan hasil penelitian Penyusunan matriks SWOT ini dilakukan setelah melakukan analisis dan evaluasi faktor-faktor strategis berupa kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman perusahaan. Analisis matriks SWOT pada UMKM Suka Sangrai.

Penelitian terdahulu Budihardjo, Kadarwati 2020 Strategi Peningkatan Produksi Kopi Robusta ( *Coffea* L.) Didesa Petingsari, Kecamatan, Cangkringan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan hasil penelitian Strategi yang paling sesuai untuk meningkatkan produksi kopi Robusta di daerah penelitian adalah strategi Turn Around, yang berfokus pada strategi WO (Weaknesses-Opportunities).

### 3. Metodologi

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. kualitatif dipilih karena dalam penelitian ini dibutuhkan pendekatan individu yang mendalam dan terperinci terhadap setiap informan, agar hasil yang didapatkan dengan benar. Untuk menganalisis permasalahan, pertama-tama digunakan analisis deskriptif, yaitu dengan menggambarkan lingkungan internal dan eksternal yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap usaha UMKM Jatiarjo Coffee. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan, gejala, dan masalah di suatu wilayah, dan kemudian mengolah informasi tersebut menjadi data. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan. Dalam penelitian deskriptif, metode ini digunakan untuk menggambarkan faktor-faktor individu dan proses pengambilan keputusan. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mempertimbangkan ketersediaan dari pengusaha untuk mengevaluasi kondisi usaha mereka. Selanjutnya, strategi pengembangan usaha dirumuskan menggunakan analisis SWOT untuk menghasilkan berbagai alternatif. Dengan menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan IFAS Dan efas. Tehknik yang di gunakan dalam penelitian ini untuk mengambil sample adalah purposive sampling, serta wawancara secara langsung kepada pemilik usaha, karyawan dan para customer.

### 4. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil penelitian dan wawancara di lakukan dengan pemilik usaha umkm jatiarjo coffee peneliti merangkum bahwa strategi pengembangan usaha dengan memproduksi kopi untuk menjadi olahan yang siap saji merupakan sebuah strategi yang di lakukan untuk pengembangan usahanya dengan berbabagai macam kualitas meningkatkan penjualan dengan promosi dan mengembangkan strategi pemasarannya. Kopi adalah minuman yang dibuat dari biji kopi yang telah disangrai dan diolah. Biji kopi berasal dari buah pohon kopi dan memiliki berbagai jenis varietas dengan karakteristik rasa yang berbeda. Proses pembuatan kopi melibatkan penggilingan biji kopi yang kemudian direbus atau diseduh dengan air panas. Kopi dikenal karena rasa dan aromanya yang khas, serta memiliki kandungan kafein yang memberikan efek stimulan kepada konsumennya. Minuman ini sangat populer di seluruh dunia dan menjadi bagian penting dari budaya di banyak negara.

Adapun statregi yang di gunakan untuk pengembangan usaha dengan cara Strategi produk untuk Jatiarjo Coffee dapat berfokus pada penciptaan pengalaman yang unik dan berkualitas bagi para penggemar kopi. Media Sosial Manfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk membangun kehadiran merek. Posting foto-foto menarik tentang produk, cerita di balik kopi, serta konten-konten edukatif tentang dunia kopi dapat menarik minat pengikut dan meningkatkan kesadaran merek. Kolaborasi dengan Influencer: Bekerja sama dengan influencer yang memiliki audiens yang relevan dengan target pasar Anda dapat membantu meningkatkan visibilitas merek. Pastikan influencer tersebut memiliki minat yang sama dengan kopi atau gaya hidup yang sesuai dengan citra merek Jatiarjo Coffee. Dalam memilih tempat UMKM Jatiarjo Coffee untuk melakukan proses produksi dan penjualan produk berada di desa dengan keberadaan tempat yang ada di

pedesaan ini dapat menciptakan sebuah peluang bisnis yang mana bisnis tersebut menjadi bisnis lokal yang bisa menciptakan kopi dengan kualitas yang bagus. Berikut merupakan hasil analisis efas dan ifas.

Table 1. Faktor internal kekuatan

No	Faktor internal	Bobot	Rating	jumlah
Kekuatan :				
1.	Inovasi produk.	0,25	4	1,03
2	Koneksi local.	0,25	4	1,01
3	Bahan baku berkualitas.	0,24	4	0,96
4	Sarana dan prasana.	0,24	4	0,97
Jumlah		0,98	16	3,97

Dari hasil analisis IFAS, faktor kekuatan memiliki total skor 3,97 Karena total skor diatas 3,97 berarti ini mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Table 2. Faktor eksternal kelemahan

No	Factor eksternal	Bobot	Rating	Jumlah
Kelemahan				
1.	Factor finansial.	0,24	3	0,72
2.	Tempat usaha.	0,24	4	0,99
3.	Air.	0,25	4	1,03
4.	Bahan baku.	0,24	4	0,99
Jumlah		0,97	15	3,73

Dari hasil analisis IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,73. Karena total skor diatas 3,73 berarti ini mengindikasikan posisi eksternal yang kuat.

Table 3. Faktor internal kekuatan

No.	Factor eksternal	Bobot	Rating	Jumlah
Peluang				
1.	Perbaikan ekonomi.	0,24	3	0,72
2.	Permintaan pasar.	0,24	3	0,72
3.	Bahan baku local.	0,26	4	1,04
4.	Pengembangan tenaga kerja.	0,25	4	1,02
Jumlah		0,99	14	3,5

Dari hasil analisis pada IFAS, faktor kekuatan memiliki total skor 3,5 Karena total skor diatas 3,5 berarti ini mengindikasikan posisi eksternal yang kuat.

Table 4. Faktor internal ancaman

No	Factor internal	Bobot	Rating	Jumlah
Ancaman				
1.	Iklim.	0,25	4	1,01

2.	Bahan baku.	0,26	4	1,04
3.	Kompetitor.	0,24	3	0,73
4.	Lingkungan.	0,24	3	0,72
Total		0,99	14	3,5

Dari hasil analisis tentang IFAS, faktor kekuatan memiliki total skor 3,5 Karena total skor diatas 3,5 berarti ini mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Table 5. hasil perhitungan Ifas dan Efas

IFAS	7,94	EFAS	14
Total Skor Kekuatan (S)	3,97	Total Skor Peluang (O)	3,5
Total Skor Kelemahan (W)	3,73	Total Skor Ancaman (T)	3,5
$X = S - W$	0,24	$Y = O - T$	7

Dari perhitungan di atas bisa dikatakan bahwa UMKM Jatiarjo Coffee ini memiliki kekuatan yang cukup baik, berdasarkan perhitungan IFAS pada tabel 4.9 di atas, bahwa UMKM Jatiarjo Coffee di Desa Jatiarjo Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan mempunyai kekuatan dengan poin 3,97.

Kelemahan UMKM Jatiarjo Coffee di Desa Jatiarjo Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan dengan poin 3,79 angka ini cukup besara untuk kategori kelemahan. Selisih kekuatan dan kelemahan ini lumayan besar, yaitu 0,24 Hal ini dapat dijadikan acuan bagi UMKM Jatiarjo Coffee dalam menetapkan kebijakan- kebijakan baru sehingga kekuatan yang dimiliki dapat dimanfaatkan dengan baik dan kelemahan yang dimiliki dapat diminimalisir.

Pada UMKM Jatiarjo Coffee di Desa Jatiarjo Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan ini mempunyai poin peluang 3,5. Angka ini cukup besar walaupun masih Tabel 5.hasil efas dan ifas

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>Inovasi</li> <li>Jaringan local</li> <li>Kualitas bahan</li> <li>Sarana dan prasarana</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Faktor finansial</li> <li>Tempat usaha</li> <li>Air</li> <li>Bahan baku</li> </ol>
OPPORTUNITY (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> <li>Perbaikan ekonomi</li> <li>Permintaan pasar</li> <li>Bahan baku local</li> <li>Pengemangan tenaga kerja</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memanfaatkan kekuatan dalam berinovasi dengan mengembangkan produk baru dan menyesuaikan kebutuhan pasar yang sedang terjadi dengan stragei ini dapat di kembangkan melalui inovasi produk baru yang bisa di jadikan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Diversifikasi pendapatan untuk mencari peluang dengan cara mengembangkan produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas atau dengan menjalin kemitraan yang dapat</li> </ol>

	<p>sebagai pengembangan untuk meningkatkan produksi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Optimalisasi jaringan lokal untuk meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan konsumen dengan kekuatan jaringan lokal ini bisa dapat di pastikan pasokan bahan baku yang stabil berkualitas serta menjalin kolaborasi dengan jaringan lokal bisa memperoleh harga yang baik dengan pembayaran yang fleksibel</li> <li>3. Menjalinkan hubungan yang kuat dengan pemasok bahan baku lokal untuk menjaga persediaan bahan baku dengan kualitas yang baik</li> <li>4. Investasi dalam pendidikan mendapatkan keuntungan dengan penggunaan teknologi membuka e-commerce menjadikan peningkatan produksi dengan hasil pelatihan bagi tenaga kerja mendukung faktor peningkatan produksi</li> </ol>	<p>meningkatkan jaringan bisnis yang luas</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Menerapkan praktik pertanian berkelanjutan melalui system pertanian organik dengan meningkatkan kualitas kopi dengan pemantauan yang efisien untuk keberhasilan usaha yang berjangka Panjang</li> <li>3. menciptakan beberapa proses pengolahan bahan baku seperti natural proses, ini merupakan cara untuk meminimalisir penggunaan air</li> <li>4. Melatih tenaga kerja untuk memiliki keterampilan dalam bernegosiasi dengan system manajemen pemasok bahan baku dengan ini dapat di implementasikan dalam membangun jaringan pemasok yang lebih luas sehingga dapat mengurangi ketergantungan pada satu pemasok</li> </ol>
<p><i>TRHEAT</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklim</li> <li>2. Persediaan stok</li> <li>3. Kompetitor</li> <li>4. Lingkungan</li> </ol>	<p><i>STRATEGI ST</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan strategi baru dengan proses yang sedikit membutuhkan cuaca dalam proses produksi ini dapat mempercepat untuk peningkatan proses produksi</li> <li>2. Bekerjasama dalam ketersediaan bahan baku yang menjadikan tidak terlambatnya bahan baku dengan adanya sistem kolaborasi bisa kelancaran dalam proses produksi pengolahan</li> </ol>	<p><i>STRATEGI WT</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. mengidentifikasi kebutuhan terhadap resiko yang akan di hadapi Ketika terjadi perubahan iklim dengan hal ini bisa meminimalisir resiko terhadap kebutuhan selama proses produksi berjalan</li> <li>2. mengurangi resiko terhadap perubahan stok yang bermasalah pada tempat usaha yang bisa mempengaruhi distribusi terhadap bahan baku</li> </ol>

	<p>bahan mentah</p> <p>3. Memanfaatkan kualitas bahan baku tinggi untuk di jadikan keunggulan serta menyusun rencana terhadap tindakan competitor yang menekan pada bahan baku</p> <p>4. Jatiarjo Coffee dapat memaksimalkan keuntungan dari kekuatan dalam sarana prasarana mereka sambil secara proaktif untuk mengurangi ancaman lingkungan yang mungkin mempengaruhi operasional produksi</p>	<p>3. mengatasi dalam persediaan bahan baku dengan menunjang proses produksi berjalan dengan lancar dalam keberlanjutan bisnis untuk keberhasilan</p> <p>4. Membangun strategi yang berkelanjutan dan menguntungkan bagi Jatiarjo Coffee serta berpotensi memberikan dampak positif pada lingkungan dan masyarakat setempat.</p>
--	---	--

Tujuan analisis faktor internal adalah untuk menentukan kinerja dan aktivitas strategis. Kinerja dapat ditentukan dengan menganalisis faktor-faktor yang berwujud dan tidak berwujud. Faktor nyata meliputi profitabilitas, pangsa pasar, biaya produksi, rencana pengembangan produk baru, Di sisi lain, faktor tidak berwujud meliputi perilaku karyawan, keterampilan manajemen, budaya Perusahaan

## 5. Simpulan

Kesimpulan Penelitian ini telah menggambarkan secara mendalam kondisi dan potensi UMKM Jatiarjo Coffee dalam konteks pasar kopi lokal. Dari analisis yang dilakukan, beberapa kesimpulan signifikan dapat ditarik untuk membantu memahami tantangan, peluang, dan rekomendasi strategis bagi UMKM ini. Pertama, UMKM Jatiarjo Coffee memiliki keunggulan kompetitif yang kuat berkat pemanfaatan bahan baku lokal berkualitas dan jaringan yang solid dengan petani kopi setempat. Hal ini memberikan fondasi yang kuat untuk pengembangan produk berkualitas tinggi yang dapat bersaing baik di pasar lokal maupun regional. Dari segi pasar, potensi pertumbuhan UMKM Jatiarjo Coffee cukup besar mengingat tren konsumsi kopi yang terus meningkat. Dengan memanfaatkan platform digital dan pemasaran yang efektif, UMKM ini dapat menjangkau lebih banyak pasar dan meningkatkan penetrasi di segmen konsumen yang berbeda-beda. Rekomendasi strategis yang diusulkan berdasarkan temuan penelitian ini termasuk peningkatan investasi dalam infrastruktur produksi, termasuk mesin-mesin pengolahan dan penyimpanan modern, serta strategi diversifikasi produk untuk memenuhi preferensi konsumen yang beragam. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan kemitraan yang lebih erat dengan petani lokal guna memastikan pasokan bahan baku yang berkelanjutan dan berkualitas tinggi. Selanjutnya, UMKM Jatiarjo Coffee dapat memperkuat kehadirannya dalam pasar dengan membangun citra merek yang kuat melalui keberlanjutan, kualitas produk yang konsisten, dan komunikasi efektif dengan konsumen. Penggunaan teknologi informasi dan media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun dan memperluas basis konsumen serta meningkatkan kesadaran merek. Dalam menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim dan fluktuasi harga bahan baku, UMKM ini perlu mengembangkan strategi resiliensi

yang inklusif dan berkelanjutan. Ini termasuk diversifikasi sumber daya, peningkatan efisiensi energi, dan pendekatan berbasis komunitas untuk meningkatkan kapasitas adaptasi terhadap perubahan yang tidak terduga. Hasil dari perhitungan dimana posisi yang signifikan terhadap UMKM Jatiarjo Coffee ini Berada pada kuadran 1. Kuadran 1 Ini adalah situasi yang sangat berguna. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan aktif. penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi dan potensi UMKM Jatiarjo Coffee, tetapi juga menawarkan panduan praktis untuk mengoptimalkan potensi pertumbuhan dan menghadapi tantangan yang dihadapi. Dengan menerapkan rekomendasi strategis ini secara efektif, UMKM ini dapat memperkuat posisinya di pasar kopi lokal dan berkontribusi secara signifikan terhadap ekonomi lokal serta kesejahteraan komunitas petani kopi setempat.

## Daftar Referensi

- Budihardjo, K., & Fahmi, W. M. (2020). Strategi Peningkatan Produksi Kopi Robusta (*Coffea L.*) Di Desa Pentingsari, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Diyah Lestari, H., Pujiastuti, R., Ekonomi Dan Bisnis, F., Wijayakusuma Purwokerto Kampus Unwiku Jalan Beji Karangsalam Purwokerto, U., & Kunci, K. (2022). Pengembangan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Hasil Produksi Umkm. <https://doi.org/10.56681/Wikuacity.v2i1.69>
- Wasis Prasetyo, & Syariah, E. (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) Skripsi Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam.
- Fatimah, D., Yunita, T., & Rizki, Y. (2024). Analisis Swot Pada Kopi Kenangan. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 5. <https://doi.org/10.8734/Mnmae.v1i2.359>
- Febriantoro, W. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia (Vol. 3, Issue 5). <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta\*. In *Jurnal Ekonomi Pembangunan* (Vol. 12, Issue 1). [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- Huddin, M. (2021). Manajemen Strategi Analisis Swot Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Bmt Nu Pusat Gapura Sumenep.
- Dwi Ananda, A., & Susilowati, D. (2017). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang.
- Khairani, A., Yunita, T., Asri, B., Pradana, Y., Sari, P., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2023). Pengembangan Analisis Swot Umkm Kopi Cinta Bekasi. In *Business: Scientific Journal Of Business And Entrepreneurship* (Vol. 1). <https://journal.csspublishing/index.php/business>
- Mukhlisin, A., & Pasaribu, M. H. (2020). Analisis Swot Dalam Membuat Keputusan Dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. In *Journal Research And Education Studies* (Vol. 1, Issue 1).
- Rois Arifin. (2020). Maksimalisasi Hasil Panen Kopi Melalui Pemangkasan Cabang Pasca Panen Dan Pengendalian Hama Secara Alami Untuk Meningkatkan Produksi Kopi (Vol. 1, Issue 1).
- Sony Hendra Permana. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia Strategy Of Enhancement On The Small And Medium-Sized Enterprises (Smes) In Indonesia Sony Hendra Permana. <http://news.detik.com/>
- Rahmini, Y., Sekolah, S., Ilmu, T., & Balikpapan, E. (2017). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia.

- Risda Pratiwi. (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).
- Salman Elli, H., Pardian, P., Syamsiyah, N., & Nur Wiyono, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Kopi Suka Sangrai Di Kelurahan Suka Asih Kota Bandung Development Strategy Of Micro Small And Medium Enterprises (Umkm) Suka Sangrai Coffee In Suka Asih Village Bandung City.
- Widyaiswara, Y., Madya, A., Regional, B., & Sumatera, I. (2018). Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia: Permasalahan Dan Solusinya.