

**ANALISIS POTENSI KOMODITAS KOPI SEBAGAI UPAYA
PENGUATAN PASAR PRODUK PERKEBUNAN YANG
BERINTEGRASI DENGAN SEKTOR PARIWISATA
KELURAHAN GOMBENSARI BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Alfi Hasanah
NIM: E20182342

Dosen Pembimbing
Siti Indah Purwaning Yuwana S.Si., M.M.
NIP. 198509152019032005

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JUNI 2023**

**ANALISIS POTENSI KOMODITAS KOPI SEBAGAI UPAYA
PENGUATAN PASAR PRODUK PERKEBUNAN YANG
BERINTEGRASI DENGAN SEKTOR PARIWISATA
KELURAHAN GOMBENGSARI BANYUWANGI**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana S.E. (Sarjana Ekonomi)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Siti', is written below the text 'Disetujui Pembimbing'.

Siti Indah Purwaning Yuwana S.Si., M.M.
NIP. 198509152019032005

**ANALISIS POTENSI KOMODITAS KOPI SEBAGAI UPAYA
PENGUATAN PASAR PRODUK PERKEBUNAN YANG
BERINTEGRASI DENGAN SEKTOR PARIWISATA
KELURAHAN GOMBENGSARI BANYUWANGI**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Selasa
Tanggal: 27 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



M. Saiful Anam, M.Ag.
NIP. 198112242011011008



Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E.
NUP. 201708173

Anggota:

1. Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak. ()
2. Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M. ()

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 196808072000031001

**ANALISIS POTENSI KOMODITAS KOPI SEBAGAI UPAYA
PENGUATAN PASAR PRODUK PERKEBUNAN YANG
BERINTEGRASI DENGAN SEKTOR PARIWISATA
KELURAHAN GOMBENGSARI BANYUWANGI**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana S.E. (Sarjana Ekonomi)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

Alfi Hasanah
NIM : E20182342

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing

Siti Indah Purwaning Yuwana S.Si., M.M.
NIP. 198509152019032005

**ANALISIS POTENSI KOMODITAS KOPI SEBAGAI UPAYA
PENGUATAN PASAR PRODUK PERKEBUNAN YANG
BERINTEGRASI DENGAN SEKTOR PARIWISATA
KELURAHAN GOMBENGSARI BANYUWANGI**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Selasa
Tanggal: 27 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



M. Saiful Anam, M.Ag.
NIP. 198112242011011008

Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E.
NUP. 201708173

Anggota:

- UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
1. **Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak.** ()
 2. **Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M.** ()

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Khamdan Rifa'I, S.E., M.E.I.
NIP. 196808072000031001

MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ

النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-nya. Dan hanya kepada-Nya lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”

(QS. Al-Mulk 15)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama RI, Alqur-an Terjemah Bahasa Indonesia Jus 16-30, (Semarang: CV Mubarakatan Thoyyibah 2006), 561.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wasyukurillah, Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT atas kemurahan dan kemudahan yang diberikan kepada penulis, dan dengan dukungan dari orang-orang tercinta, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan segenap hati penulis menghaturkan rasa terimakasih kepada:

1. Orang tua saya, bapak Tabi'i dan ibu Isnadah, yang sudah mendidik saya dan membesarkan saya sehingga menjadi sekarang ini, semoga saya dapat menjadi anak yang berbakti dan dapat membahagiakan orang tua saya. Amin.
2. keluarga besar saya, terkhusus bibi saya khotimatul Khusna yang selalu memberikan dukungan dan menemani saya selama melakukan penelitian.
3. Adik saya, Muhammad Alfian Syahreza yang selalu memberikan keceriaan dalam setiap langkah.
4. Seluruh guru yang telah memberikan pengetahuan wawasan serta pengalaman mulai dari tingkat SD, SMP, SMA dan seluruh dosen Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan penuh rasa ketulusan dan kesabaran.
5. Teman seperjuangan saya Khofifatur Rodiyah yang selalu membantu, mendukung dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah senantiasa meridhoinya. Amin.

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Puji syukur alhamdulillah hirobbil alamin penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala taufiq dan hidayatnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, nabi akhir zaman yang menjadi suri tauladan bagi umat manusia.

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bimbingan, pengarahan bantuan dan doa dari berbagai pihak. Besar harapan penulis, mudah-mudahan jasa yang telah disumbangkan demi selesainya skripsi ini dibalas kebaikan oleh Allah SWT. Mendahului semua itu, penulis ingin menyampaikan banyak-banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

5. Ibu Siti Indah Purwaning Yuwana S.Si., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih untuk bimbingan, arahan dan motivasi kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terimakasih atas kebijaksanaan ilmunya yang telah diberikan kepada penulis.
7. Kepala Lurah Kelurahan Gombengsari yang telah berkenan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Pihak terkait kelompok sadar wisata Gombengsari dan para petani kopi Gombengsari Kecamatan Kalipuro yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mendapatkan informasi sebagai bahan pendukung untuk penelitian.
9. Terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan berupa nasihat maupun dorongan semangat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya. Semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan. Untuk itu segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan oleh penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya penulis. Amin.

Jember, 1 Mei 2023

Penulis

Alfi Hasanah

NIM: E20182342

ABSTRAK

Alfi Hasanah, Siti Indah Purwaning Yuwana S.Si., M.M.2023: *Analisis Potensi Komoditas Kopi Sebagai Upaya Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegritas Dengan Sektor Pariwisata Kelurahan Gombengsari Banyuwangi.*

Kata Kunci: Potensi Komoditas, Analisis SWOT, Strategi Pemasaran

Komoditas kopi menjadi salah satu komoditas unggulan yang ada di Kelurahan gombengsari secara turun temurun. Seiring dengan tumbuhnya sektor pariwisata digunakan sebagai strategi pemasaran produk kopi gombengsari yang efektif dengan mengusung konsep desa wisata kampung kopi Gombengsari. Dimana semakin banyak muncul UMKM sebagai pendukung pariwisata yang nantinya akan membantu petani untuk meningkatkan harga jual kopi sehingga kesejahteraan petani semakin meningkat.

Fokus penelitian yang ada di skripsi ini adalah (1) Bagaimana potensi komoditas kopi sebagai produk perkebunan di Kelurahan Gombengsari? (2) Bagaimana strategi pemasaran usahatani kopi terhadap upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berintegritas dengan sektor pariwisata di Kelurahan Gombengsari?

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) untuk menjelaskan potensi komoditas kopi sebagai produk perkebunan di Kelurahan Gombengsari. (2) untuk menjelaskan strategi pemasaran usahatani kopi terhadap upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berintegritas dengan sektor pariwisata di Kelurahan Gombengsari.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive*. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) Dengan potensi-potensi yang dimiliki komoditas kopi Gombengsari memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kelurahan Gombengsari baik dari segi Pertanian, peternakan maupun pariwisata. Dengan masuknya Sektor pariwisata di Kelurahan. (2) Strategi pemasaran yang digunakan di Kelurahan Gombengsari dibuat sesuai dengan kemampuan yang dapat dilakukan oleh semua pihak yang terlibat seperti Petani Kopi Gombengsari, Pelaku Usaha dan Kelompok sadar wisata Kelurahan Gombengsari. Elemen strategi pemasaran yang terdiri dari pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, sistem distribusi, dan promosi memiliki faktor-faktor yang berbeda dalam setiap elemennya.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Kajian Teori	33
1. Ananlisis SWOT.....	33
2. Teori Pasar.....	36
3. Stategi Pemasaran.....	42
4. Integrasi sektor Perkebunan Dengan Sektor Pariwisata.....	43
5. Pengembangan Potensi Daerah	44
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian.....	49

C. Subjek Penelitian	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Analisis Data.....	54
F. Keabsahan Data.....	56
G. Tahap-Tahap Penelitian	56
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	59
A. Gambaran Objek Penelitian	59
1. Profil Kelurahan Gombengsari	59
2. Keadaan penduduk Kelurahan Gombengsari.....	61
3. Potensi Lingkungan Kelurahan Gombengsari	64
B. Penyajian data dan analisis	65
1. Potensi Komoditas Kopi sebagai produk perkebunan di kelurahan Gombengsari	65
2. Strategi Pemasaran Usaha Tani Kopi Gombengsari Terhadap Upaya Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegrasi Dengan Sektor Pariwisata Kelurahan Gombengsari.....	70
C. Pembahasan Temuan.....	76
1. Potensi Komoditas Kopi sebagai produk perkebunan di kelurahan Gombengsari.....	76
2. Strategi Pemasaran Usaha Tani Kopi Gombengsari Terhadap Upaya Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegrasi Dengan Sektor Pariwisata Kelurahan Gombengsar.....	84
BAB V PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran-Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Matriks Penelitian
2. Pernyataan Keaslian Tulisan
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Keterangan Izin Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Jurnal Penelitian
7. Surat Keterangan Selesai Bimbingan
8. Surat Bebas Plagiasi
9. Dokumentasi
10. Biodata



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Luas Area Tanaman Dan Total Produksi Komoditas Kopi Menurut Kabupaten Di Provinsi Jawa Timur Tahun 2021	2
Tabel 1.2 Luas Area Tanaman Dan Total Produksi Komoditas Kopi Menurut Kecamatan Di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2021	3
Tabel 1.3 Produktifitas perkebunan kopi di Kabupaten Banyuwangi	4
Tabel 2.1 Tabulasi Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4.1 Jumlah Prasarana Pendidikan Yang Ada Digombengsari	62
Tabel 4.2 Potensi Kelurahan Gombengsari Menurut Kecamatan Kalipuro 2022	63
Tabel 4.3 Tabel Analisis SWOT	81

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Kelurahan Gombengsari.....	60
--	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian masih menjadi sektor yang memiliki peranan penting dan strategis dalam perekonomian negara berkembang, termasuk Indonesia. Beberapa alasan yang menunjukkan pentingnya sektor pertanian di Indonesia diantaranya: 1) Potensi sumberdayanya yang sangat besar dan beragam, 2) Pangsa terhadap pendapatan nasional cukup besar, 3) Sebagian besar wilayah pedesaan di Indonesia mengantungkan kesejahteraan ekonominya pada sektor pertanian.

Kopi menjadi salah satu komoditas unggulan yang dihasilkan oleh sub sektor perkebunan. Kopi merupakan produk yang memiliki peluang pasar yang cukup bagus, baik pasar dalam negeri maupun diluar negeri. Indonesia menduduki posisi ke empat setelah Brazil, Vietnam, Kolombia sebagai penghasil kopi terbesar di dunia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah produksi kopi di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 786,2 ribu ton.¹

Perkebunan kopi milik rakyat banyak tersebar di daerah Jawa Timur yaitu Banyuwangi, Jember, Bondowoso, Malang, Dan Situbondo. Hal ini menjadikan beberapa wilayah Jawa Timur dijadikan sentra produksi kopi nasional dengan rasa dan ciri khas kopi daerah masing-

¹ Badan Pusat statistik Indonesia, “Statisti Kopi Indoneisa 2021”, BPS-Statistic Indonesia, 2021.

masing. Yang mana produk tiap wilayah dapat menembus pasar internasional. Dari data luas tanaman kopi tahun 2021 Jawa Timur sendiri mempunyai luas areal perkebunan kopi 113.425 Ha dengan produksi kopi sebesar 69.570 Ton.

Tabel 1.1
Luas Area Tanaman Dan Total Produksi Komoditas Kopi
Menurut Kabupaten di Kabupaten Jawa Timur Tahun 2021

No	Kabupaten	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
1	Malang	20.595 Ha	13.127 Ton
2	Bondowoso	18.338 Ha	10.245 Ton
3	Jember	18.318 Ha	11.752 Ton
4	Banyuwangi	17.846 Ha	12.849 Ton
5	Lainnya.	38.328 Ha	21.597 Ton
Jawa Timur		113.425 Ha	69.570 Ton

Sumber: Provinsi Jawa Timur dalam angka 2022 (data diolah)

Data di atas menggambarkan bahwa Jawa Timur menjadi daerah potensial untuk penghasil kopi terbanyak, salah satunya Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi berada diujung timur pulau Jawa dan menjadi kabupaten terluas di Jawa Timur sekaligus pulau Jawa.² Secara geografis Banyuwangi memiliki kondisi bentang alam yang beragam, wilayah Banyuwangi membentang dari dataran tinggi hingga dataran rendah, jajaran gunung berapi, hutan belantara hingga pesisir pantai sepanjang 200 Kilometer yang memberikan perpaduan hembusan angin laut yang membawa unsur garam dan angin gunung yang mengandung unsur belerang

² Ahmad Suryadi, Menapak Indonesia Menelusuri setiap provinsi, Kabupaten dan kota seluruh indonesia jilid 2 (pulau jawa), (Jawa barat: CV Jejak, 2021), hal 123.

yang dapat menciptakan ciri dan karakter kopi yang khas. Yang mana kopi merupakan salah satu komoditas utama yang dihasilkan Banyuwangi.

Tabel 1.2
Luas Area Tanaman Dan Total Produksi Komoditas Kopi Menurut Kecamatan di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2021

No	Kecamatan	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
1	Kalipuro	4.397 Ha	4.749 Ton
2	Kalibaru	3.827 Ha	4.248 Ton
3	Licin	387 Ha	418 Ton
4	Songgon	320 Ha	355 Ton
5	Glenmore	276 Ha	304 Ton
6	Pesanggaran	242 Ha	259 Ton
7	Glagah	138 Ha	149 Ton
8	Giri	63 Ha	67 Ton
9	Siliragung	40 Ha	42 Ton
	Banyuwangi	9.690 Ha	10.591 Ton

Sumber: Kabupaten Banyuwangi Dalam Angka 2022 (Data Diolah)

Dari data luas area perkebunan yang ada di Banyuwangi pada tahun 2021, yang mempunyai area terluas adalah perkebunan kelapa, yaitu sebesar 23.673 Ha dengan hasil produksi sebesar 40.220 Ton. Diikuti oleh luas area perkebunan kopi 9.690 ha dengan produksi sebesar 10.591 Ton.³

³ Badan Pusat Statistik Indonesia Provinsi Jawa Timur, 2022, Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2023. Hal 185-190.

Tabel 1.3
 Produktivitas perkebunan kopi di Kabupaten Banyuwangi (Ton)
 Tahun 2018-2022

No	Tahun	Produksi
1	2018	12.700 Ton
2	2019	12.684 Ton
3	2020	12.720 Ton
4	2021	12.547 Ton
5	2022	12.504 Ton

Sumber: Data diolah

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa Produktivitas kopi di Banyuwangi dalam 5 tahun terakhir masih mengalami gelombang naik turun. Pentingnya peran pemerintah dalam mendukung peningkatan kualitas produksi komoditas kopi di Banyuwangi. Salah satunya dilakukan dengan mengadakan pelatihan-pelatihan serta pendampingan dari dinas terkait terhadap para petani kopi untuk meningkatkan teknik pengolahan kebun kopi yang baik. Pelatihan bagi para petani kopi meliputi pelatihan budidaya kopi yang tepat dan efektif (on farm), teknik memetik kopi dan teknik mengolah kopi yang berkualitas (pasca panen). Hal ini diharapkan bisa dirasakan manfaatnya terhadap produktifitas kopi pada pada tiap-tiap kecamatan sentra kebun kopi seperti Kalipuro, Kalibaru, dan Glenmore.

Salah satu sentra penghasil kopi di Banyuwangi adalah Kecamatan Kalipuro Kelurahan Gombengsari yang berada di lereng timur gunung ijen. Yang mana sebagian besar wilayahnya didominasi oleh wilayah perkebunan, terutama perkebunan kopi rakyat. Dengan kondisi ini, Kelurahan Gombengsari masih menunjukkan wajah pedesaan dibandingkan dengan wajah perkotaan, bahkan merupakan wilayah kelurahan yang berada dipinggir hutan.

Kelurahan Gombengsari terkenal sebagai kawasan pedesaan yang menghasilkan kopi dengan kualitas rasa dan aroma yang khas dan lezat. Sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani kopi. Di daerah ini, terdapat beberapa produk kopi olahan yang terkenal seperti kopi Lego, kopi Kayangan, dan beberapa merek kopi olahan lainnya.

Tanaman kopi di Kelurahan Gobengsari ini dibudidayakan secara organik yang mana mengedepankan hubungan harmonis terhadap unsur yang ada di alam. Salah satu Kelompok tani kopi di Kelurahan Gombengsari yaitu Kelompok tani Kopi Rejo Kelurahan Gombengsari telah mendapatkan tiga sertifikat produsen kopi organik, yakni Standar Nasional Indonesia (SNI) dari lembaga sertifikasi Icert Bogor, sertifikat standar organik dari Canada dan sertifikat Ekspor Uni Eropa yang diterbitkan ADT (Organic Agriculture Certification Thailand), lembaga sertifikat organik yang berbasis di Thailand. Lembaga Icert Bogor menilai hasil produksi kopi yang rejo dengan merek “Kopi Lego” dinyatakan bebas pestisida dan pupuk kimia berdasarkan pedoman SNI 6729:2016,

permentan No.64/2013, dan perka BPOM I/2017. Sementara lembaga ACT Thailand, menyebut kopi lego telah memenuhi standar pasar Uni Eropa (UE) karena telah sesuai dengan ketentuan standar organik Amerika Serikat dan Canada. Dengan didapkannya 3 sertifikat standar organik ini, dapat dinilai sebagai potensi bagi kopi rejo untuk memperkuat pasar produk kopi tidak hanya di dalam negeri saja bahkan cocok untuk diekspor ke pasar Uni Eropa.

Penerapan sistem budidaya kopi organik oleh kelompok tani kopi di Kelurahan Gombengsari ini sudah mulai dirintis mulai tahun 2016 selalu konsisten menggunakan pertanian organik kopi mulai dari budidaya, panen hingga pasca panen. Selanjutnya menggunakan pupuk kompos dari kotoran ternak kambing sehingga mengurangi penggunaan pupuk dan pestisida kimia untuk tanaman kopi. Kotoran kambing ini didapatkan dari para peternak kambing di Kelurahan Gombengsari yang menjadi salah satu mata pencahariaan utama selain petani kopi masyarakat Kelurahan Gombengsari, sehingga mudah mendapatkan bahan bakunya.

Seiring dengan tumbuhnya sektor pariwisata, perkebunan kopi Kelurahan Gombengsari kembali menggali potensi-potensi yang ada dengan mengusung konsep desa wisata. Dimana para petani kopi menawarkan wisata tour kebun kopi, mengenal jenis-jenis kopi, serta rangkaian kegiatan perkebunan kopi dari budidaya sampai pasca panen dapat dijadikan daya tarik tersendiri bagi kegiatan pariwisata yang menarik minat wisatawan domestik maupu luar negeri.

Untuk menunjang konsep desa wisata kampung kopi gombengsari, mulai banyak munculnya kedai- kedai kopi yang berada di tengah-tengah perkebunan kopi Kelurahan Gombengsari. Menawarkan seduhan rasa-rasa kopi khas hasil dari pengolahan kopi Gombengsari.

Dahulu petani kopi Kelurahan Gombengsari hanya mampu menjual produk kopi (berupa greenbean) pada tengkulak dengan harga yang sangat murah, sehingga bertani kopi menjadi kurang menguntungkan. Namun sejak dikembangkannya desa wisata kebun kopi mulia bisa meningkatkan kesejahteraan dari penjualan kopi bubuk kepada wisatawan dengan harga yang jauh lebih tinggi dibanding penjualan berupa kopi greenbean.

Peluang untuk mengembangkan kopi sebagai penggerak perekonomian daerah memang sangat besar, terutama bagi sentra-sentra produksi kopi. Peluang ini semakin besar dan terbuka lebar terutama setelah dirintisnya konsep Kawasan Agropolitan di beberapa wilayah perdesaan di Indonesia. Agropolitan adalah upaya mewujudkan kawasan perdesaan menjadi kota agraris yang tumbuh dan berkembang melalui penyelenggaraan sistem dan usaha agribisnis serta mampu melayani, mendorong, menarik, memajukan kegiatan pembangunan pertanian (agribisnis) di kawasan sekitarnya.⁴

⁴Jujur T N Sitanggang dan Syaad Afifuddin Sembiring, *Pengembangan Potensi Kopi Sebagai Komoditas Unggulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Dairi*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 1 No.6, Juni 2013, 34.

Dengan dikembangkannya sektor perkebunan yang berkolaborasi dengan sektor pariwisata di Kelurahan Gombengsari maka akan menjadi salah satu sarana untuk memperkenalkan produk kopi dan memperluas pasar produk kopi gombengsari ke tingkat nasional maupun internasional.

B. FOKUS PENELITIAN

Bagian ini mencantumkan semua pertanyaan yang perlu dijawab dalam proses penelitian. Fokus penelitian harus di nyatakan dalam kalimat secara singkat, jelas, spesifik, konkrit, dan operasional yang ditunjukkan dalam kalimat tanya.⁵

1. Bagaimana potensi komoditas kopi sebagai produk perkebunan di Kelurahan Gombengsari?
2. Bagaimana strategi pemasaran usahatani kopi terhadap upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berintegritas dengan sektor pariwisata di Kelurahan Gombengsari?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian haruslah relevan dengan fokus masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya dalam penelitian ini.

1. Untuk menjelaskan potensi komoditas kopi sebagai produk perkebunan di Kelurahan Gombengsari

⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (IAIN, Jember Press, 2018), 72.

2. Untuk menjelaskan strategi pemasaran usahatani kopi terhadap upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berintegritas dengan sektor pariwisata di Kelurahan Gombengsari

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian menetapkan kontribusi apa yang diberikan setelah penelitian selesai. Manfaatnya bisa berupa sifat teoritis dan praktis.⁶

1. Manfaat Teoritis

Hasil temuan peneliti dimaksudkan untuk menambah khazanah ilmu dan pemahaman kepada permasalahan yang telah diteliti. Khususnya mengenai upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berintegrasi dengan sektor pariwisata serta bisa digunakan oleh pihak lain sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil temuan ini akan bermanfaat sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang nyata serta sangat berguna dalam pengembangan dan penerapan mata kuliah yang diperoleh selama

⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (IAIN, Jember Press, 2018), 73.

studi. Khususnya pemahaman mengenai teori-teori pasar dan pengembangan potensi daerah

b. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Hasil penelitian ini dapat menjadi koleksi yang digunakan untuk menambah referensi bagi civitas akademik khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk bahan pertimbangan dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

c. Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan dapat memicu untuk meningkatkan pengetahuan dan memberikan wawasan bagi masyarakat mengenai pasar produk perkebunan dan pengembangan potensi daerah.

E. DEFINISI ISTILAH

Definisi istilah atau definisi operasional diperlukan ketika ada kemungkinan timbul perbedaan pemahaman atau ketidakjelasan makna. Definisi istilah disampaikan secara langsung, tanpa menjelaskan asal-usulnya.⁷ Definisi istilah lebih menekankan pada makna yang diberikan oleh penelitian.

1. Potensi Komoditas Kopi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Potensi adalah segala sesuatu yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan

⁷ Hani Subakti dkk, *Riset Kualitatif dan Kuantitatif dalam Bidang Kesehatan*, (Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia, 2021) , 161.

dan dipergunakan secara maksimal. Komoditas sendiri adalah sebuah barang atau produk yang dapat diperdagangkan.

Maksudnya potensi komoditas kopi merupakan segala sesuatu hasil produk yang dihasilkan komoditas kopi baik dari segi budaya, sosial maupun ekonomi Yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan guna menambah nilai ekonomi dari komoditas kopi itu sendiri.

2. Penguatan pasar Produk Perkebunan

Pasar merupakan dimana pusat berkumpulnya berbagai pihak untuk memfasilitasi pertukaran barang dan jasa. Pasar didefinisikan sebagai bertemunya kekuatan penjual dan pembeli yang akhirnya menimbulkan kegiatan transaksi.

Sedangkan Produk perkebunan merupakan segala sesuatu yang dihasilkan dan ditawarkan dari perkebunan yang dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Perkebunan Indonesia menghasilkan berbagai produk komoditas yang dapat diperjualbelikan diantaranya: kopi, karet tebu, teh, cengkeh, kelapa sawit. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada produk perkebunan berupa komoditas kopi. Penguatan pasar dapat diartikan sebagai upaya-upaya dalam memaksimalkan pemasaran produk perkebunan yang berupa komoditas kopi.

3. Hubungan Penguatan Pasar Produk perkebunan Dengan Sektor Pariwisata

Didasari dengan adanya tujuan dari penguatan pemasaran produk perkebunan yaitu mempromosikan kopi Gombengsari melalui sinergi dengan kegiatan pariwisata, meningkatkan penjualan dan meningkatkan citra usaha, semua kegiatan tersebut memiliki tujuan untuk menetapkan prioritas pemasaran kopi Gombengsari.

Hubungan ini merupakan sebuah proses penyatuan potensi-potensi wirausaha yang ada didesa kedalam sektor pariwisata sehingga akan memperkaya konten pariwisata yang ada didesa. Hal ini bermaksud agar terjadi pembauran perubahan pada pelaku wirausaha yang ditunjukkan dengan perubahan sikap menjadi lebih peduli dan terbuka terhadap perkembangan pariwisata di daerah.

F. Sistematika Pembahasan

1. BAB I PENDAHULUAN

Yang berisi latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, serta sistematika pembahasan.

2. BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

Yang berisi mengenai ringkasan-ringkasan kajian penelitian terdahulu yang selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan mengenai kajian teori yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Yang berisi tentang metode yang digunakan dalam penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek

penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan yang terakhir tahap-tahap penelitian.

4. **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Yang berisi inti atau hasil dari penelitian, penyajian data, dan pembahasan temuan penelitian.

5. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang dilengkapi saran-saran dari peneliti.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. PENELITIAN TERDAHULU

1. Dina Fithriyyah, Elina Wulandari, dan Tuhpawana P. Sendjaja. “Potensi Komoditas Kopi Dalam Perekonomian Daerah di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung” (2020), mahasiswa Pascasarjana Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode ini di gunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis potensi ekonomi suatu wilayah dengan cara mengukur variabel-variabel yang berkaitan berdasarkan tingkat produksi tanaman perkebunan untuk mengungkap kecenderungan dan menunjukkan data secara matematis yang bersifat kuantitatif dari berbagai jenis. Metode kuantitatif ini menggunakan analisis *Location Quotient* (LQ) dan *Shift Share* (SS). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana potensi komoditas kopi berperan dalam pertumbuhan ekonomi di kabupaten Bandung khususnya wilayah kecamatan Pangalengan.

Hasil analisis LQ menunjukkan bahwa komoditas kopi dan the menjadi komoditas basis atau unggulan di Kecamatan Pangalengan. Pengembangan kopi dan teh mempunyai prospek yang bagus dalam peningkatan perekonomian daerah khususnya Di Kecamatan Pangalengan. Sedangkan analisis SS menunjukkan pertumbuhan produksi perkebunan termasuk kopi di Kecamatan Pangalengan

mengalami pertumbuhan positif. Sedangkan pada tingkat kabupaten Bandung pertumbuhan produksi perkebunan mengalami pertumbuhan negatif atau turun. Meskipun pertumbuhan produksi komoditas kopi meningkat.⁸

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada pembahasan terhadap potensi komoditas kopi terhadap daerah. Sedangkan yang menjadi perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu terletak pada metode penelitian tersebut yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

2. Naufal Farras Syihab, "*Strategi Pengembangan Potensi Komoditas Kopi Dalam Penguatan Pasar Produk Pertanian Di Desa Sukorejo Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso*" (2020), Program Studi Ekonomi Pembangunan Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya.

Dari hasil penelitian yang digambarkan oleh peneliti menjelaskan tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) Mengetahui struktur dan pangsa pasar kopi dengan menggunakan Analisis *Concentration Ratio* (CR4) dan analisis *Herfindahl Index* (HI), (2) mengetahui faktor pendorong dan hambatan usahatani kopi dengan menggunakan analisis

⁸ Dina Fithriyyah, "*Potensi Komoditas Kopi Dalam Perekonomian Daerah Di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung*", Jurnal pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, Vol. 6 No.1 (Juli: 2020).

Force Field Analysis (FFA), (3) Menyusun strategi penguatan usahatani di desa Sukoreja sumberwringin Kabupaten Bondowoso. Data primer dan sekunder yang diperoleh peneliti yaitu dengan cara wawancara dan penyebaran kuisioner dan sumber bacaan yang mendukung penelitian ini.

Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa dari hasil hitung analisis konsentrasi rasio memperlihatkan struktur pasar kopi di Desa Sukoreja merupakan termasuk pasar oligopoli koperasi menjadi prince maker terhadap pembeli. Strategi yang dapat dipakai salah satunya melalui penyusunan strategi kopi secara terpadu yaitu dengan adanya sinergi antara berbagai pihak yang terlibat dalam penguatan kelembagaan ekonomi.⁹

Adapun perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu menjelaskan mengenai strategi pengembangan potensi komoditas kopi. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menganalisis mengenai potensi komoditas kopi. Serta menambahkan pembahasan yang berintegrasi dengan sektor pariwisata.

3. Adenisa Aulia Rahma, *“Potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Indonesia”*, (2020) Fakultas Program Pendidikan Vokasi Jurusan Bisnis Digital & E-Commerce, Universitas Brawijaya.

⁹ Naufal Farras Syihab, Skripsi: *“Strategi Pengembangan Potensi Komoditas Kopi Dalam Penguatan Pasar Produk Pertanian Di Desa Sukoreja Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso”* (Malang: Universitas Brawijaya, 2020).

Metode Penelitian yang digunakan peneliti yaitu penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif melalui berbagai media sumber baca dengan mengembangkan solusi dan perencanaan strategis. penelitian ini secara umum menggambarkan kegiatan pemerintah dalam mengembangkan potensi alam sektor pariwisata di Indonesia untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat Indonesia dan meningkatkan kualitas pariwisata di Indonesia menjadi lebih baik.

Penelitian ini menemukan bahwa potensi budaya dan kearifan lokal dalam pariwisata masih sangat tinggi. dan karena itu, untuk daya tarik yang lebih estetis (*Epidemi*) dan etis (*Adiluhung*), perlu digagas model pengembangan wisata berbasis budaya dan kearifan lokal. Pengembangan pariwisata di daerah harus menjamin rasa aman bagi pendatang, karena penduduk dengan kreatifitas, rasa dan karsanya adalah tujuan objek wisata yang menarik dan eksotis. Oleh karena itu, dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas yang dapat memelihara dan mengelola tempat wisata dengan baik.¹⁰

Persamaannya dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada pembahasannya yaitu sama-sama membahas mengenai sektor pariwisata. Penelitian tersebut juga sama-sama memakai penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya ada pada kajian peneliti yang dibahas, pada penelitian ini fokus mengkaji mengenai potensi sumber

¹⁰ Adenisa Aulia Rahma, “*potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia*”, Jurnal Nasional Pariwisata Vol. 12 No. 1, (April 2020).

daya alam, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti khusus mengkaji tentang potensi komoditas kopi dalam penguatan pasar produk perkebunan.

4. Dian Barung, “*Arahan Pengembangan Potensi Ekonomi Wilayah Berbasis Komoditas Unggulan Kopi Arabika (Studi Kasus: Kec. Buntu Pepasan, Kab. Toraja Utara)*”, (2021), Mahasiswa Departemen Perencanaan Wilayah Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

Tujuan dari penelitian ini adalah menggambarkan potensi kopi arabika di Kecamatan Buntu Pepasan, menentukan pola distribusi dan margin harga serta mengusulkan arah pengembangan potensi ekonomi wilayah berbasis komoditas unggulan kopi arabika. Merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa potensi produk kopi arabika di wilayah Buntu Pepasan merupakan hasil produksi tertinggi dan terluas di Kabupaten Toraja Utara. Selain itu, terdapat 3 model distribusi kopi arabika di Kecamatan Buntu Pepasan dan margin harga di masing-masing kantor pemasaran.¹¹

Penelitian ini memiliki persamaan dengan yang akan dilakukan peneliti adalah pada pembahasannya yaitu membahas tentang kopi. Perbedaannya ada pada metode penelitian menggunakan penelitian

¹¹ Dian Barung, Skripsi: “*Arahan Pengembangan Potensi Ekonomi Wilayah Berbasis Komoditas Unggulan Kopi Arabika (studi Kasus: Kec. Buntu Pepasan, Kab. Toraja Utara)*” (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2021)

kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

5. Yulisda Dwi Handini, “*Pengembangan Industri Kreatif kafe kopi dalam meningkatkan sektor pariwisata di kabupaten bondowoso*”, (2020), Mahasiswa Universitas Jember.

Peneliti ini memakai metode penelitian kualitatif deskriptif yang mana informasi diambil melalui wawancara dengan informan maupun peneliti melihat secara langsung ke lokasi penelitian. Selain itu data sekunder diperoleh dari sumber-sumber bacaan, serta sumber pustaka dinas pariwisata pemuda dan olahraga kabupaten Bondowoso

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengembangan industri kafe kopi di Kabupaten Bondowoso untuk mendukung sektor pariwisata mengalami beberapa kendala utama. Pertama, terkait permasalahan Sumber daya manusia. kedua, terkait dengan permodalan. Ketiga, terkait perizinan usaha. Keempat, kendala dalam menjaga kualitas kopi dan *packaging* atau kemasan produk kopi. Kelima, kurangnya segmen pemasaran kafe kopi. Meskipun demikian, pemerintah bondowoso tetap berusaha menjalin kerja sama dengan pelaku usaha kafe kopi. Mereka memberikan bantuan peralatan pelatihandan berpartisipasi dslsm kegiatan event “Kampung Kopi Bondowoso” dengan menghadirkan kafe kopi dan produk unggulan masing-masing. Selain itu, Disparpora kabupaten Bondowoso akan membangun *Coffe House* di beberapa kawasan

wisata dan meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak untuk pengembangan coffe house sehingga dapat meningkatkan sektor pariwisata di kabupaten Bondowoso.¹²

Persamaan dengan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu tentang kopi. Metode penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif. perbedaannya yaitu terletak pada ruang lingkup penelitian. Penelitian ini hanya membahas tentang pengembangan industri kreatif kopi kafe. Sedangkan peneliti membahas tentang penguatan pasar produk perkebunan komoditas kopi.

6. Muhammad Ihsan Syahputra, “*Analisis Pengembangan Agribisnis Kopi (Coffea sp.) di Coffe Shop Seladang Kafe*”, (2019), Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor internal maupun eksternal yang ada pada *Coffe Shop* seladang Café serta memilih strategi yang tepat untuk meningkatkan agribisnis kopi di *Coffe Shop* seladang Café.

Penelitian ini menerapkan metode studi kasus (*Case Study*) yang melibatkan pengamatan langsung lapangan. Untuk mencapai tujuan ini, penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT dan analisis deskriptif dengan menggunakan alat ukur skala likert sebagai

¹² Yulisda Dwi Handini, “*Pengembangan Industri Kreatif Kafe Kopi dalam meningkatkan sektor pariwisata di kabupaten Bondowoso*”, *Journal of tourism and creativity* Vol. 4 no. 1, (2020).

alat ukur, yang akan diinterpretasikan dengan menggunakan indeks skor.

Temuan penelitian ini menyatakan bahwa *Coffe Shop Seladang Café* berada di kuadran I (Strategi Agresif) berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS. Situasi ini sangat menguntungkan karena *Coffe Shop Seladang Café* memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dioptimalkan. Kekuatan *Coffe Shop Seladang café* meliputi bibit kopi unggul, biaya perawatan tanaman yang rendah, pengolahan yang menggunakan mesin canggih, dan dukungan pemerintah kabupaten. Sementara itu, peluang yang tersedia meliputi ketersediaan bahan baku yang dapat menekan biaya operasional, konsep yang menarik, pengalaman dalam budidaya kopi dan pengolahan kafe, serta menjadi destinasi Agrowisata kopi.¹³

Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya adalah meneliti tentang kopi. Namun perbedaannya terletak pada variabel yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengembangan agribisnis *Coffe Shop* sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu potensi komoditas kopi sebagai upaya penguatan pasar produk perkebunan. Penelitian ini menganalisis bagaimana strategi yang tepat untuk pengembangan *Coffe Shop* sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti adalah

¹³ Muhammad Ihsan Syahputra, Skripsi: “*Analisis Pengembangan Agribisnis Kopi (Coffe sp.) di Coffe Shop Seladang Kafe*”, (Sumatra Utara: Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2019).

menganalisis potensi kopi sebagai upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berkaitan erat dengan sektor pariwisata.

7. Zamzami Emilia Rizki Puteri, "*Strategi Pengelolaan Risiko Produksi Kopi di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember*", (2020), Mahasiswa universita Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penentuan subjek penelitian yang digunakan purposive serta teknik pengumpulan data melalui obeservasi, wawancara dan dokumentasi. Serta menggunakan triangulasi sumber untuk keabsahan data.

Hasil peneliti ini mencakup faktor-faktor risiko produksi kopi di desa Kramat Sukoharjo Jember, termasuk kualitas kopi yang kurang memuaskan, kurang optimalnya penjemuran kopi yang dilakukan oleh petani sehingga kadar air dalam kopi masih tinggi, tingkat kematangan biji kopi yang dipanen belum maksimal, proses penjemuran kopi seringkali dilakukan bersamaan dengan hasil panen jagung yang membuat kopi bisa beraroma jagung,serta fluktuasi harga biji kopi dipasaran yang selalu mengikuti harga kopi dunia. Untuk mengurangi risiko produksi kopi, disarankan untuk melakukan penjemuran ulang pada biji kopi yang maih kurang kering dan menyimpan sementara biji kopi yang sudah dipanen. Selain itu, petani kopi dapat mengikuti pelatihan pengolahan kopi yang optimal dan

menggunakan pupuk organik untuk mengontrol risiko produksi kopi.¹⁴

Kesamaan dengan penelitian ini adalah topik yang dibahas yaitu tentang kopi. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Adapun perbedaannya ada pada pembahasan tentang strategi dalam pengelolaan risiko produksi kopi sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu menganalisis potensi kopi sebagai upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berintegrasi dengan sektor pariwisata.

8. Dwi Ari Apriliani, “*Analisis Pemberdayaan Petani Kopi Dalam Peningkatan Hasil Produksi dan Nilai Jual Kopi (Studi pada UMKM Kluster Kopi di kabupaten Pati)*”, (2021), Mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Walisongo Semarang.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengukur sejauh mana upaya pemberdayaan ekonomi petani dalam meningkatkan hasil produksi dan harga jual produksi, sehingga tercipta peluang pekerjaan atau profesi di sektor perkebunan.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan (*Field research*).

¹⁴ Zamzami Emilia Rizki Putri, Skripsi: “*Strategi Pengelolaan Risiko Produksi Kopi di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember*”, (Skripsi: Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Jember, 2020).

Temuan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa berdasarkan empat unsur pemberdayaan masyarakat, tiga dari empat unsur tersebut sudah berjalan dengan baik dan satu unsur masih belum tercapai. Tiga unsur tersebut diantaranya peninjauan untuk menentukan sikap dan kapasitas yang hendak dicapai, gerakan sosial yang lebih condong ke saling tolong menolong terkait mesin roestri/ penggorengan, institusi lokal yang berfungsi sebagai mitra sekaligus fasilitator dalam bertani dan berwirausaha. pemberdayaan lebih memprioritaskan pada pengelolaan pasca panen sampai menjadi sebuah produk olahan kopi. Oleh karena itu petani mampu bangkit untuk bergabung dalam anggota UMKM klaster sehingga tidak terlalu dikendalikan oleh para pengepul. Adanya pemberdayaan petani kopi di kabupaten pati berhasil menciptakan banyak peluang kerja¹⁵

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama membahas tentang kopi. Selain itu penelitian tersebut sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menganalisis mengenai pemberdayaan petani kopi untuk meningkatkan hasil produksi dan nilai jual kopi sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menganalisis tentang potensi kopi sebagai upaya penguatan pasar produk perkebunan.

¹⁵ Dwi Ari Apriliani, Skripsi: “*Analisis Pemberdayaan Petani Kopi Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Dan Nilai Jual Kopi (Studi pada UMKM Klaster Kopi di Kabupaten Pati)*”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang , 2021).

9. Magfira Angriani, “*Analisis Potensi Investasi Kopi Berbasis Spasial di Desa Ujungbulu Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto*”, 2019), mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui potensi investasi, penilaian faktor dominan potential investasi dan proyeksi spasial desa Ujung Bulu kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto.

Penyusunan penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuantitatif. Penelitian ini mengambil sebanyak 187 sampel dari populasi keseluruhan 250 orang yang terbagi dari setiap klaster wilayah. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan data sensus yang mana dapat mewakili populasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi langsung, wawancara dan dokumentasi di tempat penelitian.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa potensi investasi yang ada di desa ujung Bulu kecamatan Rumbia kabupaten Jeneponto perlu ditingkatkan karena harga yang didapat petani sangat rendah. Karena itu untuk mendapatkan nilai potensi yang maksimum petani harus meningkatkan mutu produksi serta menambah pengetahuan lebih dalam mengenai budidaya kopi. Potensi eksisting yang didapat petani yaitu Rp. 872.380.000 sementara jika petani dapat memperbaiki produksi kopi dengan memperbaiki kualitas mutu maka potensi pendapatan yang seharusnya diterima yaitu Rp. 7.076.700.000 selisih antara potensi eksisting dengan potensi pendapatan yaitu

sebesar Rp. 6.204.320.000 dari rata-rata responden sebanyak 187 orang. Potensi investasi yang paling efisien dengan adanya peta kewilayahan dapat membantu petani dalam memasarkan produksi kopi dan dapat terkenal di sedluruh dunia bahwa desa Ujng Bulu memiliki potensi kopi yang dapat dikembangkan.¹⁶

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penelitian terletak pada Sama-sama membahas tentang potensi kopi. Adapun perbedaannya yaitu penelitian ini menganalisis potensi investasi kopi berbasis spasial sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menganalisis tentang potensi kopi sebagai upaya penguatan pasar produk perkebunan. Selain itu penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif.

10. Dimas Imaniar dan Andhika Wahyudiono, "*Strategi pengembangan dan bauran pemasaran potensi komoditas kopi dalam rangka penguatan pasar produk pertanian secara integratif dengan sektor pariwisata di kabupaten banyuwangi.*", (2018), Journal of Applied Administration Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan analitik. Teknik pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara mendalam, FGD, dan observasi. Metode analisis data

¹⁶ Magfira Angriani, Skripsi: "*Analisis Potensi Investasi Kopi Berbasis Spasial di Desa Ujungbulu Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto*", (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019).

menggunakan analisis *Location quotient* (LQ), analisis bauran pemasaran, dan analisis medan kekuatan. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive method*) dengan jangka waktu selama 3 bulan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa potensi komoditas kopi di kabupaten banyuwangi merupakan komoditas basis yang sesuai dengan nilai hasil analisis LQ sebesar 1,30. Bauran pemasaran kopi di desa gombeng sariditetapkan sesuai dengan kemampuan yang dapat dilakukan oleh petani kopi. Strategi fokus yang diperoleh yaitu dengan cara menyinergikan antara beberapa pihak yang terkait serta dapat membantu perwujudan usahatani kopi yang lebih kuat dan berkembang sehingga dapat mendukung sepenuhnya program pengembangan subsektor perkebunan agar manfaatnya dapat dirasakan secara continue.¹⁷

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	2	3	4	5
1	Dina Fithriyyah, Elina Wulandari, dan	<i>Potensi Komoditas Kopi Dalam Perekonomian Daerah</i>	1. Objek penelitiannya sama-sama membahas	1. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif

¹⁷ Dimas Imaniar, Andhika Wahyudiono, "Strategi Pengembangan Dan Bauran pemasaran Potensi Komoditas Kopi Dalam Rangka Penguatan Pasar Produk Pertanian Secara Integratif Dengan Sektor Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi", *Journal of Applied Business Administration* Vol. 2 No. 2, (September: 2018).

	Tuhpawana P. Sendjaja. (2020)	<i>di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung</i>	tentang potensi komoditas kopi.	kuantitatif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif.
2	Naufal Farras Syihab. (2020)	<i>Strategi Pengembangan Potensi Komoditas Kopi Dalam Penguatan Pasar Produk Pertanian Di Desa Sukorejo Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso</i>	1. Pada objek kajian membahas tentang potensi kopi.	1. menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif. 2. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pengembangan potensi kopi, sedangkan peneliti menganalisis mengenai potensi komoditas kopi.
3	Adenisa Aulia Rahma. (2020)	<i>Potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Indonesia</i>	1. Pembahasan nya sama-sama mengenai sektor pariwisata. Selain itu juga sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	1. pada penelitian ini fokus mengkaji tentang potensi sumber daya alam, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti khusus mengkaji tentang

				potensi komoditas kopi dalam penguatan pasar produk perkebunan.
4	Dian Barung. (2021)	<i>Arahan Pengembangan Potensi Ekonomi Wilayah Berbasis Komoditas Unggulan Kopi Arabika (Studi Kasus: Kec. Buntu pepasan, Kab. Toraja Utara)</i>	1. pembahasannya sama-sama membahas tentang kopi	1. Perbedaannya terletak pada metode penelitian yaitu penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.
5	Yulisda Dwi Handini. (2020)	<i>Pengembangan Industri Kreatif kafe kopi dalam meningkatkan sektor pariwisata di kabupaten bondowoso</i>	1. Menggunakan pendekatan penelitian yang sama yaitu pendekatan kualitatif. 2. Objek penelitiannya sama yaitu tentang pengembangan sektor pariwisata.	1. terletak pada ruang lingkup penelitian. Peneliti ini hanya membahas tentang pengembangan industri kreatif kopi kafe. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu membahas tentang penguatan pasar produk perkebunan komoditas kopi
6	Muhammad	<i>Analisis</i>	1. Pada	1. Perbedaan

	Ihsan Syahputra (2019)	<i>Pengembangan Agribisnis Kopi (Coffea sp.) di Coffe Shop Seladang Kafe</i>	objek kajian yang dibahas yaitu sama-sama membahas tentang kopi.	pada variabel yang di bahas. Penelitian ini menganalisis bagaimana strategi yang tepat untuk pengembangan Coffe Shop sedangkan penelital yang dilakukan peneliti adalah menganalisis potensi kopi sebagai upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berkaitan erat dengan sektor pariwisata.
7	Zamzami Emilia rizki puteri (2020)	<i>Strategi Pengelolaan Risiko Produksi Kopi di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Jember</i>	1. Pada kajian yang dibahas yaitu sama-sama mengenai kopi. Juga sama-sama menggunakan metode penelitian pendekatan kualittatif.	1. Perbedaannya terletak pada penelitian ini membahas tentang strategi dalam pengelolaan risiko produksi kopi sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu menganalisi potensi kopi sebagai upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berintegrasi dengan sektor

				pariwisata.
8	Dwi Ari Apriliani (2021)	<i>Analisis pemberdayaan petani Kopi Dalam Peningkatan Hasil Produksi dan Nilai Jual Kopi (Studi pada UKM Klaster Kopi di Kabupaten Pati)</i>	1. sama-sama membahas tentang kopi. Selain itu penelitian tersebut sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	1. Penelitian ini menganalisis mengenai pemberdayaan petani kopi untuk meningkatkan hasil produksi dan nilai jual kopi sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menganalisis tentang potensi kopi sebagai upaya penguatan pasar produk perkebunan
9	Magfira Angriani (2019)	<i>Analisis Potensi Investasi Kopi Berbasis Spasial di Desa Ujungbulu Kecamatan Rambia Kabupaten Jeneponto.</i>	1. Pada objek kajian yang dibahas yaitu sama-sama membahas tentang potensi kopi.	1. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menganalisis potensi investasi kopi berbasis spasial, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan menganalisis tentang potensi kopi sebagai upaya penguatan

				pasar produk perkebunan.
10	Dimas Imaniar dan Andhika Wahyudiono (2018).	<i>Strategi pengembangan dan bauran pemasaran potensi komoditas kopi dalam rangka penguatan pasar produk pertanian secara integratif dengan sektor pariwisata di kabupaten banyuwangi</i>	1. Pada objek kajian yang dibahas yaitu sama sama membahas tentang potensi kopi.	1. Pada penelitian terdahulu membahas tentang strategi pengembangan dan bauran pemasaran, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menganalisis potensi komoditas kopi.

Sumber: data diolah dari penelitian terdahulu

Pembenda antara peneliti sebelumnya dengan penelitian ini yaitu penelitian ini terletak pada pembahasannya, dimana penelitian ini membahas mengenai potensi komoditas kopi sebagai penguatan pasar produk perkebunan yang berada di Kelurahan Gombengsari Kecamatan Kalipuro. Dalam penelitian sebelumnya dalam menganalisis potensi kopi ada yang menggunakan analisis SWOT, menggunakan analisis Location Quotent (LQ), analisi shift Share (SS), analisi bauran pemasaran, dan juga analisis medan kekuatan. Sedangkan dalam penelitian ini penulis ingin menganalisis potensi komoditas kopi untuk memperkuat pasar produk kopi. Yang mana Penguatan pasar produk ini bersinergi dengan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata

B. KAJIAN TEORI

1. Analisis SWOT

SWOT merupakan akronim dari kata-kata *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT bersifat deskriptif dan subjektif. Sedangkan analisis SWOT dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (Peluang dan Ancaman) yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan.¹⁸ Ini dapat membantu untuk mengevaluasi strategi yang digunakan dan kemudian menentukan tindakan yang perlu diambil untuk memperkuat pasar produk.

Analisis SWOT menyediakan kerangka yang baik untuk meninjau ulang strategi, arah dan posisi suatu perusahaan, produk, orang maupun proyek. Analisis swot juga dapat dilakukan pada satu produk, jasa, dan layanan perusahaan maupun perorangan.

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu Kekuatan (*strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*Threats*).

¹⁸ Mujito, Manajemen strategik dengan pendekatan analisis SWOT, (Jawa tengah: Wawasan Ilmu, 2023), hal 43.

a) Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah faktor-faktor internal perusahaan yang membantu perusahaan mencapai tujuannya dan membedakan dari pesaingnya. Aspek kekuatan meliputi kualitas produk, merek yang kuat, sumber daya yang baik, teknologi terdepan.¹⁹

b) Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah faktor-faktor internal perusahaan yang membatasi kinerja perusahaan dan membuat perusahaan kurang kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya. Aspek kelemahan meliputi produk yang kurang berkualitas, sumber daya yang kurang, teknologi yang ketinggalan dan tenaga kerja yang kurang berkualitas.²⁰

c) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah faktor-faktor eksternal yang perusahaan yang dapat membantu perusahaan untuk memperluas bisnis mereka dan memperkuat posisi mereka di pasar. Aspek peluang meliputi perubahan teknologi, tren pasar yang berubah, munculnya pasar baru.²¹

d) Ancaman (*Treaths*)

Ancaman adalah fktor-faktor eksternal perusahaan yang dapat membatasi kinerja perusahaan. Aspek ancaman meliputi pesaing

¹⁹ Ibid, hal 44.

²⁰ Ibid, hal 45.

²¹ Ibid, hal 45

yang semakin kuat, perubahan regulasi, perubahan teknologi dan perubahan tren pasar.²²

Faktor-faktor yang ditetapkan kemudian diterapkan dalam bentuk matriks SWOT, yang mana pengapikasiannya adalah:

- a) **Startegi SO:** bagaimana kekuatan (*Strenght*) mampu mengambil keuntungan (*Advantage*) dari peluang (*Opportunities*) yang ada.
- b) Strategi WO: bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan (*Weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*Advantage*) dari peluang (*Opportunities*) yang ada.
- c) Strategi ST: bagaimana kekuatan (*Strenght*) mampu menghadapi ancaman (*Threats*) yang ada.
- d) Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*Threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.²³

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari 4 sisi yang berbeda. Hasil dari analisis biasanya berupa arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini

²² Ibid, hal 45.

²³ Fajar Nur'aini DF, Teknik Analisis SWOT, (Yogyakarta: Quadrant, 2016), hal 8.

dapat membantu untuk melihat potensi-potensi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini.

2. Teori Pasar.

a) Pengertian Pasar produk

Menurut Yohanes Iamarto, Pasar dapat didefinisikan sebagai tempat dimana pembeli bertemu dengan penjual, barang-barang atau jasa ditawarkan untuk di jual, dan kemudian terjadi pemindahan hak milik.²⁴ Pasar merupakan mekanisme yang melahirkan para penjual dan pembeli berinteraksi untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa.

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur di mana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah yaitu uang. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan.

Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk

²⁴ Resti Putri Lestari, Skripsi: *Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang (Studi kasus pasar baru stabet)*, (medan: Universita Islam Negeri Sumatra Utara, 2019).

membelanjakannya.²⁵ Jadi dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yakni:

1. Keinginan manusia.
2. Daya beli mereka.
3. Kemauan untuk membelanjakannya.

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Pelanggan membeli produk karena produk tersebut memuaskan suatu kebutuhan. Makin dekat produk terhadap produk ideal konsumen menunjukkan tingkat *utilitas* (nilai kegunaan) yang semakin tinggi.

Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Kemudian produk sendiri diklasifikasikan menjadi 2, yaitu jasa dan barang. Produk jasa hanya dapat dirasakan (*intangibile*), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan (*tangible*).²⁶

²⁵ Juhari dkk, *Manajemen Pemasaran Pasca Pandemi Covid-19 (Peluang Dan Analisis Manajemen Pemasaran Pasca Pandemi Covid-19 Di Indonesia)*, (Jambi: PT. Sonpedia Pulishing Indonesia, 2023), hal 30.

²⁶ Arif Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta: Kobis 2014), hal. 18.

b) Struktur Pasar

Struktur pasar merupakan suatu karakter pasar yang mempengaruhi strategi persaingan dan penentuan harga pasar. Struktur pasar juga dapat diartikan sebagai suatu hal yang relatif permanen dalam lingkungan perusahaan yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh tingkah laku dan kinerja perusahaan dalam pasar. Seperti jumlah perusahaan, skala produksi dan jenis produksi.

Struktur pasar berhubungan dengan karakteristik dan pentingnya pasar tersebut dalam perekonomian. Dalam pendekatan kualitatif, struktur pasar memiliki beberapa indikator yaitu:

- a.) Jumlah penjual dan pembeli (*Many Sellers and Buyers*).
- b.) Adanya diferensiasi produk (*Homogenous Product*).
- c.) Hambatan keluar masuk pasar (*Free entry and free exit*).²⁷

Dari ketiga persyaratan diatas akan dapat menentukan struktur pasar yang terdapat pada pasar tersebut.

c) Pasar Monopolistik

Pada teori pasar persaingan tidak sempurna merujuk pada struktur pasar yang jumlah penjualnya lebih kecil dari jumlah pembeli. Disebut sebagai “tidak sempurna” karena struktu pasar

²⁷ Endang Siti Rahayu, “Analisis struktur Pasar (*Market Structure*) agung Di Kabupaten Grobogan”, *Journal of Rural and Development* Vol. IV No. 1, 2013.

ini, dianggap memiliki kecacatan yang menyebabkan ketidakadilan dalam suatu pasar.²⁸

Pasar monopolistik didefinisikan sebagai struktur pasar dengan terdapatnya sejumlah besar penjual yang menawarkan barang yang serupa tapi tak sama. Pasar monopolistik merupakan perpaduan dari pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Kemiripan dengan pasar persaingan sempurna terdapat pada banyaknya penjual yang ada di dalam pasar, sedangkan kemiripan pada pasar monopoli adalah penjual dapat mempengaruhi harga walaupun hanya sedikit. Dalam struktur pasar monopolistik memiliki ciri-ciri pasar yang hampir sama dengan pasar persaingan sempurna. Berikut ini merupakan ciri-ciri dari pasar monopolistik:

1. Terdapat banyak penjual

Pada pasar monopolistik mempunyai banyak penjual yang berkompetisi memperebutkan pelanggan atau konsumen. tetapi tidak sebanyak pasar persaingan sempurna. Umumnya skala-skala produksi perusahaan pada pasar monopolistik tidak jauh berbeda.

2. Produk terdiferensiasi (produk serupa tapi tidak sama)

Pada pasar monopolistik ini setiap produk memiliki ciri khas yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan

²⁸ Hamran dkk, “*pengantar ilmu ekonomi (suatu tinjauan teoritis)*” (jawa barat: CV Media Sains Indonesia, 2022), ha 209.

lainnya. Produksi dalam pasar persaingan ini secara fisik mudah untuk dibedakan²⁹.

3. Hanya memiliki sedikit kekuasaan untuk mempengaruhi harga.

Pada dasarnya pasar persaingan tidak sempurna tidak mempunyai kekuasaan untuk mempengaruhi harga, akan tetapi berbeda dengan pasar monopolistik yang dapat mempengaruhi harga walaupun relative kecil. Kekuasaan dalam mempengaruhi harga ini bersumber dari sifat barang yang dihasilkan yaitu sifatnya diferensiasi produk. Perbedaan ini dikarenakan konsumen atau pembeli bersifat memilih, yaitu pembeli lebih menyukai produk suatu perusahaan dan kurang menyukai perusahaan lainnya. Apabila perusahaan ingin menaikkan harga barangnya, ia masih dapat menarik pembeli meskipun tidak sebanyak sebelumnya. Namun masih banyak konsumen akan dengan mudah berpindah kepada perusahaan lain, karena produk-produk monopolistik merupakan kategori barang pengganti yang sangat dekat.

4. Memiliki akses keluar masuk pasar

Perusahaan yang akan masuk didalam pasar monopolistik tidak akan mengalami banyak hambatan seperti yang terjadi pada pasar oligopoli dan monopoli. Tetapi tidak

²⁹ Hamran, dkk, Pengantar Ilmu Ekonmi (Suatu Tinjauan Teoritis), (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2016), hal 254.

semudah masuk pada pasar persaingan sempurna. Setiap perusahaan bebas keluar masuk pasar sesuai dengan kemampuan perusahaan dalam bersaing dan bertahan dalam persaingan pasar. Faktor ini terjadi karena modal yang dibutuhkan untuk membangun perusahaan relatif besar dan perusahaan harus menghasilkan produk yang berbeda dengan barang yang ada di pasar, kemudian mempromosikannya untuk mendapatkan pembeli.

5. Promosi penjualan sangat aktif

Promosi menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan monopolistik guna menarik konsumen³⁰. Perusahaan harus berusaha untuk mempromosikan barang yang lebih menarik dari pada yang lainnya dan dapat meyakinkan para konsumen atau pelanggan pada mutu yang dimiliki oleh barang tersebut. Oleh karena itu guna mempengaruhi cita rasa pembeli, perusahaan harus melakukan persaingan bukan harga (non-price competition), dimana persaingan ini mempengaruhi mutu serta desain produk, melakukan iklan yang terus menerus, memberikan penjualan yang menarik dan sebagainya.

³⁰ Ibid, hal 254.

3. Strategi Pemasaran

Secara khusus strategi sering diartikan sebagai taktik atau siasat. Strategi adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijakan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan.³¹

Pemasaran adalah keseluruhan intern yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli baik pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.³²

Jadi dapat diartikan strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu di bidang pemasaran, yaitu memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. strategi pemasaran merupakan upaya merencanakan dan melaksanakan konsep penetapan harga, promosi dan distribusi barang.³³ Namun nyatanya kondisi persaingan dan lingkungan yang dapat selalu berubah-ubah dengan harapan dapat tercapainya tujuan yang diharapkan. Fokus dari strategi pemasaran adalah mencari cara-cara dimana perusahaan dapat membedakan diri secara efektif dari pesaingnya dan dengan kekuatan

³¹ Abdul manaf, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 89.

³² Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: PT sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011), 75.

³³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 5.

yang berbeda tersebut memberikan nilai pemasaran yang lebih baik kepada konsumennya.

Menurut Corey strategi pemasaran terdiri dari 5 elemen yang saling berkaitan. Kelima elemen tersebut adalah:³⁴

- a. **Pemilihan Pasar**, yaitu pemilihan pasar yang akan di layani.
- b. **Perencanaan Produk**, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian.
- c. **Penetapan harga**, menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitas produk yang ditawarkan.
- d. **Sistem Distribusi**, saluran pemasaran grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
- e. **Promosi**, meliputi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, dan *public relations*.

4. Integrasi Sektor Perkebunan Dengan Sektor Pariwisata

Integrasi adalah proses penyesuaian unsur-unsur yang saling berbeda dalam kehidupan masyarakat sehingga menghasilkan pola hubungan yang memiliki keserasian fungsi.

³⁴ Tri Weda Raharjo, herrukmi septa Rinawati, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, (Surabaya: Cv. Jakad Publishing surabaya, 2019), 42.

Undang-undang nomor 39 tahun 2014 tentang perkebunan menyatakan bahwa “Perkebunan adalah segala kegiatan pengelolaan sumber daya alam, sumber daya manusia, sarana produksi, alat dan mesin, budi daya, panen, pengolahan dan pemasaran terkait tanaman perkebunan. Tanaman perkebunan adalah tanaman semusim atau tanaman tahunan yang jenis dan tujuan pengelolaannya ditetapkan untuk usaha perkebunan. Usaha perkebunan adalah usaha yang menghasilkan barang dan/atau jasa perkebunan

Adanya kesamaan prinsip antara agrowisata dengan pertanian berkelanjutan yang mengupayakan keseimbangan antara input dan output dalam kelestarian lingkungan, maka sinergitas antara pertanian dengan pariwisata yang terwujud dalam bentuk kegiatan agrowisata merupakan suatu sinergi menuju terbentuknya pertanian yang berkelanjutan.³⁵ Maka dari itu untuk menunjang keberlangsungan pariwisata suatu daerah dan pertanian yang berkelanjutan, maka pengembangan kawasan agrowisata harus terus lebih dioptimalkan tanpa harus eksploitasi besar-besaran sektor pertanian oleh sektor pariwisata.

5. Pengembangan Potensi Daerah

Kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin bervariasi mendorong setiap daerah mengembangkan potensi yang dimiliki

³⁵ Zulkifli Sjamsir, *Pembangunan Pertanian dalam Pusaran Kearifan Lokal*, (Makassar: CV Sah Media, 2017), 120.

daerahnya masing-masing. Pengembangan daerah merupakan suatu proses pemerintah daerah dan masyarakat mengelola sumber daya yang ada dalam bentuk suatu pola kemitraan antar pemerintah daerah, masyarakat serta sektor swasta, untuk mengembangkan potensi yang ada dengan cara mendayagunakan seluruh potensi yang ada.³⁶ Pengembangan potensi daerah harus sesuai dengan kondisi masyarakat yang tumbuh dan berkembang. Hal ini karena setiap daerah memiliki kekuatan serta kelebihan berupa sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang berbeda-beda yang dimiliki oleh daerah yang bersangkutan. Hal ini menyebabkan sektor unggulan tiap-tiap daerah akan berbeda-beda. Biasanya pada daerah perkotaan akan menitikberatkan kegiatan ekonominya pada sektor kegiatan sekunder (Industri) dan sektor tersier (jasa), sedangkan pada daerah pedesaan akan menitikberatkan kegiatan ekonominya pada sektor primer (pertanian).

Komoditas unggulan adalah komoditi potensial yang dipandang dapat bersaing dengan produk sejenis di daerah lain, karena disamping memiliki keunggulan komparatif juga memiliki efisiensi usaha yang tinggi dan memiliki posisi strategis untuk dikembangkan di suatu daerah. Posisi strategis ini didasarkan pada pertimbangan teknis (kondisi tanah dan iklim), sosial ekonomi dan kelembagaan. Secara

³⁶ Clara Ayu Monica dkk, *Analisis Potensi Daerah Sebagai Upaya Meningkatkan Perekonomian Daerah Di Sumatera Bagian Barat*, jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 15 No. 1, 2017.

lebih sederhana komoditas unggulan adalah komoditas yang layak diusahakan karena memberikan keuntungan kepada petani baik secara bio-fisik, sosial dan ekonomi.³⁷

Ada beberapa kriteria untuk dikatakan sebagai komoditi unggulan suatu daerah sebagai berikut:

- a) Harus mampu menjadi penggerak utama pembangunan perekonomian. Dengan kata lain, komoditas unggulan tersebut dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada peningkatan produksi, pendapatan, dan pengeluaran.
- b) Mempunyai keterkaitan kedepan dan kebelakang yang kuat, baik sesama komoditas unggulan maupun komoditas lainnya.
- c) Mampu bersaing dengan produk sejenis dari wilayah lain di pasar nasional dan pasar internasional, baik dalam harga produk, biaya produksi dan kualitas pelayanan.
- d) Memiliki keterkaitan dengan wilayah lain, baik dalam hal pasar (konsumen) maupun pemasokan bahan baku.
- e) Memiliki status teknologi, yang terus meningkat, terutama melalui inovasi teknologi.
- f) Mampu menyerap tenaga kerja berkualitas secara optimal sesuai dengan skala produksinya.

³⁷ Ismatul Hidayah, *Analisis Prioritas Komoditas Unggulan Perkebunan Daerah Kabupaten Buru*, Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian Vol. 4 No. 1, 2010

- g) Dapat bertahan dalam jangka panjang tertentu, mulai fase kelahiran, pertumbuhan, hingga fase kejenuhan atau penurunan.
- h) Tidak rentan terhadap gejolak eksternal dan internal.
- i) Pengembangannya harus mendapatkan berbagai bentuk dukungan misalnya keamanan, sosial, budaya kelembagaan, fasilitas intensif, dan lain-lain.
- j) Pengembangannya berorientasi pada kelestarian sumber daya dan lingkungan.³⁸



³⁸ Arief Daryanto dan Yundy Hafizrianda, *Model-Model Kuantitatif Untuk Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah: Konsep Dan Aplikasi*, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2012), 31-32.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif ialah penelitian yang menggambarkan peristiwa atau kejadian yang terjadi. dimana peneliti menganalisis dan memahami fenomena-fenomena yang ada dan memfokuskan pada apa yang digambarkan sebagaimana adanya.

Sedangkan metode kualitatif adalah penelitian yang menggunakan landasan ilmiah untuk menjelaskan fenomena yang terjadi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa, metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menginterpretasikan atau mendeskripsikan partisipan (subyek penelitian) berdasarkan teori ilmiah yang ada tentang fenomena tersebut, agar pembaca mendapatkan gambaran yang konkret tentang teori dan praktik yang ada.³⁹

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif peneliti ingin mengetahui secara langsung apa saja potensi-potensi yang dihasilkan oleh perkebunan kopi. Kemudian peneliti akan menganalisis data yang diperoleh dengan mengambarkannya dan mendeskripsikannya. Selain itu Penggunaan pendekatan kualitatif sebagai pendekatan penelitian karena

³⁹ Sugyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2016). 11.

peneliti melihat masalah yang diteliti dapat berkembang sesuai kondisi dan situasi dilapangan.

B. LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian yang diambil peneliti berada di Kelurahan Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi. Peneliti menetapkan Kelurahan Gombengsari kecamatan Kalipuro karena kecamatan Kalipuro adalah kawasan utama sentra produksi kopi di Banyuwangi yang paling luas yaitu 45% dari total luas perkebunan kopi di Banyuwangi. Kecamatan Kalipuro juga memiliki produktifitas kopi paling tinggi yaitu 4.749 Ton tahun 2021. Desa Gombengsari dipilih karena desa ini merupakan daerah yang memiliki luas wilayah 1.998 Ha yang terdiri dari perkebunan kopi yang dikelola oleh masyarakat serta dimanfaatkan sebagai desa wisata Kampung Kopi Gombengsari yang menyuguhkan wisata kebun kopi dan olahan kopi asli Kelurahan Gombengsari. Selain itu Kelurahan Gombengsari juga selalu masuk dalam kategori 300 besar Anugrah Desa Wisata Indonesia (ADWI) oleh kementerian pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam beberapa tahun terakhir,

C. SUBYEK PENELITIAN

Untuk menentukan subjek penelitian sebagai sumber informan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive*, dimana penentuan informan ditentukan sendiri oleh peneliti dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Pertimbangan kriteria tertentu berarti orang tersebut dianggap oleh peneliti sebagai yang paling tahu tentang

informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti.

Beberapa informan yang dipilih oleh peneliti diantaranya:

- 1) Bapak Taufiq sebagai ketua kelompok tani kopi rejo dan pemilik UMKM kopi Lego.
- 2) Bapak Hariono sebagai anggota kelompok tani kopi rejo dan pemilik UMKM kopi Rejo.
- 3) Bapak Abdurrahman sebagai ketua kelompok sadar wisata Kelurahan Gombengsari.
- 4) Mas Sofan sebagai anggota pokdarwis dan pemilik Coffee Shop Sopan.
- 5) Mas yonatan adi S sebagai anggota pokdarwis
- 6) Bapak Supeno sebagai pemilik Homestay dan kopi Peno.

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Proses pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam penelitian kualitatif. Karena hasil penelitian disempurnakan berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengumpulan data ini. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif lebih fleksibel, karena dapat dilakukan di mana saja, dalam lingkungan apa saja, dan dengan informan yang telah dipilih sebelumnya atau sesuai dengan kondisi dilapangan penelitian.⁴⁰

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

⁴⁰ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016), hal 199.

1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara peneliti secara langsung datang, melihat dan merasakan apa yang terjadi di tempat penelitian. teknik observasi ini sangat baik karena dapat menggabungkan antara teknik wawancara dengan dokumentasi sekaligus mengidentifikasi kebenarannya.⁴¹ Observasi tak berstruktur digunakan sebagai metode observasi peneliti dimana peneliti melakukan observasi yang tidak disusun secara sistematis. Peneliti hanya membuat garis besar observasi yang akan dilakukan. Karena akan akan banyak hal yang tidak terduga dilapangan dalam penelitian kualitatif. Hal ini akan memudahkan peneliti menjadi lebih luwes dan fleksibel dalam mengumpulkan data dilapangan. Adapun yang akan diamati oleh peneliti meliputi:

- a) Potensi-potensi apa saja yang dimiliki oleh perkebunan kopi Kelurahan Gombengsari.
- b) Strategi pengembangan usahatani kopi.
- c) Pengaruh pengembangan Desa Wisata Kampung Kopi terhadap pemasaran produk perkebunan.

2) Wawancara

Wawancara adalah kegiatan mencari bahan (informasi, pendapat) dari seseorang melalui tanya jawab lisan dengan siapa saja. Wawancara diadakan untuk mengungkapkan latar belakang,

⁴¹ Ibid, hal 205.

motif-motif yang ada disekitar masalah yang diobservasi.⁴² Hampir semua penelitian kualitatif di segala bidang dilakukan melalui wawancara.

Dalam teknik wawancara ini, peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis. Wawancara dilakukan secara alami (natural setting), bebas, dan dimana saja. Dalam wawancara ini, peneliti hanya menggunakan pedoman wawancara sebagai gambaran singkat dari pertanyaan yang akan diajukan. Peneliti melihat bahwa wawancara tidak terstruktur dapat memberikan ruang diskusi yang lebih luas, dimana terdapat peluang untuk menghasilkan data yang berada diluar kemampuan berfikir peneliti. Oleh karena itu, memperdalam pemahaman peneliti tentang permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti.

Adapun data yang ingin diperoleh dari wawancara ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengenai potensi-potensi komoditas unggulan kopi Gombengsari Kecamatan Kalipuro.
- b. Mengenai strategi pengembangan usaha tani kopi kelompok tani kopi Gombengsari Kecamatan Kalipuro.
- c. Mengenai pemasaran produk olahan kopi Gombengsari.

⁴² Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal 219.

- d. Mengenai pengembangan desa wisata kampung kopi Kelurahan Gombengsari.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi ini dapat berupa laporan perusahaan, laporan keuangan, foto-foto kegiatan, catatan harian, buku besar, *company profile* atau informasi lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian.⁴³ Dengan menggunakan teknik dokumentasi, informasi yang diperoleh akan lebih lengkap dan data yang diperoleh akan semakin valid. Adapun data yang ingin diperoleh dari dokumentasi ini antara lain:

- a. Profil Kelurahan Gombengsari Kecamatan Kalipuro kabupaten Banyuwangi.
- b. Letak geografis Kelurahan Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi.
- c. Keadaan Penduduk Kelurahan Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi.
- d. Foto-foto pada waktu melakukan wawancara dengan para narasumber.

⁴³ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 205.

E. ANALISIS DATA

Analisis data kualitatif bertujuan untuk menemukan makna dibalik informasi yang didapat dengan mengidentifikasi faktor-faktor dari subjek tersebut. Peneliti dihadapkan dengan berbagai obyek penelitian yang semuanya menghasilkan data yang perlu dianalisis. Informasi yang diterima dari obyek penelitian memiliki kaitan yang masih belum jelas.⁴⁴ Peneliti berusaha mengungkap makna dari data penelitian yang diperoleh dengan cara mengumpulkan informasi menurut klasifikasi tertentu.

Untuk menentukan analisis data, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data selama dilapangan menurut Miles dan Huberman. Ada empat tahapan dalam analisis penelitian selama dilapangan penelitian menurut Miles and huberman (1984), yakni *data collection, data reduction, data display, dan conclusion*.

1. *Data Collection* (pengumpulan data)

Pada saat pengumpulan data sekaligus juga dilakukan analisis data. Jadi peneliti mengumpulkan data dan sambil menganalisis data yang ada. Analisis data dikakukan dengan cara membandingkan hasil pengumpulan data sementara yang telah diperoleh dengan rumusan masalah, tujuan, dan fokus masalah, serta analisis dengan teori yang ada. Hal ini dilakukan secara terus menerus sampai data yang dihasilkan menurut peneliti sudah sesuai dengan tujuan penelitian.

⁴⁴ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 121.

2. *Data Reduction* (reduksi data)

Pada reduksi data akan ada kemungkinan data dibuang karena tidak relevan dengan tema penelitian. Reduksi data dilakukan dengan cara memilih hal-hal pokok, merangkum serta menyeleksi data dengan kategori yang sesuai. Hasil dari proses reduksi data dapat berupa petikan-petikan wawancara dengan tema dan kategori yang sama.

3. *Data Display* (menyajikan data)

Data-data yang disajikan dalam laporan penelitian merupakan petikan-petikan wawancara untuk tiap-tiap topik dalam penelitian yang kemudian ditarik kesimpulannya. Hal ini dikarenakan informasi yang diperoleh selama proses penelitian kebanyakan bersifat naratif, sehingga data yang dihasilkan harus disederhanakan tanpa mengurangi isi data tersebut.

4. *Data Conclusion* (verifikasi data)

Tahap terakhir dalam analisis data adalah menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah disajikan. Kesimpulan Pada dasarnya adalah hasil temuan (*Findings*) dari penelitian yang dilakukan. Temuan ini merupakan jawaban dari setiap tujuan penelitian.⁴⁵

⁴⁵ Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 280.

F. KEABSAHAN DATA

Peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam melakukan keabsahan data. Triangulasi dapat diartikan sebagai proses uji keabsahan data yang memberikan keyakinan kepada peneliti bahwa data yang dihasilkan memang benar-benar sesuai dengan kondisi dan situasi lapangan dan telah dikonfirmasi pada sumber, waktu, serta metode yang berbeda.

Dalam hal ini Peneliti menggunakan teknik keabsahan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah proses pengujian keabsahan materi dengan cara menguatkan data penelitian dari sumber yang berbeda dengan tujuan untuk memberikan keyakinan peneliti bahwa data tersebut memang valid dan sesuai dengan bahan penelitian yang dianalisis.⁴⁶ Caranya bisa dengan mewawancarai narasumber atau pihak yang berbeda dengan pihak atau sumber yang pertama kali memberikan informan.

G. TAHAP-TAHAP PENELITIAN

Guna memahami proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti perlu diuraikan tahapan penelitian dari awal sampai akhir. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tiga langkah, yaitu:

1. Tahap Pra Lapangan

Langkah awal bagi peneliti adalah mencari referensi dan permasalahan yang berkaitan dengan topik penelitian sebelum terjun

⁴⁶ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016), hal 225.

ke lapangan. Peneliti mendapatkan gambaran permasalahan mengenai penguatan pasar produk kopi dengan mengangkat judul “Analisis Potensi Komoditas Kopi Sebagai Upaya Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegritas dengan Sektor Pariwisata di Desa Gombengsari Kecamatan Kalipuro Banyuwangi”. Adapun tahap pra lapangan meliputi:

- a) Penyusunan rancangan penelitian
- b) Menentukan lokasi penelitian
- c) Mengurus surat perizinan penelitian
- d) Memilih dan memanfaatkan informasi
- e) Menyiapkan perlengkapan penelitian⁴⁷

2. Tahap Pelaksanaan Lapangan

Setelah langkah pra lapangan selesai, peneliti mulai terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengumpulkan informasi melalui observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan wawasan tentang masalah yang diteliti.

3. Tahap Analisis data

Data yang terkumpul dengan menggunakan teknik-teknik tersebut kemudian dianalisis dan diolah dengan mengklasifikasikan data berdasarkan fokus penelitiannya. Dalam penelitian kualitatif, pengolahan data tidak harus dilakukan setelah pengumpulan, tetapi

⁴⁷ Lexy j Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung remaja Rosdakarya, 2017), hal 330.

dalam hal ini peneliti dapat mengolah dan menganalisis data secara bersamaan selama pengumpulan data berlangsung.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Desa Gombengsari Kecamatan Kalipuro Banyuwangi

Kelurahan Gombengsari merupakan pemekaran dari Kelurahan Kalipuro pada tahun 1999. Hingga saat ini kelurahan Gombengsari menjadi bagian dari kecamatan Kalipuro kabupaten Banyuwangi, berdasarkan dalam peraturan bupati nomor 69 tahun 2011 yang menyatakan bahwa kelurahan Gombengsari merupakan perangkat daerah Kabupaten Banyuwangi yang berkedudukan di wilayah Kecamatan Kalipuro yang dipimpin oleh Lurah yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Bupati melalui Camat.

Kelurahan Gombengsari merupakan wilayah yang Sebagian besar terdiri dari wilayah perkebunan dengan komoditas utamanya yaitu tanaman kopi. Sehingga wilayah ini sering dikenal sebagai kampung kopi Gombengsari. Selain komoditas kopi, wilayah perkebunan ini juga menghasilkan beberapa komoditas perkebunan lainnya diantaranya kelapa, tanaman hortikultura, cengkeh dan lainnya. Tanaman tersebut dapat digunakan sebagai tanaman yang ditanam disela-sela kebun kopi yang dapat dimanfaatkan untuk menambah nilai ekonomi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat setempat.

Secara keseluruhan kelurahan Gombengsari memiliki luas wilayah 19.953 Ha yang terbagai untuk daerah pemukiman penduduk

1.230 Ha, daerah perkebunan 1.998 Ha, daerah persawahan 55 Ha, daerah hutan 16.630 Ha dan lain-lain 40 Ha. Secara administrasi kelurahan gombengsari dibagi dalam 5 Lingkungan diantaranya Lingkungan Kacangan, Lingkungan Lerek, Lingkungan Suko, Lingkungan Kacangan, lingkungan Kaliklatak, dan Lingkungan Gombeng. Adapun untuk batas-batas Kelurahan Gombengsari antara lain:

- a) Sebelah Barat: Desa Telemung
- b) Sebelah Timur: Desa Kalipuro
- c) Sebelah Selatan: Desa Kelir
- d) Sebelah Utara: Kabupaten Bondowoso

Dapat dilihat peta Kelurahan Gombengsari sebagai berikut:

Gambar 4.1
Peta Kelurahan Gombengsari



Selanjutnya perkebunan kopi Gombengsari dikembangkan melalui sector pariwisata yang mana konsep yang diusung yaitu konsep wisata edukasi yang memberikan wisatawan pengetahuan dan pengalaman baru.

Selain wisata edukasi kebun kopi, sektor peternakan kambing etawa di Kelurahan Gombengsari juga menjadi salah satu potensi besar yang berhubungan dengan sektor perkebunan dan pariwisata. Dimana tanaman pelindung kopi yang tanam oleh petani termasuk tanaman pakan ternak. Sehingga ketika rimbun tanaman tersebut akan dipangkas untuk kemudian dapat digunakan sebagai pakan ternak. Selanjutnya kotoran ternak dari ternak kambing dapat digunakan untuk pupuk kompos organik, sehingga dapat penggunaan pupuk kimia dan bahan pestisida untuk tanaman kopi dan tanaman lainnya dapat dikurangi.

2. Keadaan Penduduk Kelurahan Gombengsari Kecamatan Kalipuro

Sebagian besar penduduk Kelurahan Gombengsari menganut agama islam ditandai dengan banyaknya bangunan masjid disepanjang jalan desa serta seringnya masyarakat menyelenggarakan kegiatan keagamaan seperti memperingati hari-hari besar dalam islam. Mayoritas penduduk desa ini adalah suku osing, meskipun terdapat suku lain seperti suku madura dan jawa.

Tingkat pendidikan di Kelurahan Gombengsari telah meningkat dengan diperhatikan adanya beberapa jenjang sekolah yang ada di Kelurahan Gombengsari.

Tabel 4.1**Jumlah Prasarana Pendidikan Yang Ada di Kelurahan Gombengsari**

No	Uraian	Jumlah	Jumlah murid
1	TK	2	93
2	SD/MI	7	593
3	SMP/MTS	2	211
4	SMA/SMK/MA	1	181
	Jumlah	12	1078

Sumber: Kecamatan kalipuro dalam angka 2022

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa semua jenjang sekolah mulai dari Tk s/d SMA sudah tersedia di Kelurahan Gomengsari. Dengan adanya fasilitas pendidikan yang lengkap dapat membuktikan bahwa pendidikan sangat diperhatikan di Kelurahan Gombengsari. Dengan tingginya minat masyarakat Kelurahan Gombengsari terhadap pendidikan akan sangat membantu untuk menurunkan angka buta aksara yang ada sehingga akan mempermudah masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai sadar akan perbaikan kualitas sumber manusia sebagai generasi penerusnya sehingga nantinya dapat lebih mengembangkan potensi daerahnya sesuai dengan kondisi masyarakat yang tumbuh dan berkembang disana, serta bisa menciptakan lapangan kerja didaerahnya.

Mata pencaharian sebagian besar masyarakat Kelurahan Gombengsari terdiri dari sektor perkebunan, peternakan, dan pertanian. Sektor perkebunan banyak dipilih oleh sebagian besar masyarakat kelurahan Gombengsari dikarenakan kondisi wilayah Kelurahan Gombengsari yang mendukung untuk kegiatan disektor perkebunan selain

itu juga banyak ditemukan juga industri pengolahan yang berbasis UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan menengah) diantaranya ayaman bambu, olahan kopi dan keripik. Secara umum potensi Kelurahan Gombengsari menurut Kecamatan Kalipuro tahun 2022 digambarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Potensi Kelurahan Gombengsari menurut
Kecamatan Kalipuro 2022

No	Sektor	Subsektor	Komoditi Basis
1	Pertanian	Hortikultura	Durian, alpukat, cabai rawit, pepaya, pisang, petai, salak,
		Perkebunan	Kelapa (Kopra), Kelapa Deres, Kopi, Cengkeh bunga kering,
		Tanaman Pangan	Padi sawah, jagung, kacang tanah, ubi kayu
		Peternakan	Kambing Etawa, Sapi Perah, sapi potong, kerbau, domba.
2	Industri Pengolahan	Makanan dan minuman	Minuman Kopi, bangkiak, keripik
		Barang kayu dan hasil hutan	Anyaman bambu
		Logam dasar besi dan baja	Pande besi
		Semen dan bahan galian non logam	Batu bata, genteng

Sumber: Kecamatan Kalipuro dalam Angka Tahun 2022 (data diolah)

Adapun potensi yang telah disebutkan diatas tersebar di seluruh lingkungan di Kelurahan Gombengsari dan di masing-masing lingkungan pasti memiliki potensi atau keunggulan masing-masing. Adapun Kelurahan Gombengsari ini masih sangat kental dengan daerah agraris.

Sektor pertanian masih memegang peran yang penting dalam perekonomian masyarakatnya. Oleh karena itu bila perhatian yang serius diberikan pada sektor pertanian, maka tujuan pembangunan daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat mungkin dapat tercapai dengan baik.

3. Potensi Lingkungan Kelurahan Gombengsari

Kelurahan Gombengsari mempunyai destinasi wisata yang dikembangkan oleh kelompok sadar Wisata (POKDARWIS) yang bekerjasama dengan petani kopi setempat yaitu dengan mengungkap konsep Desa wisata Kampung Kopi Gombengsari dimana wistawan yang datang akan menikmati wisata sambil beredukasi tentang tumbuhan kopi sampai proses pengolahannya. Pengunjung yang datang juga akan mengikuti atraksi proses perah susu kambing etawa. Setelahnya, pengunjung akan diajak untuk menikmati kuliner khas dan wisata alam yang ada di Gombengsari.

Di kelurahan Gombengsari juga memiliki potensi-potensi yang saat ini masih dikembangkan diantaranya kopi Lego (Lerek Gombengsari), kopi rejo serta Tore Coffee yang berada di lingkungan Lerek. Kopi Seblang, Kopi dua Putra, dan wahana wisata Sumber manis yang merupakan produk asli dari lingkungan Suko. Dari lingkungan kacangan ada kopi Kasela, Jus Jambu Nom, Kopi Triskele Kahyangan, bagiak Kopi, dan produk yang dihasilkan oleh poktan tunas harapan antara lain lebah madu liar, pupuk organik, bibit tanaman alpukat dan durian. Di

Lingkungan Gombang terdapat UMKM kerajinan anyaman bambu dan UMKM kopi Suwandi.

Di Wisata Kampung Kopi Gombongsari ini juga terdapat destinasi wisata pendukung lainnya seperti wisata alam puncak asmoro yang dapat dijadikan sebagai tempat camping, wisata kolam renang dan air terjun gua pengantin yang masih kental dengan alam, dan sebagainya. Munculnya pasar pariwisata ini akan memberikan dampak pada potensi lokal maupun usaha-usaha local yang dikembangkan oleh masyarakat setempat akan terangkat dan semakin terkenal berkat promosi yang baik.

B. Penyajian Data dan Analisis

Setelah dilakukan pengumpulan data dilapangan, sekiranya dirasa cukup data yang dihasilkan untuk menunjang hasil penelitian, maka penelitian dilapangan bisa di hentikan. Selanjutnya akan disajikan data-data hasil penelitian secara beruntun yang mengacu pada fokus penelitian, sebagai berikut:

1. Potensi Komoditas Kopi Sebagai Produk Perkebunan di Kelurahan Gombongsari

Potensi dapat diartikan sebagai daya, kesanggupan dan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan.⁴⁸ Secara umum potensi dapat diartikan sebagai suatu kemampuan yang memiliki berbagai kemungkinan dan harapan untuk

⁴⁸ Ahmad Sholeh, *Strategi Pengembangan Potensi Desa*, (jurnal Sungkai, vol.5 No.1, february 2017), hal 36.

dapat dioptimalkan sebaik mungkin baik itu berupa kekuatan, daya, ataupun kesanggupan yang dapat diperoleh masyarakat baik secara langsung maupun melalui proses panjang.

Masyarakat di Kelurahan Gombengsari sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani. Petani kopi menjadi salah satu pencaharian utama masyarakat setempat yang didukung oleh sebagian besar wilayah Kelurahan Gombengsari merupakan wilayah perkebunan. Peneliti mendapatkan data tersebut melalui wawancara dengan bapak hariono mengenai hal tersebut sebagai berikut:

“Rata-rata masyarakat disini bekerja sebagai petani, dan rata-rata kebunnya milik sendiri dan 80 persen kebun kopi di Gombengsari ini merupakan perkebunan kopi rakyat.”⁴⁹

Hal tersebut juga diungkapkan oleh bapak taufik selaku ketua kelompok tani kopi rejo, sebagai berikut:

“Di kelompok tani Kopi Rejo ini ada 25 anggota dengan luas kebun sekitar 30,25 Ha. Dan semua itu kebun milik pribadi”⁵⁰

Dalam wawancaranya dengan bapak hariono juga menjelaskan bahwa sedikit atau banyaknya hasil panen kopi dapat juga dipengaruhi oleh kualitas cuaca terhadap banyaknya buah kopi yang berhasil tumbuh, dimana jika cuaca bagus dan buah kopi melimpah maka hasil panen kopi juga banyak. Dari hasil panen kopi dengan luas lahan 1 Ha

⁴⁹ Hariono, wawancara, Kalipuro, 1 April 2023.

⁵⁰ Taufik, wawancara, Kalipuro, 13 Maret 2023.

bisa menghasilkan sekitar 1 Ton buah kopi. Jadi penghasilan masyarakat dari kopi tidak selalu sama tetapi tergantung pada kualitas biji kopi yang dipanen serta harga kopi dipasaran.

Di Kelurahan Gombengsari ini, para petani kopi dalam menjual hasil panennya memiliki dua pilihan, yaitu menjualnya melalui tengkulak dan sebagian lagi dengan mengolah kembali kopi dalam bentuk greenbean, rosebean, dan bubuk yang mana menyesuaikan permintaan konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak taufik, sebagai berikut:

“Kopinya kita jual dalam bentuk greenbean, rosebean, dan bubuk dengan menyesuaikan permintaan dari konsumen.”⁵¹

Disampaikan juga oleh bapak supeno, sebagai berikut:

“Sebagian besar panen kopi di olah sendiri dan sebagian lagi kami jual ke tengkulak.”⁵²

Dari wawancara diatas, Sebagian besar petani kopi dikelurahan Gombengsari masih menjual hasil panen kopinya kepada tengkulak dikarenakan petani hanya mampu mengolah kopi hasil panen dengan alat dan mesin yang masih terbatas. Hal ini kurang sesuai dengan kondisi petani kopi Gombengsarri yang mampu memanen kopi ribuan ton setiap tahunnya, namun hanya sebagian kecil panen kopi yang dapat di olah lebih lanjut hingga menjadi bubuk kopi yang sudah siap dikonsumsi. Jika ingin menggunakan alat /mesin produksi kopi

⁵¹ Taufik, wawancara, Kalipuro, 13 Maret 2023.

⁵² Supeno, wawancara, Kalipuro 8 Mei 2023

yang modern tentu petani harus memiliki modal yang cukup besar untuk membeli mesin produksi kopi yang mahal dan tentu harus mengetahui bagaimana mengolah kopi dengan baik dan benar. Pada akhirnya petani hanya mampu menjual hasil panen kopinya kepada tengkulak dengan harga yang jauh lebih murah dari pasar.

Petani kopi Gombengsari membudidayakan kopi gombengsari dengan cara organik yaitu dengan mengedepankan hubungan yang harmonis antara unsur yang ada di alam. Budidaya tanam kopi secara organik menggunakan pendekatan berbasis ekosistem yang kompatibel dengan proses ekologi seperti hubungan dalam jaringan makanan, pemeliharaan kesuburan tanah, pengendalian pengganggu hama tumbuhan (OPT) secara alami. Hal ini tersebut dibuktikan oleh salah satu kelompok tani kopi Rejo di Kelurahan Gombengsari yaitu kelompok tani kopi Rejo telah mendapatkan 3 sertifikat kopi organik yaitu sertifikat Standar Nasional Indonesia (SNI) dari Lembaga Sertifikasi Icert Bogor, Sertifikat Ekspor Uni Eropa yang diterbitkan ACT (Organik Agriculture Certification) lembaga sertifikasi yang berbasis di Thailand dan sertifikat organik dari Canada. Sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak Taufiq yaitu:

“Dikelompok tani kopi Rejo ini sudah mendapatkan 3 sertifikat organik yaitu SNI, Uni Eropa, dan Canada melalui tempat sertifikasi PT Agridaya Internasional.”⁵³

⁵³ Taufiq, wawancara. Kalipuro. 13 Maret 2023

Pembudidayaan kopi secara organik dapat menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki kopi gombengsari. Dengan mendapatkannya sertifikasi kopi organik oleh kelompok tani kopi rejo memberikan kepastian hukum kepada para konsumen sehingga tidak akan ragu dalam membeli dan menikmati kopi organik. Kopi hasil dari pembudidayaan secara organik selain lebih menyehatkan karena bebas dari bahan kimia dan pestisida, petani juga dapat menghemat biaya pembudidayaan kopi untuk keperluan biaya pupuk kimia dan pestisida. Selain itu harga dari kopi organik di pasaran lebih tinggi dibandingkan kopi biasa. tentu ini dapat meningkatkan kesejahteraan para petani gombengsari.

Peternakan juga menjadi salah satu bidang yang banyak diusahakan oleh masyarakat Gombengsari, jenis ternak yang banyak di pelihara yaitu jenis kambing etawa sekaligus untuk diperah susunya. Sehingga Kelurahan Gombengsari juga dikenal penghasil produk susu kambing etawa. Selain sebagian besar peternak juga merupakan petani mempunyai lahan perkebunan kopi sehingga kotoran yang dihasilkan oleh ternak kambing dapat dimanfaatkan sebagai pupuk. Sebagaimana diungkapkan oleh bapak Supeno, petani kopi gombengsari sebagai berikut:

“Di perkebunan kopi Gombengsari ini sangat potensial dimanana tanaman-tanaman yang ditanam disela-sela tanaman kopi itu ptanaman kleressedde atau tanaman pelindung yang termasuk tanaman untuk pakan tternak. Dengan kotoran kaming yang tersedia itu bisa digunakan untuk pupuk kompos.

Awalnya kami menggunakan pupuk kimia tetapi kemudian harga pupuk yang makin mahal dan persediaannya selalu berkurang maka kami memutuskan untuk pindah menggunakan pupuk kompos.”⁵⁴

Pengolahan pasca panen sampai menjadi sebuah produk olahan kopi juga menjadi perhatian khusus karena berbagai alasan, salah satunya, supaya harga kopi tidak lagi dikendalikan oleh tengkulak sehingga ada tambahan nilai ekonomi. Sebagai mana di ungkapkan oleh mas soffan dalam wawancaranya:

“Harga kopi di petani sekarang sudah mulai mahal.dan UMKM juga sudah mahal daya jualnya karena kopi digombengsari ini rata-rata kualitas kopinya sudah premium, kalo dulu petani mengolahnya masih asal-asalan kalo sekarang petani mempunyai standarisasi hasil panen atau ada nilai-nilai tertentu yang harus dipenuhi dsri hasil pengolahan kopinya sehingga sekarang petani dapat menentukan harga kopi sendiri dari adanya standarisasi kopi tersebut.”⁵⁵

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya peningkatan kualitas SDM dari petani juga dapat meningkatkan kualitas dari hasil produk olahan kopi itu sendiri. Yang dulunya petani hanya mampu menjual hasil panen kopi dengan harga tengkulak maka sekarang petani mampu menentukan standar harga kopi melalui standaisasi hasil pengolahan kopi paska panen. Fungsi dari UMKM disini sebagai salah satu pintu promosi dari kopi petani Gombengsari.

2. Strategi Pemasaran Usaha Tani Kopi Terhadap Upaya Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegrasi Dengan Sektor Pariwisata Di Desa Gombengsari

⁵⁴ Supeno, Wawancara, 8 Mei 2023

⁵⁵ Soffanul Huda, wawancara, 1 Mei 2023.

Dengan melihat banyaknya potensi komoditas kopi di Kelurahan Gombengsari, hal ini dapat dijadikan strategi untuk meningkatkan pasar produk kopi yang dihasilkan oleh petani kopi Gombengsari dengan memanfaatkan sektor pariwisata.

Dapat diketahui bahwa perkebunan kopi Gombengsari memiliki potensi wisata yang menarik yang dapat memberikan manfaat untuk mempromosikan produk-produk kopi olahan dari petani kopi Gombengsari. Untuk memperkuat pasar produk kopi Gombengsari, Para petani dan UMKM yang bersinergi untuk meningkatkan harga jual kopi gombengsari beserta POKDARWIS sebagai sarana pembranding UMKM dengan pariwisata yang ada di Gombengsari. Para pihak terkait melakukan berbagai macam strategi dengan mengintegrasikan sektor perkebunan dengan sektor pariwisata. Hasil wawancara dengan bapak Abdurrahman selaku ketua kelompok sadar wisata (POKDARWIS) Kelurahan Gombengsari menyebutkan bahwa:

“Secara potensi wilayah geografi Kelurahan Gombengsari merupakan wilayah pertanian dan peternakan, nah dari potensi inilah yang akan dikembangkan untuk sektor pariwisata. Kalo dulu orang mengenal Gombengsari sebagai pertanian maka fokus kita adalah mengenalkan bagaimana cara membudidayakan dan cara produksi kopi dengan baik. Tapi dengan dikenalkannya sektor pariwisata fokus kita akan bertambah pada edukasi pengetahuan tentang kopi. Selain itu juga tentang pengenalan produk-produk UMKM kopi yang dihasilkan. Nah itu adalah salah satu usaha yang dilakukan.”⁵⁶

⁵⁶ Abdurrahman, ketua Pokdarwis Kelurahan Gombengsari, wawancara, 13 April 2023

Berdasarkan keterangan diatas, dapat dipahami bahwa sebagian besar wilayah Kelurahan Gombengsari merupakan perkebunan kopi. Sehingga branding yang ingin di bangun oleh masyarakat Kelurahan Gombengsari adalah kampung kopi. Selain itu Kelurahan Gombengsari juga tengah mengembangkan program kegiatan desa agrowisata yaitu dengan mengintegrasikan sektor perkebunan dengan sektor pariwisata. Integrasi perkebunan kopi dan peternakan kambing etawa menjadi salah satu bentuk upaya sadar wisata untuk mengenalkan potensi-potensi dan produk-produk UMKM kopi yang ada di Kelurahan Gombengsari. Kegiatan ini tentu membutuhkan sinergi antara beberapa pihak terkait diantaranya petani kopi di kelurahan Gombengsari, Kelompok sadar wisata kelurahan Gombengsari, serta para pelaku usahatani UMKM kopi di kelurahan Gombengsari.

Promosi menjadi salah satu kegiatan yang menjadi acuan untuk meningkatkan suatu produk /jasa agar dikenal semakin luas oleh konsumen umum. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan sehingga dapat mempengaruhi konsumen agar tertarik dan kemudian memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan. Data hasil wawancara dengan bapak abdurrahman yang menyataka bahwa:

“Salah satu bentuk promosi yang dilakukan itu dengan mengadakan event-event festival setiap tahunnya secara swadaya. Awal terbentuknya pokdarwis tahun 2018

Gombongsari mulai dikenal pariwisatanya, ini dampak dari dibandingnya banyuwangi oleh bapak bupati, banyuwangi dikenal dengan pariwisatanya. Sehingga berdampak untuk wilayah-wilayah desa dan pelosok untuk bagaimana mengenalkan wilayahnya salah satunya pariwisata Gombongsari. Tidak hanya fokus pada itu saja, tapi kita juga fokus pada edukasi kopi dan ke produk-produk UMKM khususnya kopi. Nah itulah salah satu usaha yang dilakukan. Sebelum adanya pariwisata hanya sekitar 1-5 orang saja yang mengelola produk kopi, tetapi setelah adanya pariwisata sudah ada sekitar 20 UMKM termasuk kopi yang ada di Gombongsari.⁵⁷

Dalam hal ini promosi mengenai potensi pariwisata dilakukan untuk memperluas pasar produk-produk UMKM. Wisata saat ini sangat diminati oleh masyarakat. Promosi yang dilakukan oleh pokdarwis Kelurahan Gombongsari yang bekerjasama dengan petani kopi Gombongsari dan UMKM-yang ada digombongsari yaitu dengan mengadakan event-event festival bertemakan kopi untuk memperkenalkan potensi perkebunan kopi Gombongsari.

Selain promosi dengan mengadakan event-event bertemakan kopi, bentuk promosi yang dibangun oleh Oleh pokdarwis adalah dengan menjalin relasi dengan biro tour travel melalui tour guide. Seperti yang diungkapkan oleh mas soffan sebagai anggota Pokdarwis sekaligus pemilik kedai kopi soffan Coffee:

“dari pokdarwis sendiri juga sering mencarikan relasi-rrelasi dari tour guide saat mengikuti seminar pariwisata. Dari situ kita memperkenalkan kampung kopi Gombongsari sebagai

⁵⁷ Soffanul Huda, wawancara, 1 Mei 2023

sebuah wisata edukasi yang bisa di dijadikan tempat singgah dari paket-paket perjalanan wisata.”⁵⁸

Dari hasil wawancara diatas dapat di pahami bahwa dengan mengenalkan Kampung Kopi Gombengsari kepada guide tour perjalanan wisata dan pemilik biro-biro travel menjadi salah satu bentuk promosi yang dapat dilakukan. Dengan ini Kelurahan Gombengsari memberikan alternatif yang dapat diambil sebagai salah satu tempat singgah untuk perjalanan wisata yang dilakukan.

Perencanaan produk memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan suatu bisnis. Perencanaan produk dapat berupa produk spesifik yang dijual dan pembentukan lini produk. begitupun juga kopi sebagai produk utama yang dihasilkan oleh UMKM yang ada di Kelurahan Gombengsari juga memiliki perencanaan produknya. data hasil wawancara dengan mas soffan, menjelaskan bahwa:

“Kopi yang dijual oleh UMKM kepada pengunjung wisata disini kita ambil dari petani setempat, dari situ petani dan UMKM buat perjanjian standarisasi pengolahan kopi. Dari petani dijual dalam bentuk gelondongan yang nantinya kita olah kembali menjadi bubuk kopi yang siap kita jual.”⁵⁹

Melalui wawancara dengan bapak supeno, petani kopi Gombengsari dan pemilik Homestay kopi Peno mengatakan bahwa:

“produk olahan kopi yang dijual tidak hanya dalam bentuk bubuk kopi saja, tetapi dijual dalam bentuk greenbean dan

⁵⁸ Soffanul Huda, wawancara, 1 Mei 2023.

⁵⁹ Soffanul Huda, wawancara, 1 Mei 2023.

rosebean juga. Tetapi untuk harga jual lebih mahal yang bentuk bubuk.”⁶⁰

Dari hasil wawancara diatas bisa dipahami bahwa kopi yang ditawarkan dapat berupa kopi bubuk, greenbeand dan rosebean. Tetapi jika dilihat dari nilai manfaatnya, kopi bubuk lebih diminati dan lebih mahal dibandingkan kopi dalam bentuk greenbean dan rosebean. Karena kopi bubuk ebih banyak melewati proses pengolahan kopi.

Sebagai bentuk upaya untuk memfasilitasi penggunaan layanan dan produk UMKM, pembangunan rumah digital memberikan informasi terpusat untuk memudahkan pengunjung dalam mencari informasi. Wawancara dengan bapak rahman mengatakan bahwa:

“Tahun 2022 kita launching Rumah digital Gombensari sebagai pusat informasi berbasis digital mengenai sektor peternakan, perkebunan, home stay, UMKM yang ada serta produk-produk lokal yang dihasilkan dan daya tarik wisata alamnya.”⁶¹

Dari hasil wawancara diatas dapat dipahami bahwa dengan membangun rumah digital menjadi satu langkah yang penting untuk memfasilitasi layanan informasi berbasis digital seputar Desa wisata Kampung Kopi Gombensari. Program rumah digital dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk -produk asil UMKM, seputar pariwisata dan homestay yang ada di kelurahan Gombensari

⁶⁰ Supeno, wawancara, 8 Mei 2023

⁶¹ Abdurrahman, wawancara, 13 April 2023

serta informasi potensi -potensi pertanian, perkebunan dan sektor peternakan yang mungkin masih bisa dikembangkan,

Dengan konsep desa wisata yang dikembangkan di Kelurahan Gombengsari diharapkan dapat semakin berkembang dan semakin memperkenalkan Kopi Gombengsari. Penerapan strategi yang tepat bisa berdampak baik bagi penguatan pasar produk olahan kopi yang bisa membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekita khususnya petani kopi karena semakin banyak wisatawan yang berkunjung maka akan menciptakan sebuah pasar baru yang dapat mendorong promosi kopi Gombengsari.

C. Pembahasan Temuan

Dari beberapa penyajian data tersebut akan disajikan dan dianalisis di pembahasan temuan. Pembahasan tersebut akan dipaparkan sesuai dengan pengamatan yang dilakukan peneliti selama penelitian lapangan berlangsung. Fokus penelitian yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. **Potensi Komodita Kopi Sebagai Produk Perkebunan di Kelurahan Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi**

Peneliti menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui faktor-faktor apasaja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memungkinkan terjadi di lingkungan eksternal maupun lingkungan internal. “SWOT” sendiri merupakan akronim dari kata-kata *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Dengan kekuatan dan peluang

produk yang dimiliki dapat dimanfaatkan dengan baik, begitupun juga dengan kelemahan dan ancaman yang timbul dari produk dapat di minimalisir serta diantisipasi sedini mungkin.

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan maka peneliti akan membahas potensi komoditas kopi sebagai produk perkebunan pada faktor internal dan eksternal. Dari sisi internal apa yang menjadi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weakness) yang dimiliki oleh perkebunan kopi Gombongsari yang menjadikan faktor sulit berkembangnya komoditas kopi tersebut. Kemudian dari sisi eksternal dengan mengidentifikasi peluang (Opportunity) untuk melihat kesempatan-kesempatan yang diperoleh dari lingkungan luar dan ancaman (Threat) yang timbul dari lingkungan luar yang memungkinkan potensi komoditas kopi yang ada akan sulit untuk dikembangkan.

a. **Faktor-faktor Internal**

Dalam analisis faktor internal, dapat dilihat kekuatan yang dimiliki oleh komoditas kopi Gombongsari dapat dikembangkan secara optimal guna untuk mengembangkan perkebunan kopi gombongsari agar memberikan nilai ekonomi lebih kepada masyarakat sekitar dan diharapkan pada kelemahan dapat diminimalkan agar kopi gombongsari dapat berkembang secara optimal.

1) kekuatan (*streanghts*) yang dimiliki komoditas Kopi Gombengsari:

a. Keberagaman alam yang sesuai untuk pengembangan kopi.

Kelurahan Gombengsari terletak dikawasan dataran tinggi yaitu sekitar 400 sampai 650 Meter dari permukaan laut dengan suhu rata-rata 23-30 celcius yang berada di lereng timur Gunung Ijen. Wilayah ini cocok untuk pembudidayaan tanaman kopi.

b. Pengembangan budidaya kopi secara organik. Sebagian besar kopi gombengsari dibudidayakan secara organik dengan mengedepankan hubungan yang harmonis antara unsur yang ada di alam.

c. Integrasi perkebunan kopi dan peternakan kambing etawa.

Selain sebagai penghasil kopi, kelurahan Gombengsari juga menjadi salah satu sentra peternakan kambing etawa.

d. Tersedianya keragaman produk kopi yang dihasilkan. Ada banyaknya jenis varian kopi yang dibudidayakan di Kelurahan Gombengsari. Mulai dari kopi robusta, kopi konuga, kopi arabika, kopi togosari dan masih banyak jenis kopi lainnya.

e. Kualitas SDM yang semakin meningkat. Dengan sering diadakannya pelatihan mengenai peningkatan kualitas produksi kopi kepada para petani dan pelaku usaha kopi.

- f. Kualitas produk kopi gombengsari yang dihasilkan rata-rata termasuk kopi premium atau kopi kelas kedua setelah kopi specialty.
 - g. Kondisi dan suasana perkebunan di Kelurahan Gombengsari yang masih asri dengan nuansa pedesaan.
 - h. Kegiatan event-event bertemakan kopi yang secara rutin dilakukan setiap tahunnya untuk membranding kopi Gombengsari.
- 2) Kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki komoditas Kopi Gombengsari:
- a. Sarana transportasi yang belum memadai sehingga akses menuju ke lokasi masih sulit dijangkau menggunakan transportasi umum sehingga pengunjung yang datang menuju lokasi Kelurahan Gombengsari harus menggunakan kendaraan pribadi.
 - b. Lemahnya ketertarikan masyarakat umum terhadap produk olahan kopi lokal.
 - c. Belum adanya peran aktif pemerintah maupun swasta dalam membantu petani dan pelaku usaha kopi maupun membantu mempromosikan desa wisata kampung kopi gombengsari
 - d. Keterbatasan modal untuk pengembangan usaha tani.

- e. Harga sarana dan prasarana produksi kopi yang cukup mahal.
- f. Letak Kelurahan Gombongsari yang cukup jauh dari pusat kota sehingga tidak bisa dijadikan tujuan dadakan untuk sekedar berwisata maupun menikmati kopi.

b. Faktor-faktor Eksternal

Faktor-faktor eksternal adalah faktor faktor yang tidak terlibat langsung pada apa yang sedang diteliti. Faktor ini terdiri dari peluang dan ancaman.

- 1) Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki oleh komoditas kopi Gombongsari.
 - a. Sejalan dengan program pemerintah yaitu program pengembangan agrowisata banyuwangi.
 - b. Sudah mampu ekspor kopi organik ke luar negeri namun masih dalam skala kecil.
 - c. Dilakukan sosialisasi / pelatihan tentang peningkatan kualitas kopi.
 - d. Pengembangan Ekonomi Kreatif berbasis UMKM Kopi
 - e. Adanya relasi yang kuat dan saling membantu dalam bisnis kopi, agen-agen perjalanan wisata, instalansi pendidikan maupun pengunjung wisata.
- 2) Ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh komoditas kopi Gombongsari:

- a. Adanya ancaman dari minuman lain. Muncul banyaknya minuman soft drink dengan varian yang bermacam-macam dapat menjadi ancaman tersendiri bagi para pelaku usaha kopi jika mereka tidak memiliki inovasi-inovasi yang dapat bersaing dengan minuman merek soft drink.
- b. Kurangnya dukungan pemerintah dalam peningkatan kualitas kopi.
- c. Kopi belum memiliki hak intelektual.
- d. Harga kopi yang selalu fluktuasi.

Tabel 4.3
Analisi SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keberagaman alam yang sesuai untuk pengembangan kopi. 2. Pengembangan budidaya kopi secara organik. 3. Integrasi perkebunan kopi dan peternakan kambing etawa. 4. Tersedianya keragaman produk kopi yang dihasilkan 5. SDM yang semakin meningkat 6. Produk kopi yang dihasilkan berkualitas premium. 7. Kondisi dan suasana perkebunan yang masih asri 8. Kegiatan event-event bertemakan kopi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sarana transportasi yang belum memadai 2. Lemahnya ketertarikan masyarakat terhadap produk olahan kopi lokal. 3. Belum ada lembaga yang mendukung secara penuh. 4. Keterbatasan modal untuk pengembangan usaha tani. 5. Harga sarana dan prasarana produksi kopi yang cukup mahal. 6. Letak Kleurahan Gombnagsari yang jauh dari Pusat kota.

	yang secara rutin dilakukan setiap tahunnya	
Peluang (Opportunities)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejalan dengan program pemerintah yaitu program pengembangan agrowisata banyuwangi. 2. Sudah mampu ekspor kopi organik ke luar negeri namun masih dalam skala kecil 3. Pengembangan Ekonomi Kreatif berbasis UMKM Kopi. 4. Pelatihan-pelatihan SDM unuk meningkatkan kualitas kopi Gombengsari 5. Adanya relasi yang kuat dan saling membantu dalam bisnis kopi, dan sebagainya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat pengembangan inovasi produk olahan Kopi yang menarik. 2. bekerjasama dengan instalansi pemerintahan bagi kantor maupun koperasi pemerintahan untuk menggunakan produk kopi lokal khususnya kopi gombengsari. 3. meningkatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan petani kopi dan pelaku usaha kopi dalam pengembangan dan pengolahan kopi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan minat masyarakat umum untuk lebih mencintai produk lokal yaitu dengan mengkonsumsi produk olahan kopi lokal.
Ancaman (Threats)	Startegi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya ancaman dari minuman lain. 2. Kurangnya dukungan pemerintah dalam peningkatan kualitas kopi. 3. Kopi belum memiliki hak intelektual. 4. Kurangnya dukungan pemerintah dalam peningkatan kkuualitas kopi. 5. Harga kopi yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. mengembangkan komoditas potensial lainnya untuk menunjang tanaman kopi. 2. Kelurahan Gombengsari bisa memberikan gambaran kepada pemerintah daerah bahwa Kelurahan Gombengsari sendiri merupakan peluang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan keunikan dan keaslian produk kopi Gombengsari. Agar identitas kopi khas kelurahan gombengsari tidak mudah tergantikan oleh produk-produk lainnya. 2. . membangun fasilitas sarana dan prasarana penunjang desa

fluktuasi	yang besar untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.	wisata.
-----------	---	---------

Sumber: data diolah

Dengan potensi yang dimiliki dapat dijadikan modal awal untuk mengembangkan perkebunan kopi Gombengsari untuk menambah nilai ekonomi agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Kelurahan Gombengsari. Matriks SWOT menunjukkan beberapa alternatif strategi yang diterapkan dari potensi-potensi yang ada di perkebunan kopi Gombengsari.

a) Strategi SO (Strength - Opportunity)

1. Membuat pengembangan inovasi produk olahan Kopi yang menarik.
2. bekerjasama dengan instansi pemerintahan bagi kantor maupun koperasi pemerintahan untuk menggunakan produk kopi lokal khususnya kopi gombengsari.
3. meningkatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan petani kopi dan pelaku usaha kopi dalam pengembangan dan pengolahan kopi

b) Strategi WO (Weakness - Opportunity)

1. Meningkatkan minat masyarakat umum untuk lebih mencintai produk lokal yaitu dengan mengkonsumsi produk olahan kopi lokal. Kesadaran untuk mengkonsumsi produk olahan kopi loka sangat penting guna meningkatkan penjualan produk kopi lokal dan dapat membuktikan bahwa produk olahan kopi lokal dapat bersaing dengan kopi saset hasil parik.

c) Strategi ST (Strenght - Treats)

1. Mengembangkan komoditas potensial lainnya untuk menunjang tanaman kopi. Ada banyak hasil perkebunanya yang bisa menunjang komoditas kopi seperti buah-buahan alpukat, durian, kelapa dan sebagainya.
2. Kelurahan Gombengsari bisa memberikan gambaran kepada pemerintah daerah bahwa Kelurahan Gombengsari sendiri merupakan peluang yang besar untuk meningkatkan ekonomi masyarakat

d) Strategi WT (Weakness – Threats)

1. Mempertahankan keunikan dan keaslian produk kopi Gombengsari. Agar identitas kopi khas kelurahan gombengsari tidak mudah tergantikan oleh produk-produk lainnya.
2. Membangun fasilitas sarana dan prasarana penunjang desa wisata. Seperti membangun icon-icon yang menjadi ciri khas perkebunan kopi Gombengsari dan dapat menjadi spot berfoto yang menarik bagi pengunjung.

2. Strategi Pemasaran Usaha Tani Kopi Terhadap Upaya Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegrasi Dengan Sektor Pariwisata Di Desa Gombengsari

Setiap petani dan pelaku usaha UMKM kopi Gombengsari memiliki beberapa produk hasil buah kopi menjadi olahan bubuk kopi. Setiap pelaku usaha selalu berusaha bagaimana membuat sebuah produk yang memiliki nilai jual yang tinggi yang nantinya akan berdampak

positif pada petani kopi Gombengsari. Upaya yang dilakukan petani dan pelaku usaha tani kopi tersebut dirumuskan menjadi sebuah strategi yang disebut strategi pemasaran.

Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai rencana pemasaran yang menyeluruh, terpadu dan menyatu untuk menjangkau konsumen yang sudah ditargetkan yang dianggap memiliki prospektif untuk menghasilkan keuntungan.

Meurut Corey strategi pemasaran terdiri dari 5 elemen yang saling terkait. Kelima elemen tersebut adalah:⁶²

- a) **Pemilihan Pasar**, yaitu memilih pasar yang akan di layani
- b) **Perencanaan Produk**, termasuk produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri memberikan semua manfaat yang bisa didapatkan pelanggan dengan melakukan pembelian
- c) **Penetapan harga**, penentuan harga secara akurat yang dapat mencerminkan nilai kuantitas produk yang ditawarkan untuk dijual.
- d) **Sistem Distribusi**, saluran pemasaran grosir dan eceran untuk produk yang akan dibeli sampai mencapai konsumen yang membeli Dan menggunakannya.

⁶² Tri Weda Raharjo, herrukmi septa Rinawati, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, (Surabaya: Cv. Jakad Publishing surabaya, 2019), 42.

e) **Promosi**, meliputi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, dan *public relations*.

Hal ini sesuai dengan pendapat mengenai bagaimana menyusun strategi pemasaran produk UMKM yang berbasis desa wisata dalam bukunya Tri Weda Raharjo dan Herrukmi Septa Rinawati yang berjudul Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata dapat dengan menggunakan lima element strategi pemasaran yaitu sebagai berikut:⁶³

1. Pemilihan pasar

Perlunya pelaku-pelaku usaha untuk menentukan segmentasi pasar dan membidik pasat tertentu sesuai dengan potensi yang ada didesa wisata tempat pelaku usaha berada.

Jika dikaitkan dengan temuan dilapangan bahwa Kelurahan Gombengsari merupakan wilayah yang sebagian besar merupakan wilayah perkebunan kopi. Oleh karena itu Kelurahan Gombengsari lebih mengkhususkan pada potensi kopi yaitu dengan mengusung konsep desa wisata edukasi kopi. Yang bersinergi dengan para petani kopi dan para pelaku usaha UMKM yang mengelola hasil produk kopi.

⁶³ Ibid, 312.

2. Pengembangan Produk dan Jasa

Pengembangan produk terus dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai hal yaitu: Standarisasi produk dan jasa, pemetaan budaya dan sumber daya lokal untuk menciptakan varian produk dan jasa, menciptakan produk dan layanan yang baru sesuai tren terkini serta keunikan produk dan layanan.

Kopi merupakan komoditas utama dari perkebunan gombnagsari. Sebagian kopi hasil panen di wilayah perkebunan gombnagsari dijualbelikan oleh petani dalam bentuk gelondongan sesuai dengan standar yang telah disepakati dengan UMKM. Setelah itu kopi gelondongan akan diolah lagi menjadi bubuk kopi yang siap untuk dipasarkan kepada pengunjung wisata. Tidak hanya dalam bentuk bubuk kopi, kopi di Gombnagsari juga dijual dalam bentuk greenbean dan rosebean. Namun nilai manfaat kopi bubuk lebih besar dari pada kopi greenbean maupun rosebean.

3. Penetapan Harga Produk dan Jasa

Penetapan standar harga diperlukan untuk menghindari adanya perang harga yang dapat mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat antar pelaku usaha yang ada. Penetapan harga layanan dan produk ditetapkan didesa wisata supaya dapat memberikan manfaat yang baik bagi UMKM dan pengelola wisata. Kebijakan harga tersebut meliputi harmonisasi produk dan potongan harga bagi rombongan wisatawan.

Jika dikaitkan dengan hasil data dilapangan, di desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari ini sudah memberikan kemudahan kepada pengunjung untuk merasakan semua potensi-potensi wisata yang ada di Gombengsari yaitu dengan menyediakan layanan berupa paket-paket wisata yang memberikan pilihan kepada wisatawan yang berkunjung dengan pilihan harga dan benefit yang berbeda beda. Paket wisata yang diberikan yaitu paket wisata Gombengsari One Day Package dan Paket Edukasi Gombengsari.

Adapun produk-produk olahan kopi bubuk yang ditawarkan berkisar harga 80.000 sampai dengan 100.000 per kilogramnya dengan berbagai macam jenis kopi yang ditawarkan. Sementara untuk kopi gelondongan yang ditawarkan berkisar harga 30.000 sampai dengan 40.000 per kilogramnya

4. Distribusi Produk Dan Jasa

Upaya untuk memfasilitasi penggunaan layanan dan produk UMKM dengan membangun webside yang baik dan memudahkan wisatawan harus dilakukan secara virtual maupun nyata.

Jika dikaitkan dengan data temuan dilapangan menunjukkan bahwa Kelurahan Gobengsari sendiri telah melakukan inovasi dengan membangun rumah digital sebagai pusat informasi berbasis digital. Di rumah digital memberikan informasi mengenai potensi-potensi pertanian, perkebunan, dan

sektor perternakan yang ada di Gombengsari. Program rumah digital bertujuan untuk memasarkan atau mempromosikan produk mulai dari UMKM, pariwisata, homestay, dan potensi-potensi yang ada di Gombengsari. di rumah digital pun juga disediakan buku-buku mengenai profil UMKM yang dapat ditunjukkan pada saat wisatawan berkunjung.

5. Promosi Usaha, Produk dan layanan

Promosi dilakukan untuk memperkenalkan desa wisata serta kelompok UMKM (makan-minum, souvenir, transportasi dan kesenian) yang ada dengan berbagai usaha baik menggunakan media sosial maupun media-media lain yang dibutuhkan.

Jika dilihat dari data yang telah disajikan diatas bentuk promosi usaha dan produk dari desa wisata Gombengsari dengan mengadakan event-event festival yang banyak mengusung konsep potensi wilayah tersebut yaitu potensi komoditas kopi. Dengan adanya event-event festival kopi dapat memberikan wadah kepada para pelaku usaha UMKM pengolah kopi didaerah untuk memperkenalkan dan mempromosikan produksi kopi yang diolah dan juga dapat menjualnya kepada pengunjung festival yang datang. Keuntungan yang didapat oleh setiap pelaku usaha kopi ini dirasakan dengan meningkatnya pendapatan yang diperoleh dengan mengikuti festival tersebut. Selain itu promosi juga dilakukan melalui menjalin relasi dengan biro tour travel

melai tour guide. Dinama Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari dapat menjadi salah satu tempat yang direkomendasikan untuk tour wisata.

Berdasarkan kondisi lapang, beberapa elemen strategi pemasaran diatas yang terdiri dari pemilihan pasar, pengembangan produk dan jasa, penetapan harga produk dan jasa, distribusi produk dan jasa, komunikasi pemasaran (promosi) usaha, produk dan layanan dibentuk dan disesuaikan dengan kemampuan dan kondisi yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha tani dan pihak-pihak terkait. Semua elemen tersebut di dasari tujuan pemasaran yaitu untuk mengembangkan potensi kopi Gombengsari melalui sinergitas dengan kegiatan pariwisata, untuk meningkatkan penjualan dan untuk meningkatkan citra usaha, dimana tujuan pemasaran secara keseluruhan yaitu untuk mengidentifikasi prioritas pemasaran yang terbaik untuk produk kopi yang ada di Kelurahan Gombengsari.

Keberadaan para pelaku usaha tani tanaman kopi, kelompok tani Kopi, dan kelompok sadar wisata di Kelurahan Gombengsari ini ditekankan pada kondisi dimana semua pihak dapat saling bersinergi dan saling menguntungkan satu sama lain dengan tetap fokus pada peran yang ditetapkan agar pengembangan sektor perkebunan yang nantinya bersinergi dengan sektor pariwisata dapat memberikan manfaat yang dapat

dirasakan oleh para pelaku yang terlibat. Serta tujuan dari adanya program ini dapat tereliasasikan dengan baik untuk memberikan dampak positif bagi semua kalangan khususnya masyarakat Kelurahan Gombengsari.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

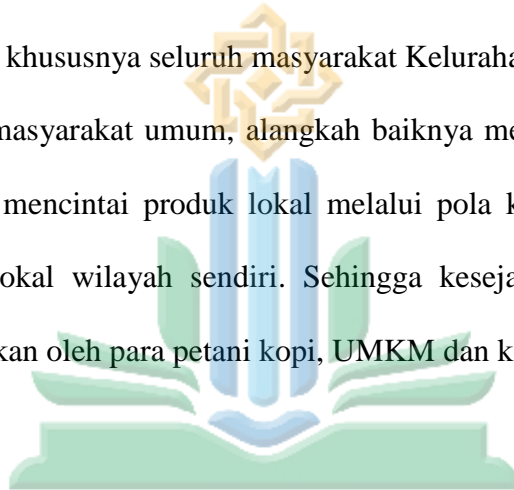
1. Dengan potensi-potensi yang dimiliki komoditas kopi Gombengsari memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kelurahan Gombengsari baik dari segi pertanian, peternakan maupun pariwisata.
2. Strategi pemasaran yang digunakan di Kelurahan Gombengsari dibuat sesuai dengan kemampuan yang dapat dilakukan oleh semua pihak yang terlibat seperti Petani Kopi Gombengsari, Pelaku Usaha dan Kelompok sadar wisata Kelurahan Gombengsari. Dengan masuknya Sektor pariwisata di Kelurahan Gombengsari memberikan motivasi untuk berdirinya UMKM sebagai pintu promosi hasil produk-produk perkebunan. Elemen strategi pemasaran yang terdiri dari pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, sistem distribusi, dan promosi memiliki faktor-faktor yang berbeda dalam setiap elemennya.

B. Saran-Saran

1. Bagi pemerintah daerah khususnya dinas terkait dibutuhkan konsep pembinaan dan arahan secara intensif dan bersinergii dengan stakeholder Untuk memberikan pelatihan teknis, kewirausahaan, dan bantuan modal serta promosi sehingga strategi yang digunakan dapat

berjalan dengan baik dan manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh semua elemen masyarakat.

2. Bagi para petani, para pelaku UMKM dan pokdarwis diharapkan dapat selalu bersinergi untuk terus berperan aktif untuk membranding Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari dan terus melestarikan dan memanfaatkan potensi-potensi yang ada di Gombongsari secara maksimal sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat umum khususnya seluruh masyarakat Kelurahan Gombongsari
3. Bagi masyarakat umum, langkah baiknya mempunyai kesadaran diri untuk mencintai produk lokal melalui pola konsumsi hasil produksi kopi lokal wilayah sendiri. Sehingga kesejahteraan ekonomi dapat dirasakan oleh para petani kopi, UMKM dan konsumen.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Angriani, Magfira. 2019. *Analisis Potensi Investasi Kopi Berbasis Spasial di Desa Ujungbulu Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Apriliani, Dwi Ari. 2021. *Analisis Pemberdayaan Petani Kopi Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Dan Nilai Jual Kopi (Studi pada UMKM Klaster Kopi di Kabupaten Pati*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Bada Pusat Statistik Bnayuwangi. 2022. *Kecamatan Kalipuro Dalam Angka 2022*. Banyuwangi: CV. Anugerah Setia Abadi.
- Badan Pusat Statistik rovinsi Jawa Timur. 2022. *Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2022*. Jawa Timur: PT Sinar Murni Indo Printing.
- Barung, Dian. 2021. *Arahan Pengembangan Potensi Ekonomi Wilayah Berbasis Komoditas Unggulan Kopi Arabika (studi Kasus: Kec. Buntu Pepasan, Kab. Toraja Utara*. Skripsi: Universitas Hasanuddin.
- Daryanto, Arief dan Hafizrianda, Yundy. 2012. *Model-Model Kuantitatif Untuk Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah: Konsep Dan Aplikasi*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fithriyyah, Dina. 2020. *Potensi Komoditas Kopi Dalam Perekonomian Daerah Di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung*. Jurnal pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, Vol. 6 No.1.
- Hamran dkk. 2022. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Suatu Tinjauan Teoritis)*. Jawa Barat: CV Media Sains Indonesia.
- Handini, Yulisda Dwi. 2020. *Pengembangan Industri Kreatif Kafe Kopi dalam meningkatkan sektor pariwisata di kabupaten Bondowoso*: Journal of tourism and creativity Vol. 4 no. 1.
- Hermawan, Sigit dan Amirullah. 2016. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Malang: Media Nusa Creative.

- Hidayah, Ismatul. 2010. *Analisis Prioritas Komoditas Unggulan Perkebunan Daerah Kabupaten Buru*. Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian Vol. 4 No. 1.
- Imaniar, Dimas, dan Wahyudiono, Andhika. 2018. *Strategi Pengembangan Dan Bauran pemasaran Potensi Komoditas Kopi Dalam Rangka Penguatan Pasar Produk Pertanian Secara Integratif Dengan Sektor Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi*. Journal of Applied Business Administration Vol. 2 No. 2.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Arif Rakhman. 2014. *Total Marketing*, Yogyakarta: Kabis (2014).
- Lestari, Resti Putri. 2019. *Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang (Studi kasus pasar baru stabet)*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Lokal. Makassar: CV Sah Media.
- Manaf, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Moleong, Lexy J., 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Monica, Clara Ayu, dkk. 2017. *Analisis Potensi Daerah Sebagai Upaya Meningkatkan Perekonomian Daerah di Sumatera Bagian Barat*. Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 15 No. 1.
- Putri, Zamzami Emilia Rizki. *Strategi Pengelolaan Risiko Produksi Kopi di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember*. Skripsi: Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Raharjo, Tri Weda dan Herrukmi Septa Rinawati. 2019. *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Raharjo, Tri Weda dan Herrukmi Septa Rinawati. 2019. *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Surabaya: Cv. Jakad Publishing Surabaya.
- Rahayu, Endang Siti. 2013. "Analisis struktur Pasar (Market Structure) agung Di Kabupaten Grobogan", Journal of Rural and development Vol. IV No. 1.

- Rahma, Adenisa Aulia. 2020. *Potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia*. Jurnal Nasional Pariwisata Vol. 12 No. 1.
- Rianse, Usman dan Abdi. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Bandung: Alfabeta.
- Sholeh, Ahmad. 2017. “*Strategi Pengembangan Potensi Desa* “. Jurnal Sungkai, vol.5 No.1.
- Sitanggang, Jujur T N dan Sembiring, Syaad Afifuddin. 2013. *Pengembangan Potensi Kopi Sebagai Komoditas Unggulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Dairi*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 1 No.6.
- Siyoto, Sandu dan Sodik, M. Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sjamsir, Zulkifli. 2017. *Pembangunan Pertanian dalam Pusaran Kearifan lokal*. Makasar: CV Sah Media.
- Subakti, Hani, dkk. 2021. *Riset Kualitatif dan Kuantitatif dalam Bidang Kesehatan Jawa Barat*: CV. Media Sains Indonesia.
- Sugyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahmadi, Yacob dkk. 2021. *Strategi Pemasaran Desa Wisata*. Jambi: WIDA Publishing.
- Syahputra, Muhammad Ihsan. 2019. *Analisis Pengembangan Agribisnis Kopi (Coffe sp.) di Coffe Shop Seladang Kafe*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Syihab, Naufal Farras. 2020. *Strategi Pengembangan Potensi Komoditas Kopi Dalam Penguatan Pasar Produk Pertanian di Desa Sukoreja Kecamatan Sumberwringin Kabupaten Bondowoso*. Skripsi: Universitas Brawijaya.
- Tim Penyusun. 2018. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. IAIN, Jember Press.

MATRIKS PENELITIAN

JUDUL	Variabel	SUB VARIABEL	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKOS PENELITIAN
Analisis Potensi Komoditas Kopi Sebagai Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegrasi Dengan Sektor Pariwisata Di Kelurahan Gombengsari Banyuwangi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi Komoditas Kopi 2. Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegrasi Dengan Sektor Pariwisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan Potensi Daerah. 2. Struktur pasar 3. Strategi pemasaran 4. Integrasi sektor perkebunan dengan sektor pariwisata 	<p>Responden</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Petani kopi desa gombengsari b. Pokdarwis desa gombengsari c. UMKM kedai kopi Kelurahan Gombengsari <p>Dokumen:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Foto-foto b. Jurnal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif 2. Jenis penelitian: Deskriptif 3. Lokasi Penelitian: Kelurahan Gombengsari Kecamatan Kalipuro 4. Teknik pengumpulan data: Wawancara, Observasi, Dokumentasi 5. Analisis data: <ol style="list-style-type: none"> a) Pengumpulan data b) Reduksi data c) Penyajian data d) Verifikasi data 6. Keabsahan Data: Triangulasi Sumber 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana potensi komoditas kopi sebagai produk perkebunan di Kelurahan Gombengsari? 2. Bagaimana strategi pemasaran usahatani kopi terhadap upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berintegritas dengan sektor pariwisata di Kelurahan Gombengsari?

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfi Hasanah
NIM : E20182342
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas : Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Potensi Komoditas Kopi Sebagai Upaya Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegrasi Dengan Sektor Pariwisata Kelurahan Gombongsari Banyuwangi” bukan merupakan plagiat dan benar-benar karya asli saya sendiri, kecuali bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan digunakan dengan semestinya.

Jember, 5 juni 2023

Saya yang menyatakan



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



Alfi Hasanah
NIM: E20182342

PEDOMAN WAWANCARA
ANALISIS POTENSI KOMODITAS KOPI SEBAGAI UPAYA
PENGUATAN PASAR PRODUK PERKEBUNAN YANG
BERINTEGRASI DENGAN SEKTOR PARIWISATA
KELURAHAN GOMBENGSAI BANYUWANGI

A. Pertanyaan Kepada Kelompok Tani Kopi Gombengsari

1. Sudah berapa lama bapak menekuni usahatani kopi ini?
2. Apakah ada keunggulan/ ciri khas dari produk kopi hasil Gombengsari?
3. Apakah ada pembeda dari hasil kopi Gombengsari dengan kopi lain?
4. Bagaimana Alur penjualan kopi kopi dari petani sampai ke konsumen?
5. Hambatan / rintangan dalam pengelolaan produk kopi ?
6. Kopi dijual dalam bentuk olahan apa saja?
7. Media penjualan yang digunakan apa saja??
8. adakah sasaran / target pasar dari produk kopi olahan gombengsari?
9. Dari kelompok tani sendiri apakah sudah ada kiat-kiat untuk meningkatkan produk kopi Gombengsari?
10. Apakah ada tindakan/ bantuan dari pemerintah pengembangan kopi gombengsari? Baik dari segi pemasaran kopinya maupun peningkatan kualitas dari kopi gombengsari?
11. Sejauh ini dengan adanya konsep desa wisata kampung kopi gombengsari ini apakah dapat memacu penjualan produk kopi olahan kopi gombengsari?

B. Pertanyaan Kepada Kelompok Sadar Wisata Gombengsari

1. Sudah berapa lama pokdarwis ini berdiri?
2. Bagaimana Latar belakang berdirinya pokdarwis
3. Potensi pariwisata apasaja yang ditawarkan di Kelurahan gombengsari ini?
4. Bagaimana perkembangan desa wisata kampung kopi gombengsari?
5. Sejauh mana partisipasi pokdarwis dalam pengembangan desa wisata ini?

6. Produk apasaja yang ditawarkan di desa wisata kampung kopi gombengsari?
7. Konsep dari desa wisata kampung kopi gombengsari ini sendiri bagaimana?
8. Apakah ada sasaran/ target pasar khusus dari desa wisata disini?
9. Bentuk promosi yang dilakukan oleh pokdarwis terhadap desa wisata? Sejah mana dampak promosi untuk usaha-usaha umkm di gombengsari?
10. Sejah ini dengan adanya konsep desa wisata kampung kopi gombengsari ini apakah dapat memacu penjualan produk kopi olahan kopi gombengsari?

C. PERTANYAAN KEPADA UMKM COFFE SHOP KAMPUNG GOMBENGSAERI

1. Sudah berapa lama menekuni usaha coffee shop?
2. Darimana asal bahan kopi yang dijual disini?
3. Apakah ada bentuk kerjasama antara pokdarwis sebagai pengelola wisata dengan UMKM di gombengsari?
4. Dengan dikembangkannya konsep desa wisata kampung kopi gombengsari ini sudah sejah mana dampaknya untuk meningkatkan penjualan produk kopi olahan gombengsari
5. Manfaat yang dirasakan oleh para pelaku usaha dengan dikembangkannya sektor pariwisata di gombengsaeri ini?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-704 /Un.22/7.a/PP.00.9/04/2023
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

10 April 2023

Kepada Yth.
Kelurahan Gombengsari
Jl. Irdjen Kaliklatak No. 01 Gombengsari Kalipuro - Banyuwangi

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Alfi Hasanah
NIM : E20182342
Semester : X (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai analisis potensi komoditas kopi sebagai upaya penguatan pasar produk perkebunan yang berintegrasi dengan sektor pariwisata di Gombengsari di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

an, Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

4



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI
KECAMATAN KALIPURO
KELURAHAN GOMBENGSAARI

Jl. Irjen Kaliklatak No. 01 Gombengsari, Kalipuro, Banyuwangi
website : <http://www.banyuwangikab.go.id>

SURAT KETERANGAN

Nomor : 420/1231/429.505.03/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ABDUL MAJID HAMZAH
NIP : 196903101990031009
Jabatan : Lurah Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi.

Dengan ini menerangkan mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : ALFI HASANAH
NIK : 5103065802000006
Tempat, Tgl. Lahir : Banyuwangi, 18 Februari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Dsn. Jalen Darungan Ds. Setail Kec. Genteng Kab. Banyuwangi.
Mahasiswa : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
NIM : E20182342

Telah melaksanakan kegiatan Penelitian tanaman kopi dengan tema : Analisis Potensi Komoditas Kopi Sebagai Upaya Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegrasi Dengan Sektor Pariwisata Kelurahan Gombengsari Banyuwangi.

Penelitian tersebut dilaksanakan mulai tanggal 13 Maret 2023 dan berakhir pada tanggal 25 Mei 2023.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gombengsari, 09 Juni 2023

LURAH GOMBENGSAARI





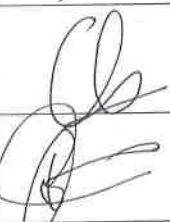




ABDUL MAJID HAMZAH

Penata Tk. I

NIP. 196903101990031009

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda angan
1	13 april 2023	Meyerahkan surat izin penelitian ke balai desa Gombengsari	Online
2	13 maret 2023	Wawancara dengan ketua poktan Rejo, dan pemilik UMKM kopi Lego bapak taufiq	
3	08 April 2023	Wawancara dengan petani kopi Rejo dan pemilik UMKM kopi Rejo, bapak Hariono	
4	08 April 2023	Menyerahkan surat izin penelitian ke POKDARWIS gombengsari	
5	13 April 2023	Wawancara dengan ketua pokdarwis bapak abdurrahman	
6	01 Mei 2023	Wawancara dengan anggota pokdarwis, Mas sofan	
7	08 Mei 2023	wawancara dengan bapak supeno pemilik Homestay kopi Peno	
8	08 Mei 2023	Wawancara dengan anggota pokdarwis Yonatan	
9	09 Juni 2023	Mengambil surat selesai penelitian di kelurahan Gombengsari	Online

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Alfi Hasanah

NIM : E20182342

Semester : X

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan Selesai Bimbingan. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Dosen Pembimbing



Siti Indah Purwaning Yuwana S.Si.,M.M.
NIP. 198509152019032005

Jember, 10 Juni 2023

Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,



Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.
NIP.197608122008011015

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-36.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/06/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Alfi Hasanah
NIM : E20182342
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Potensi Komoditas Kopi Sebagai Upaya Penguatan Pasar Produk Perkebunan Yang Berintegrasi Dengan Sektor Pariwisata Kelurahan di Gombengsari

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 12 Juni 2023
An. Dekan
Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



DOKUMENTASI

Wawancara dengan bapak Abdurrahman Ketua Pokdarwis Gombengsari



Wawancara dengan bapak Hariono, petani dan pemilik UMKM kopi Rejo



Wawancara dengan bapak Taufik, ketua poktan Kopi rejo dan Pemilik
UMKM kopi Lego



Wawancara dengan bapak Supeno, petani kopi dan
Pemilik homestay kopi Peno



Wawancara dengan soffanul huda anggota pokdarwis dan pemilik UMKM
Soffan Coffee



Stan UMKM kopi Lego milik bapak Taufiq



Hasil produk olahan bubuk kopi salah satu UMKM Sopian Coffee



Foto kedai kopi “Sopian Coffe”



**Brosur layanan paket wisata Desa Wisata Kampung Kopi
Gombengsari**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BIODATA PENULIS



A. Identitas Diri

Nama : Alfi Hasanah
NIM : E20182342
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 18 Februari 2000
Alamat : Njalen darungan RT 001 RW 009 Setail
Genteng Banyuwangi
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
No. Telpon : 085850150343

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN 4 Setail
2. SMP Plus Darussalam
3. SMA Darussalam
4. Universitas Kiai hajia Achmad Siddiq Jember