

**SKRIPSI**  
**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN PELUANG PEMASARAN**  
**KOPI KURRAK KEMASAN *SACHET***  
**(STUDI KASUS CV. UWAI LIMBONG KABUPATEN**  
**POLEWALI MANDAR)**

**ANDI ZULHAM AZWAR MUSTADJAB**  
**A0120506**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**  
**FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN**  
**UNIVERSITAS SULAWESI BARAT**  
**MAJENE**  
**2025**

**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN PELUANG PEMASARAN KOPI  
KURRAK KEMASAN *SACHET*  
(STUDI KASUS CV. UWAI LIMBONG KABUPATEN  
POLEWALI MANDAR)**

**ANDI ZULHAM AZWAR MUSTADJAB**

**A0120506**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian

Pada

Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian dan Kehutanan

Universitas Sulawesi Barat

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN  
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT  
MAJENE  
2025**



**UNIVERSITAS SULAWESI BARAT  
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN  
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
PROGRAM SARJANA**

**LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Andi Zulham Azwar Mustadjab**

NIM : A0120506

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Nilai Tambah dan Peluang Pemasaran Kopi Kurrak Kemasan *Sachet* (Studi Kasus CV. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar)**” adalah benar merupakan hasil karya saya di bawah arahan dosen pembimbing dan belum pernah di ajukan ke perguruan tinggi mana pun serta seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Majene, 10 November 2025



**Andi Zulham Azwar Mustadjab**  
NIM. A0120506

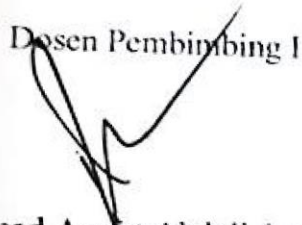
## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Analisis Nilai Tambah dan Peluang Pemasaran Kopi Kurrak  
Kemasan *Sachet* (Studi Kasus CV. Uwai Limbong  
Kabupaten Polewali Mandar)

Nama : Andi Zulham Azwar Mustadjab  
NIM : A0120506

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



Muhammad Arafat Abdullah, S.Si, M.Si  
NIP. 19831110 201903 1 005

Dosen Pembimbing II

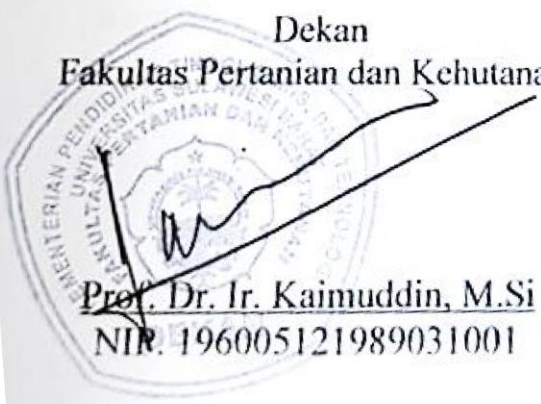


Andi Werawe Angka, S.Pt., M.Si  
NIP. 19870926 201903 2 016

Diketahui Oleh

Dekan

Fakultas Pertanian dan Kehutanan



Prof. Dr. Ir. Kaimuddin, M.Si  
NIP. 196005121989031001

Ketua

Program Studi Agribisnis



Astina, S.P., M.Si  
NIP. 199007222024122036

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul:

**Analisis Nilai Tambah dan Peluang Pemasaran Kopi Kurrak Kemasan Sachet (Studi Kasus CV. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar)**



Disusun oleh :

**ANDI ZULHAM AZWAR MUSTADJAB**  
A0120506

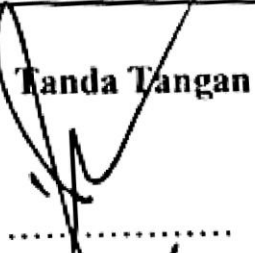
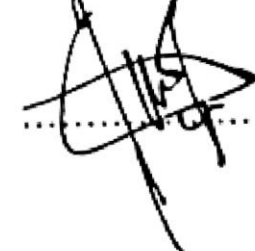
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Fakultas Pertanian dan Kehutanan  
Universitas Sulawesi Barat

Pada tanggal ....25 / 11 / 2025.....dan dinyatakan **LULUS**

### SUSUNAN TIM PENGUJI

Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1. Nurlaela, S.P., M.Si		<u>25</u> / <u>11</u> / <u>2025</u>
2. Astina, S.P., M.Si		<u>25</u> / <u>11</u> / <u>2025</u>

### SUSUNAN KOMISI PEMBIMBING

Komisi Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
1. Muhammad Arafat Abdullah, S.Si., M.Si		<u>25</u> / <u>11</u> / <u>2025</u>
2. Andi Werawe Angka, S.Pt., M.Si		<u>25</u> / <u>11</u> / <u>2025</u>

## **ABSTRAK**

**ANDI ZULHAM AZWAR MUSTADJAB.** Analisis Nilai Tambah dan Peluang Pemasaran Kopi Kurrak Kemasan *Sachet* (Studi Kasus CV. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar).. Dibimbing oleh **MUHAMMAD ARAFAT ABDULLAH** dan **ANDI WERAWE ANGKA**

Kopi kurrak merupakan salah satu komoditas unggulan lokal di Kabupaten Polewali Mandar yang memiliki potensi ekonomi tinggi apabila diolah menjadi produk siap konsumsi. Namun, nilai ekonominya belum optimal karena sebagian besar masih dijual sebagai bahan baku mentah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai tambah dari pengolahan kopi kurrak menjadi kopi instan kemasan sachet pada CV. Uwai Limbong serta mengukur peluang pemasarannya berdasarkan persepsi konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi kasus, analisis nilai tambah menggunakan Metode Hayami, serta analisis peluang pemasaran melalui skala Likert pada empat elemen bauran pemasaran (product, price, place, promotion). Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengolahan kopi kurrak memberikan nilai tambah yang tinggi dengan rasio 55,41% per proses produksi. Analisis peluang pemasaran menghasilkan Indeks Peluang Pasar (IPP) sebesar 4,10, yang termasuk kategori peluang besar. Temuan ini menunjukkan bahwa selain menguntungkan secara finansial, produk kopi instan sachet CV. Uwai Limbong memiliki prospek pemasaran yang sangat potensial untuk dikembangkan.

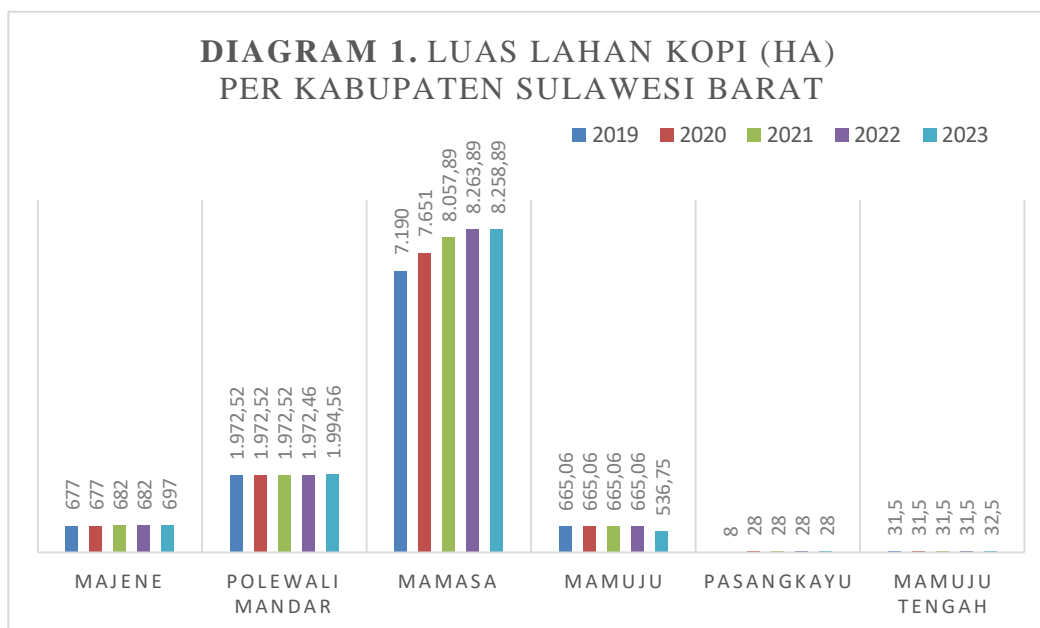
**Kata Kunci:** Nilai Tambah, Kopi Kurrak, Kemasan Sachet, Potensi Pemasaran, CV. Uwai Limbong.

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

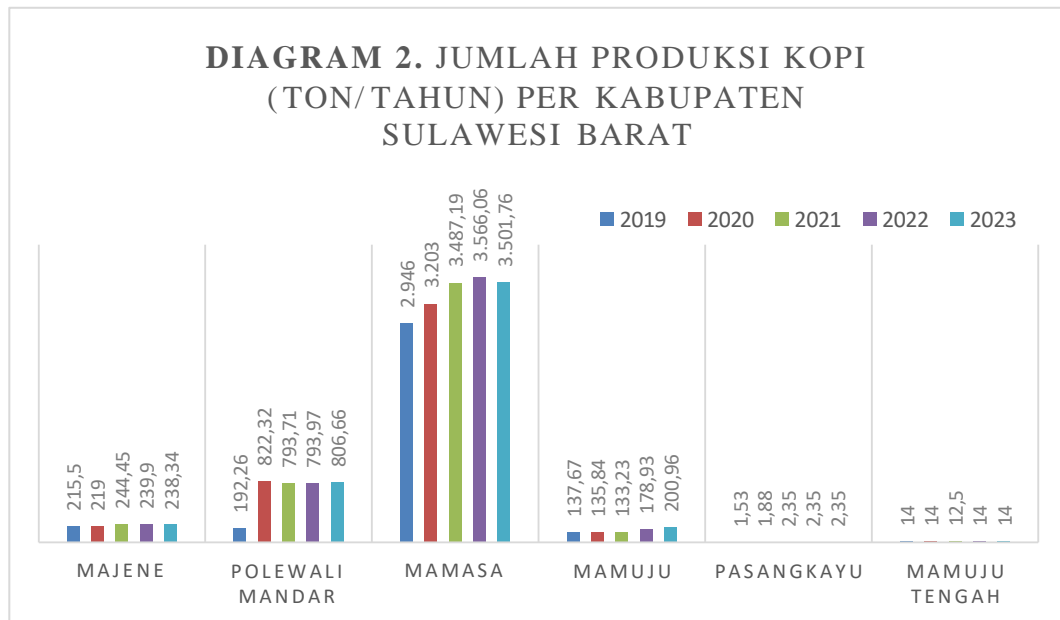
Indonesia negara penghasil kopi (*Coffea sp*) terbesar ketiga di dunia setelah Brazil dan Vietnam. Indonesia menyumbang sekitar 12,92% dari total produksi kopi dunia. Dari total produksi yang dapat mencapai 11,85 juta kantong (1 kantong = 60 kg) pada tahun 2022, sekitar 12,92% diekspor sedangkan sisanya 87,08% untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri (Kemenperin, 2022). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sepanjang 2022 ekspor kopi Indonesia meningkat 12,92% dari tahun sebelumnya dengan nilai ekspor mencapai USD 1.13 miliar. Produktivitas kopi Indonesia yang makin meningkat ini tentunya didukung oleh perusahaan perkebunan kopi yang besar serta perkebunan yang dikelola oleh keluarga - keluarga petani.

Berdasarkan data Dinas Perkebunan Daerah Provinsi Sulawesi Barat tahun 2019 - 2023, total luas perkebunan kopi di Provinsi Sulawesi Barat mencapai 11.547,7 Ha, dengan jumlah produksi mencapai 4.764,07 ton/tahun. Adapun data luas lahan dan jumlah produksi kopi Provinsi Sulawesi Barat, dapat dilihat pada Grafik 1 dan 2 berikut ini:



Sumber : Dinas Perkebunan Daerah Provinsi Sulawesi Barat, 2024

Berdasarkan Diagram 1 di atas, luas areal pertanaman kopi di Provinsi Sulawesi Barat masih didominasi perkebunan rakyat. Areal terluas pertanaman kopi di Sulawesi Barat adalah Kabupaten Mamasa dengan luas lahan 8.258,89 Ha dan Kabupaten Polewali Mandar dengan Luas Lahan 1.994,56 dan terendah Kabupaten Pasangkayu dengan luas lahan hanya 28 Ha. Selama lima tahun terakhir dari tahun 2019 sampai tahun 2023 Kabupaten Mamasa menunjukkan peningkatan yang signifikan, di ikuti dengan Kabupaten Polewali Mandar dan Kabupaten Majene serta Kabupaten Pasangkayu dan Kabupaten Mamuju Tengah Walaupun tidak terlalu signifikan, berbeda dengan kabupaten mamuju yang cenderung menurun pada tahun 2023. Menurut data Dinas Perkebunan Daerah Provinsi Sulawesi Barat.



Sumber : Dinas Perkebunan Daerah Provinsi Sulawesi Barat, 2024

Berdasarkan Diagram 2 di atas, jumlah produksi kopi di Provinsi Sulawesi Barat masih didominasi Kabupaten Mamasa dengan jumlah produksi sebesar 3.501,76 ton/tahun dan Kabupaten Polewali Mandar sebesar 806,606 ton/tahun, di ikuti Kabupaten Majene sebesar 238,34 ton/tahun dan Kabupaten Mamuju sebesar 200,96 ton/tahun yang menunjukkan peningkatan secara signifikan sedangkan Mamuju Tengah hanya sebesar 14 ton/tahun tidak menunjukkan peningkatan apapun dan yang terendah Kabupaten Pasangkayu sebesar 2,35 ton/tahun. selama lima tahun terakhir dari tahun 2019 sampai tahun 2023 cenderung meningkat

walaupun tidak terlalu signifikan (Dinas Perkebunan Daerah Provinsi Sulawesi Barat, 2024).

Setiap tahunnya perkembangan kopi di Kabupaten Polewali Mandar semakin meningkat yang tercermin dari luas lahan dan perkembangan produksi serta jenis kopi yang dikembangkan. Peningkatan produksi ini dimungkinkan melalui upaya peningkatan hasil tanaman per hektar melalui peremajaan, renovasi dan perluasan serta penguatan melalui penggunaan bahan produksi yang lebih baik.

Desa Kurrak merupakan salah satu desa penghasil kopi yang berada wilayah Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar. Desa Kurrak berada pada ketinggian antara 300 - 1200 mdpl dengan luas 6,25 km<sup>2</sup>, memiliki kawasan hutan dan merupakan daerah paling tinggi dalam wilayah Kecamatan Tapango. Kabupaten Polewali Mandar dengan produksi luas lahan kopi 133,70 ha dengan rincian TBM 43,20 Ha, TM 47,50 ha dan TR/TT 43,00 Ha, produksi 36,34 Ton dan produktivitas 765,00 kg per ha (BPS Kab. Polman, 2022).

Berdasarkan hasil survei pengolahan biji kopi pada masyarakat petani kopi di Desa Kurrak, menunjukkan bahwa buah kopi umumnya dijual dalam bentuk buah cherry (gelondongan), dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dalam bentuk biji kopi hijau (*green coffee* atau *grean bean*). Harga produk kopi yang diterima petani akan berkorelasi positif dengan penanganan panen dan pengolahan pasca panen kopi. Beberapa upaya peningkatan pendapatan petani kopi yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan mengoptimalkan pengolahan kopi menjadi *green coffee* (Teniro, et al., 2022).

CV. Uwai Limbong bekerjasama dengan petani kopi di Desa Kurrak untuk melakukan pengolahan kopi segar menjadi produk *green coffee* dan kopi bubuk (Arman et al., 2023). CV. Uwai Limbong adalah pengembangan UMKM pengolahan produk kopi dengan merek dagang Maelo yang berarti Nikmat. Pendirian UMKM ini berawal dari owner yang melihat potensi pengembangan komoditas kopi di Desa Kurrak yang begitu besar. Pada oktober 2023, CV. Uwai Limbong mulai memproduksi kopi kurrak sachet instan sebagai salah satu usaha untuk meningkatkan diversifikasi dan nilai tambah olahan Kopi Kurrak. Kopi sachet ini diproduksi dari hasil sortiran biji kopi dari produk *green coffee* dan kopi

bubuk. Sampai saat ini, produksi harian kopi instan sachet adalah sebanyak 5000 sachet sehari dengan harga dipatok sebesar Rp. 1000 per sachet. Produksi ini dapat meningkatkan harga jual biji kopi sortiran yang biasanya dijual dengan harga Rp. 20.000 / kilogram. Produksi biji kopi sortiran sebanyak 1 kg kopi dapat diolah menjadi 100 sachet kopi instan setara dengan harga penjualan sebesar Rp.100.000, dengan inovasi semua grade dari biji kopi dapat dipasarkan dengan nilai ekonomi yang lebih tinggi.

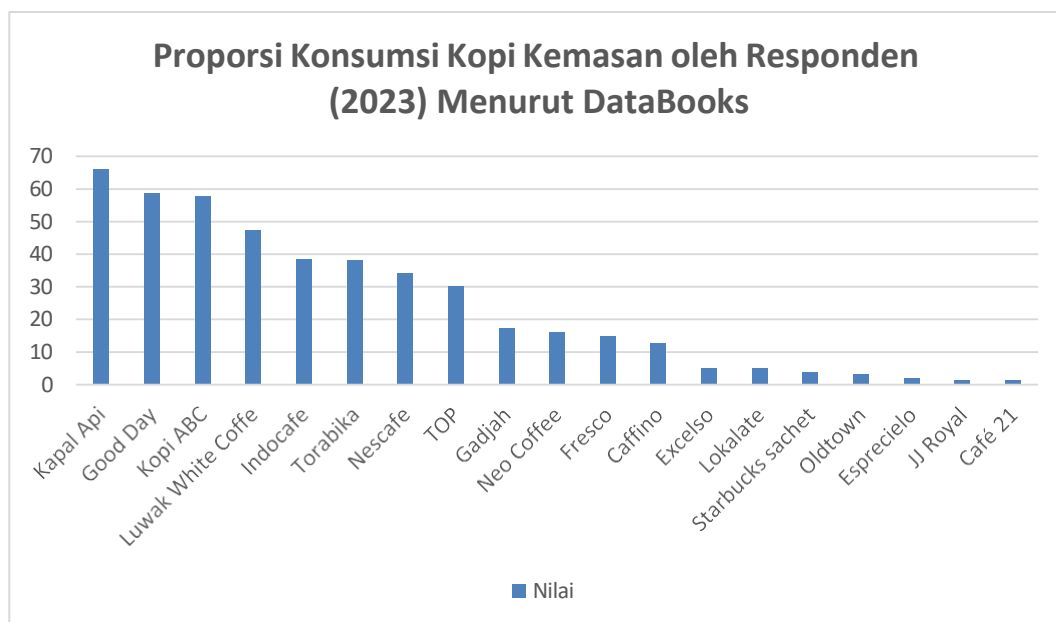
Penelitian oleh Sulandjari dan Margaretha (2021), menunjukkan bahwa pengolahan 20 kg *green bean* kopi robusta menghasilkan 3.900 sachet dengan harga Rp. 1.000/sachet. Biaya Rp. 1.683.935, penerimaan sebesar Rp. 3.900.000, pendapatan sebesar Rp. 2.216.035 dan R/C sebesar 2,3 (>1) dapat dikatakan layak. Nilai tambah yang diperoleh sebesar Rp. 127.302 per satu kilogram bahan baku. Imbalan terhadap tenaga kerja Rp. 2.250/kg (1,76% dari nilai tambah). Imbalan bagi modal dan manajemen sebesar Rp. 125.052 (98,83%) dari nilai tambah).

CV. Uwai Limbong merupakan perusahaan pengolahan kopi yang pertama kali memproduksi olahan kopi instan sachet di wilayah Provinsi Sulawesi Barat, khususnya di wilayah Kabupaten Polewali Mandar. Dengan usia produksi yang belum mencapai satu tahun, tentunya banyak permasalahan yang masih harus dibenahi dalam usaha meningkatkan pemasaran dari produk tersebut. Dukungan pemerintah juga menjadi faktor dalam meningkatkan dan memperluas jangkauan pemasaran dari produk kopi tersebut. Banyaknya pilihan produk kopi instan dari produksi nasional di berbagai sentra produksi kopi Indonesia juga menjadi salah satu tantangan bagi CV. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar dalam memasarkan kopi kurrak instan sachet.

Kopi Kurrak instan sachet diproduksi dan diharapkan memiliki nilai tambah untuk meningkatkan nilai ekonomi olahan Kopi Kurrak, dimana kopi sachet diproduksi dari sortiran biji Kopi Kurrak dan dikemas dalam kemasan sachet 10 gram untuk dipasarkan sebagaimana kemasan kopi sachet yang sudah dikenal dari luar Sulawesi Barat seperti Kopi Kapal Api, Kopi Good Day, Kopi ABC, dan lain-lain yang diharapkan menjadi pilihan baru dengan bahan lokal tanpa pemanis buatan, gula dan susu yang menjadi ciri khas kopi sachet Maelo

yang diharapkan mampu bersaing di pasaran lokal Sulawesi Barat dan pasar nasional untuk jangka panjang.

Proporsi Konsumsi Kopi Kemasan tahun 2023 menurut DataBooks pada Diagram 3 memberikan gambaran proporsi konsumen kopi kemasan di Indonesia.



Sumber : *DataBooks*, 2023

### Diagram 3 Proporsi Konsumsi Kopi Kemasan menurut DataBooks, 2023

Survei Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan masyarakat banyak mengkonsumsi kopi kemasan merek Kapal Api sebesar sebesar 66,2% dari seluruh responden. Kedua, Good Day memiliki persentase sebesar 58,8%. Kopi ABC berada di peringkat ketiga dengan perolehan 47,9%. Di antara 19 merek kopi kemasan yang ditampilkan, merek yang paling sedikit dikonsumsi adalah JJ Royal dan Cafe21, masing-masing dengan pangsa 1,5%. Survei pemeringkatan ini melibatkan 458 responden. merek kopi kemasan, yang dilaksanakan mulai 27 Januari hingga 4 Februari 2023. Data dikumpulkan dengan metode CAWI atau wawancara online dengan margin of error 3,84% dan tingkat kepercayaan 95%.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul —*Analisis Nilai Tambah dan Peluang Pemasaran Kopi Kurrak Kemasan Sachet (Studi Kasus CV. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar)*).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah sebagai berikut:

1. Berapa besar nilai tambah kopi yang diperoleh dari pengolahan kopi kurrak kemasan *sachet* pada Studi Kasus CV. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar?
2. Bagaimanakah peluang pemasaran produk kopi kurrak kemasan *sachet* yang diproduksi oleh CV. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis nilai tambah dari pengolahan kopi kurrak menjadi kopi *sachet* pada CV. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar
2. Menganalisis peluang pemasaran kopi kurrak kemasan *sachet* pada CV. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Pihak Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi CV. Uwai Limbong dalam hal pengambilan keputusan tentang nilai tambah produk kopi instan sachet dan peluang pemasarannya sebagai produk lokal pertama jenis kopi instan sachet.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi tambahan pengetahuan tentang nilai tambah dan peluang pemasaran Kopi Kurrak kemasan sachet dan merupakan salah satu persyaratan penyelesaian studi pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Sulawesi Barat.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses pengolahan kopi kurrak menjadi kopi kemasan *sachet* memberikan nilai tambah yang tinggi bagi CV. Uwai Limbong. Berdasarkan perhitungan menggunakan metode Hayami pada skala 5.000 sachet diperoleh rasio nilai tambah sebesar 55,41%, yang menunjukkan bahwa proses pengolahan kopi memberikan peningkatan nilai ekonomi kategori tinggi. Tingginya kontribusi nilai tambah ini menunjukkan bahwa usaha pengolahan kopikurrak kemasan *sachet* berada dalam kondisi produksi yang efisien dan menguntungkan, meskipun sebagian margin masih terserap oleh biaya tenaga kerja dan input penunjang.
2. Hasil analisis deskriptif kuantitatif terhadap bauran pemasaran (4P) menunjukkan bahwa peluang pemasaran kopi instan sachet berada pada kategori tinggi. Seluruh variabel pemasaran memperoleh penilaian positif dari responden:
  - Product: skor rata-rata 3,82, menunjukkan bahwa konsumen menilai kualitas rasa, aroma, tampilan, dan kehalusan bubuk sudah baik dan kompetitif.
  - Price: rata-rata 3,72, mencerminkan bahwa harga Rp 1.000 per sachet dianggap sesuai dengan kualitas dan daya beli konsumen.
  - Promotion: rata-rata 3,64, menandakan promosi cukup efektif, walaupun masih perlu diperkuat terutama melalui media sosial.
  - Place: rata-rata 5,20, menunjukkan akses produk yang mudah dan ketersediaan yang baik di berbagai titik distribusi.

Nilai rata-rata keseluruhan menghasilkan Indeks Peluang Pasar (IPP) sebesar 4,10, yang termasuk kategori Peluang Besar. Hasil ini memastikan bahwa

produk kopi instan sachet CV. Uwai Limbong memiliki prospek pemasaran yang kuat dan dapat berkembang lebih luas di pasar lokal maupun regional.

3. Secara keseluruhan, produksi dan pemasaran kopi kemasan *sachet* CV. Uwai Limbong memiliki potensi pengembangan usaha yang tinggi. Nilai tambah yang besar pada proses produksi, ditambah dengan penilaian pasar yang positif, menjadikan kopi sachet ini sebagai komoditas yang layak dikembangkan secara berkelanjutan. Sebagai salah satu pionir produk kopi *sachet* di Sulawesi Barat, CV. Uwai Limbong memiliki peluang strategis memperkuat posisinya melalui peningkatan efisiensi biaya produksi, inovasi produk, dan optimalisasi promosi digital. Kombinasi antara efisiensi ekonomi dari sisi produksi dan penerimaan pasar yang tinggi membuat usaha ini memiliki peluang pertumbuhan yang sangat baik.

## **6.2 Saran**

Peneliti menyarankan kepada pihak terbaik pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi CV. Uwai Limbong, disarankan untuk menekan biaya produksi terutama pada komponen tenaga kerja dan input penunjang agar margin keuntungan meningkat serta memastikan efisiensi dalam proses pengolahan.
2. Perusahaan perlu memperkuat strategi promosi, khususnya melalui media digital dan e-commerce, agar jangkauan pasar semakin luas dan produk lebih dikenal masyarakat secara nasional.
3. Peningkatan inovasi produk dan diversifikasi olahan aren juga perlu dilakukan untuk menarik lebih banyak segmen konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar.
4. Bagi pemerintah daerah dan instansi terkait, diharapkan dapat memberikan dukungan berupa pelatihan, bantuan peralatan, dan akses pasar bagi pelaku usaha aren agar pengembangan komoditas ini dapat berkelanjutan serta berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat setempat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., dan Hartatri, D. F. S., 2021. Analisis Kinerja dan Prospek Komoditas Kopi. *Jurnal Analisis dan Opini Perkebunan*, 2(2), 1 - 7.
- Amran, A., Amir, Arham, I., Dewi, S., Ashari, A.M., Mustadjab, A.Z.A, 2021. *International Journal Of Public Devotion*. 6 (1)
- Apriani, V dan Sunaryanto, L.T. ,2022. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Pejualan Kopi (Studi Kasus di Kopi Babah Kacamata)*. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1087 – 1103
- Bantacut, T. ,2007. *Inovasi dalam Akselerasi Agroindustri Perdesaan*. Makalah dalam Seminar dan Lokakarya Menuju Desa 2030. LPPM-IPB, Bogor.
- BPS. 2023. *Kabupaten Polewali Mandar*. Badan Pusat Statistik. <https://majenekab.bps.go.id/>
- BPS. 2023. *Provinsi Sulawesi Barat*. Badan Pusat Statistik. <https://sulbar.bps.go.id>
- Buletin Agrohorti, 7(3), 343–350. <https://doi.org/10.29244/agrob.v7i3.30471>.
- Dewi, N. L., Wardani, I. O., dan Sarjana, I. D, 2016. *Strategi Pemasaran Kopi Pada Perusahaan Banyuwatis*. *Agribisnis dan Agrowisata*, 5(1) .
- Dewi, S., Amran, A., Angka, A.W., Zainuddin, D.I., Fitri., Samad, I., dan Hidayat A. 2023. *Pengembangan Komoditas Kopi Melalui Penguatan Kapasitas Teknis Dan Manajerial Petani Di Desa Kurrak*. *Rambideun*. 6 (1).
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: Lembaga Kajian Islam dan Studi.
- Firman, Hayami.Y.T., Kawagowe, Y.Marooka & M.Siregar, ,1987. *Agricultur Marketing And Processing In Upland Java.A Perpektiv From A Sunda Village,CGPRT Centre Bogor*. *Jurnal Mechanical Kasus Indonesia*. QE Journal Vol. 03 No.01, 41-52.
- Fitri, B. Y., Ikhsan, M. H., Pratama, F. H., dan Oktria, W. .2022. *Pembuatan Pupuk Kompos dari Limbah Kulit Kopi di Daerah Penghasil Kopi Nagari Koto Tuo, Sumatera Barat*. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(3), 584–591. <https://doi.org/10.30653/002.202273.145>.
- Hamdan Dani dan Santani Aries, 2019. *Coffee : Karena Selera Tidak Dapat Diperdebatkan*. PT. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Hikmah, P. N., & Priatna, W. B. .2020. Strategi Pemasaran Kopi Spectrum di Kota Bogor. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*, 10 (2), 79 - 85.
- International Coffe Organization (ICO). (2020). Diunduh dari <http://www.ico.org/> [pada tanggal 10 Januari 2024, pukul 23:35 WIB].

- Isna, A., & Warto. (2013). *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial : Dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*. Purwokerto: STAIN Press.
- Kembaren, E. T., & Muchsin. ,2021. *Pengelolaan Pasca Panen Kopi Arabika Gayo Aceh*. Jurnal Visioner Dan Strategis, 10(1), 29–36.
- Kemenperin, 2022. *Nerca Perdagangan Komoditas Kopi Indonesia*. Kementerian Perindustrian RI, Jakarta
- Kotler, P., dan Keller, K. L. ,2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14.
- Limakrisna, N. dan Purba. ,2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Martín-Tapia, I., Aragón-Correa, J. A., & Rueda-Manzanares, A. ,2010. *Environmental Strategy and Exports in Medium, Small and Micro-enterprises*. Journal of World Business, 45(3), 266–275
- Nandakumar, M. K., Ghobadian, A., & O'Regan, N. ,2010. Business-level Strategy and Performance: The moderating Effects of Environment and Structure. Management Decision.
- Padilah, R., Sukmawani, R., Astutiningsih, E.T. ,2023. Prospek Pemasaran Kopi *Peternakan*, 8 (1).
- Pourdehghan, A. ,2015. *The Impact of Marketing Mix Elements on Brand Loyalty: A case study of mobile phone industry*. Marketing and Branding Research, 2(1), 44–63.
- Rukmana, 2014. *Untung Selangit dari Agribisnis Kopi*. Lily Publisher, Yogyakarta
- Saputera, D. ,2021. *Analisis Kinerja dan Prospek Komoditas Kopi Indonesia di Pasar Domestik dan Internasional*. Jurnal Bisnis, Ekonomi, dan Sains, 1(2), 87-95.
- Saputra, R.A dan Albariqi, M.F. 2022. Strategi Penjualan Kopi Kapitalisme Di Masa Pandemi. *Jurnal Revenue*. 2 (1).
- Siregar, S. ,2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Sriram, S., Chintagunta, P. K., & Neelamegham, R. ,2006. *Effects of Brand Preference, Product Attributes, and Marketing Mix Variables in Technology Product Markets*. Marketing Science, 25(5), 440–456.
- Sugiyono. ,2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta : Penerbit Alfabeta.
- Sulistyaningtyas, A. R. ,2017. *Pentingnya Pengolahan Basah (wet processing) Buah Kopi Robusta (coffea robusta Lindl . ex . de . Will ) untuk Menurunkan Risiko Kecacatan Biji*. Prosiding Seminar Nasional Publikasi Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, 90–94.

- Supeno, B., Erwan, & Ernawati, N. M. L. ,2018. *Diversifikasi Pemanfaatan Limbah Kulit Buah Kopi untuk Produk yang Bernilai Ekonomis Tinggi di Kabupaten Lombok Utara*. PKM CSR Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility, 1, 449–457. <https://doi.org/https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v5i0>.
- Suprpto, 2006. *Proses Pengolahan dan Nilai Tambah*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Teniro, A., Zainudin, Syahidin, Ashwad, H., & Zunafriesma, N. ,2022. *Optimalisasi Pengolahan Biji Kopi Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Petani*. Jurnal Pengabdian pada Masyarakat Indonesia, 1-5. doi:<https://doi.org/10.55542/jppmi.v1i3.229>.
- Toding, P.A. ,2021. *Strategi Pemasaran Kopi Pada Usaha Raka Mandiri Kelurahan Buangin, Kabupaten Tana Toraja*. (Skripsi Fakultas Pertanian dan Kehutanan Prodi Agribisnis)
- Umar, H. (2005). *Riset SDM Dalam Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yokawati, Y. E. A., & Wachjar, A. ,2019. *Pengelolaan Panen dan Pascapanen Kopi Arabika (Coffea arabica L.) di Kebun Kalisat Jampit, Bondowoso, Jawa Timur*.