

PENJUALAN PADA KOPI MAK RIDJAH

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

AHMAD PRASETYO

1120 31360

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

DESEMBER 2023

PENJUALAN PADA KOPI MAK RIDJAH

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

AHMAD PRASETYO

1120 31360

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

DESEMBER 2023

TUGAS AKHIR
PENJUALAN PADA KOPI MAK RIDJAH
PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

AHMAD PRASETYO

Nomor Induk Mahasiswa: 112031360

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Selasa tanggal 19 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)



Pembimbing

Deranika Ratna Kristiana, SE., M.Si., Ak., CA.

Penguji

Lita Kusumasari, SE., MSA., Ak., CA.

Yogyakarta, 19 Desember 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Tujuan dari proyek kewirausahaan ini adalah untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dibangun. Proyek kewirausahaan ini berjudul “Penjualan Kopi Mak Ridjah”. Perkembangan bisnis terutama *food and beverages* saat ini sangatlah pesat terutama di bidang kopi. Bisnis *coffee shop* hadir untuk memenuhi kebutuhan kopi di masyarakat, baik melalui minuman langsung atau berupa kopi spesialis. Produk yang dijual oleh Kopi Mak Ridjah memiliki beberapa kelebihan dari produk yang sudah ada sebelumnya. Inovasi produk yang dikembangkan oleh Kopi Mak Ridjah adalah proses Robusta *experimental*, kopi robusta yang terkenal dengan rasa pahit bisa dirubah dengan proses pasca panen yang telah dilakukan oleh Kopi Mak Ridjah, menjadikan rasa yang keluar menjadi dominan asam seperti arabika. Dengan menggunakan konsep ATM (amati, tiru, modifikasi), saya dapat menerapkan pengetahuan yang saya peroleh untuk mengembangkan bisnis *coffee shop* ini.

Kata kunci: Kopi, Kopi Mak Ridjah, *coffee shop*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

The aim of this entrepreneurial project is to determine whether or not a business is worth building. This entrepreneurial project is entitled "Kopi Mak Ridjah Sales". Business development especially food and beverages Currently it is very fast, especially in the coffee sector. Coffee shop business present to meet the coffee needs of the community, either through direct drinks or in the form of specialist coffee. The products sold by Kopi Mak Ridjah have several advantages over previously existing products. The product innovation developed by Kopi Mak Ridjah is the Robusta experimental process, Robusta coffee, which is famous for its bitter taste, can be changed by the post-harvest process carried out by Kopi Mak Ridjah, making the taste that comes out dominantly sour like arabica. By using the ATM concept (amati, tiru, modifikasi), I can apply the knowledge I have gained to develop my coffee shop.

Keywords: Coffee, Kopi Mak Ridjah, coffee shop

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang

Industri *food and beverages* merupakan bisnis yang akan mengalami perkembangan setiap tahunnya. Pandemi covid-19 menjadi masa penting dimana industri *food and beverages* lebih berkembang. Hal ini diakibatkan banyaknya para pekerja yang melakukan WFH (*work from home*) serta banyak pula yang mendapatkan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Oleh karena itu, masyarakat banyak yang menciptakan bisnis baru, dan bisnis *food and beverages* menjadi salah satu sektor bisnis yang banyak dilakukan. Hal ini menjadikan lapangan pekerjaan semakin banyak dan menolong perekonomian masyarakat yang terdampak covid-19. Tidak sedikit pula yang bisnisnya justru semakin meningkat sehingga pemilik yang sebelumnya merupakan pekerja kantoran menjadi fokus untuk mengembangkan bisnis yang mereka miliki.

Para pemilik bisnis tersebut biasa dinamakan wirausahawan, sehingga kegiatan yang mereka lakukan berupa kewirausahaan. Kewirausahaan adalah orang-orang yang mampu mengubah sebuah kesempatan menjadi sebuah usaha yang menghasilkan, yang diolah melalui kreativitas, inovasi dan keunikan dalam membuat suatu produk dan berani mengambil segala kemungkinan risiko yang menyertainya serta tidak menjadikannya mudah putus asa jika mengalami kegagalan dalam membangun usaha tersebut (Mirna Noventri, 2022).

Agar bisnis tetap bertahan serta berkembang, perlu analisis serta strategi yang matang untuk menjalankan suatu bisnis. Salah satu contoh untuk melakukan analisis serta strategi yang matang adalah penggunaan analisis SWOT. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) adalah analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan public saat itu, peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal (Galavan, 2014).

Saat ini persaingan di dunia bisnis terutama *food and beverages* bertambah sengit. Daya beli masyarakat juga menjadi tantangan bagaimana bisnis memberikan penawaran yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menarik agar pasar membeli produk yang dikeluarkan oleh perusahaan. Para penggiat bisnis *food and beverages* dipaksa untuk mampu mengatasi masalah tersebut. Inovasi adalah salah satu kunci penting agar bisnis dapat bertahan serta berkembang untuk kemudian hari. Sehingga, perusahaan harus menerapkan Faktor 4P (*product, price, place, and promotion*) terhadap pemasaran yang akan dilakukan.

Kehadiran Starbucks menjadi titik dimana masyarakat mulai mengenal sajian kopi dengan campuran bahan lain seperti susu, krimer, serta topping lain yang menjadikan kopi tersebut terasa nikmat untuk dinikmati. Hal ini menjadikan para pengusaha mencari cara bagaimana menciptakan kopi yang mirip dengan Starbucks tetapi dengan harga jual yang dapat dijangkau semua kalangan. Sehingga hal ini menjadikan konsep ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) berguna untuk kelangsungan suatu bisnis.

Kebiasaan manusia dengan berbagai aktivitasnya pasti akan mengalami perubahan pada setiap era. Demikian pula dengan urusan kecil seperti makan dan minum. Contoh yang dapat diambil adalah kebiasaan minum kopi. Kopi sebelumnya hanya dikenal dengan minuman hitam pekat pahit dan identik dengan orang tua, masyarakat juga hanya mengetahui kopi tubruk dan kopi saset, mengonsumsinya juga hanya di warung kopi biasa atau dapat dinikmati di rumah masing-masing. Apabila ada campuran bahan pemanis biasanya sekedar gula. Saat ini sebagian besar masyarakat menganggap kopi sesuatu yang premium serta memiliki parameter tersendiri. Ajakan minum kopi semakin kesini juga berganti makna, yang dulunya sekedar minum kopi, saat ini ajakan minum kopi beralih menjadi berinteraksi, berkumpul, bahkan membicarakan hal-hal yang penting seperti bisnis dan pekerjaan. Hal ini membuktikan bahwa menikmati kopi menjadi budaya baru masyarakat saat ini.

Sajian kopi saat ini mulai bervariasi seiring berjalannya waktu. Tidak hanya sekedar kopi hitam serta *Latte* yang sudah terkenal sejak lama, melainkan menu-menu baru lain menjadikan kopi lebih digemari oleh anak muda. Ada beberapa menu yang terkenal lain seperti

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

V60, Vietnam drip, espresso, latte, americano, kopi susu kekinian dengan berbagai rasa, mocktail, dan lain-lain. Dengan hal ini menjadikan industri kopi harus berlomba-lomba bagaimana menarik pelanggan serta bagaimana untuk memodifikasi menu yang akan mereka jual kepada konsumen.

Kemunculan berbagai kedai kopi dari skala besar hingga skala kecil menjadi pertanda bahwa industri kopi telah berkembang pesat. Konsumen yang cukup dominan mengonsumsi kopi adalah kalangan muda. Bukan tanpa alasan mengapa anak muda menjadi pasar yang cukup menjanjikan. Hal ini disebabkan karena anak muda lebih sering berinteraksi dengan rekannya di *coffee shop*. Fasilitas penunjang juga menjadi alasan mengapa anak muda lebih sering mengunjungi *coffee shop*.

Salah satu daerah yang tepat untuk membudidayakan tanaman kopi adalah Kabupaten Temanggung. Kota kecil yang berada diantara Gunung Sumbing dan Gunung Sindoro menjadikan Temanggung lokasi yang identik dengan daerah pegunungan dan dingin. Temanggung terkenal dengan sebutan Kota Tembakau, namun saat ini tidak hanya identik dengan tembakau, karena kopi Temanggung mulai diperhitungkan di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan mulai menjamurnya kedai kopi di Temanggung dan saat ini petani kopi di Temanggung sudah mulai berkembang dengan beragam proses pascapanen yang dilakukan mereka. Banyak pula yang telah menjadi pemasok di *coffee shop* baik di Yogyakarta maupun di kota-kota besar lain.

Masyarakat saat ini telah mengenal kopi spesialis dari berbagai daerah untuk dinikmati dengan cara diseduh secara manual yang secara umum dilakukan dengan metode seduh V60. Kopi spesialis adalah kopi yang berasal dari biji kopi petik merah yang telah dilakukan pemilihan secara khusus sehingga menghasilkan biji kopi terbaik tiap kebun di suatu daerah. Hadirnya kopi spesialis memberikan warna serta persaingan baru untuk petani, diharapkan saat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ini petani berlomba-lomba untuk memberikan kopi spesialis dengan kualitas terbaik pada setiap daerah terutama petani kopi di Kabupaten Temanggung.

Petani di Temanggung sebelumnya hanya mengincar bagaimana memproduksi kopi sebanyak mungkin dengan kata lain hanya memperhatikan kuantitas, saat ini mulai memperhitungkan kualitas juga. Beragam proses pascapanen yang dilakukan menghasilkan kopi yang unggul dengan berbagai rasa yang unik. Ada beberapa proses pascapanen yang saat ini dikenal, diantaranya ada metode kering dan metode basah. Untuk metode kering terdapat dua pilihan proses yaitu *honey process*, dan *natural process*. Sedangkan untuk metode basah ada *semi wash* dan *full wash*.

Seiring berjalannya tahun, kopi mengalami perubahan juga dari segi pengolahan pascapanen. Metode pengolahan yang sudah dikenal seperti metode basah dan kering dirasa sudah banyak dilakukan oleh petani di seluruh dunia. Hal ini menjadi acuan untuk memproses kopi menjadi sajian dan rasa yang lebih menarik lagi sehingga muncul istilah *experimental*. Secara umum ada empat cara untuk memproses kopi dengan metode *experimental* kali ini. Empat cara tersebut diantaranya *carbonic maceration* (fermentasi biji kopi yang dilakukan di lingkungan tertentu dengan menghilangkan oksigen dan diganti karbon dioksida), *lactic fermentation* (melibatkan bakteri asam laktat dalam melakukan fermentasi kopi), *inoculum fermentation* (melakukan fermentasi kopi dengan melibatkan inoculum mikroba), dan *anaerobic fermentation* (fermentasi biji kopi dalam lingkungan tertutup tanpa oksigen). Kopi Mak Ridjah melakukan proses *experimental* dengan cara *anaerobic fermentation* dan hasil dari *robusta experimental* tersebut adalah kopi yang memiliki karakteristik mirip dengan kopi arabika yaitu asam.

Masyarakat di Temanggung saat ini juga gemar minum kopi, kalangan muda juga memiliki minat terhadap kopi cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya lomba seduh kopi yang diadakan dan diikuti oleh anak-anak muda. Tidak hanya lomba seduh kopi,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

melainkan ada juga lomba *cup tester*. Sistem dari lomba ini adalah peserta diuji dengan menentukan kopi mana yang paling berbeda diantara tiga pilihan yang disediakan oleh panitia.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada proyek kewirausahaan ini adalah:

1. Bagaimana peluang usaha kopi di Temanggung?
2. Apakah Kopi Mak Ridjah dapat menciptakan kopi dengan proses pascapanen yang dapat bersaing dengan daerah lain?

Tujuan Proyek Kewirausahaan

Terdapat tujuan dari aktivitas proyek kewirausahaan yang dijalankan, sebagai berikut:

1. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan kopi terutama di Temanggung.
2. Merancang strategi yang tepat pada usaha Kopi Mak Ridjah di Temanggung.
3. Mengetahui cara membuat kopi dalam kelayakannya untuk konsumsi dengan berbasis konsep ATM (Amati Tiru dan Modifikasi).
4. Menjadikan Kopi Mak Ridjah sebagai usaha yang berkelanjutan (*sustainable*)

Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Hasil proyek kewirausahaan ini dapat digunakan untuk mempertimbangkan bagi para pelaku bisnis terutama bisnis kopi. Proyek kewirausahaan juga memberikan kontribusi terhadap penerimaan di pasar terhadap produk yang dimiliki Kopi Mak Ridjah, selain itu juga sebagai masukan mengenai inovasi produk dan pasar.

Kopi Mak Ridjah memproses kopi dari petik hingga dapat dikonsumsi oleh konsumen. Hal ini menjadi jaminan bahwa kopi yang dijual merupakan kopi terbaik. Kopi Mak Ridjah memiliki inovasi produk berupa proses pascapanen yang beragam, terutama kopi dengan varian

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Robusta. Proses pascapanen ini biasanya disebut *experimental*, sejatinya robusta mengeluarkan rasa yang pahit. Namun robusta *experimental* yang diproses oleh Kopi Mak Ridjah mengeluarkan rasa yang condong ke asam mirip seperti kopi varian arabika. Untuk varian arabika, Kopi Mak Ridjah memang tidak melakukan proses pascapanen secara langsung. Namun, Kopi Mak Ridjah memilih biji kopi terbaik kemudian melakukan pemanggangan (*roasting*) sendiri. Sehingga tetap memiliki produk yang terbaik untuk dipasarkan kepada konsumen.

Untuk konsumen yang menikmati kopi susu dan sajian minuman selain kopi, di Kopi Mak Ridjah juga menyediakan berbagai menu varian tersebut. Sehingga pasar yang dijangkau tidak hanya orang-orang penikmat kopi saja, melainkan semua kalangan bisa menikmati menu yang ditawarkan oleh Kopi Mak Ridjah. Hal ini dimaksudkan agar meningkatkan *profitabilitas* dari penjualan yang dilakukan Kopi Mak Ridjah.

Konsumen juga dapat membeli produk berupa biji kopi yang disediakan di Kopi Mak Ridjah. Hal ini dilakukan karena banyak konsumen yang ingin membeli Kopi khas Temanggung maupun luar Temanggung digunakan sebagai bauh tangan. Selain itu, para pecinta kopi tentunya ingin menikmati kopi hasil seduhan sendiri di rumah, hal inilah yang menjadikan alasan mengapa Kopi Mak Ridjah menjual produk biji kopi. Keunikan yang dimiliki Kopi Mak Ridjah, tiap sebulan sekali kopi yang dijual berbeda-beda daerahnya. Sehingga hal ini menjadikan konsumen tidak bosan untuk mencicipi dan membeli produk kopi biji Tunggal milik Kopi Mak Ridjah. Kemasan yang dimiliki Kopi Mak Ridjah untuk biji kopi Tunggal juga menarik, dan diganti setiap ada peringatan hari khusus seperti peringatan *halloween*, idul fitri, natal, dan saat mengikuti *event* tertentu. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk membeli produk biji Tunggal milik Kopi Mak Ridjah.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengertian Produk

Produk merupakan barang atau jasa yang dihasilkan dari suatu proses produksi dalam kegiatan bisnis. Produk juga dapat diartikan sebagai apa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar yang dituju. Setiap produk memiliki karakteristik keunikannya masing-masing termasuk kualitas, harga, merek, desain, dan berbagai atribut lainnya yang dapat memengaruhi konsumen untuk memilih suatu produk. Menurut Kotler dan Amstrong “produk merupakan alat atau sesuatu hal yang merupakan jawaban atau solusi atas masalah kebutuhan dari konsumen” (Bheben Oscar & Hilman Cahya Megantara. 2020). Produk merujuk pada barang fisik atau layanan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk bisa sangat beragam mulai dari barang yang dikonsumsi sehari-hari seperti makanan dan minuman, hingga barang-barang yang lebih kompleks seperti alat elektronik, mobil, perangkat lunak komputer, dan banyak lagi.

Atribut Produk

Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. (Pradana & Reventiary, 2016). Atribut produk merupakan karakteristik tertentu yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Memiliki sifat-sifat khusus yang dapat mencakup berbagai aspek dari produk tersebut seperti kualitas, harga, merek, fitur, desain, kemasan, keberlanjutan, keamanan, inovasi, ketersediaan, dan masih banyak lagi.

Pasar Kopi

Industri kopi saat ini mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Kopi telah menjadi minuman populer di seluruh dunia, dan industri kopi telah berkembang pesat untuk memenuhi permintaan ini. Sajian kopi saat ini tidak hanya berupa kopi hitam melainkan banyak sajian mulai dari kopi susu hingga *mocktail* yang menyajikan kesegaran

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dalam menikmatinya. Konsumen kopi saat ini cenderung menjadi lebih sadar akan kualitas dan asal usul kopi yang akan mereka konsumsi, sehingga petani dituntut untuk melakukan berbagai proses pascapanen untuk memodifikasi rasa yang akan timbul oleh biji kopi sendiri, baik melalui metode basah maupun kering.

Bisnis kopi mengalami perkembangan yang begitu pesat terutama setelah terjadi pandemi covid-19. Banyak *coffee shop* bermunculan mulai dari skala kecil hingga besar. Pasar untuk industri kopi juga cukup menjanjikan terutama untuk anak muda yang banyak menggemari minuman kopi. Hal ini menjadikan penulis tertarik untuk menjual produk kopi mulai dari kopi susu hingga kopi biji tunggal. Menu yang bervariasi menjadi keunggulan dari produk penulis, kopi susu berbagai rasa, *mocktail*, hingga *manual brew* berupa V60.

Kopi

Kopi memiliki berbagai jenis, namun yang populer ada dua, yaitu robusta dan arabika. Kopi tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Banyak faktor yang mempengaruhi perbedaan rasa pada kopi, baik dari varietas, ketinggian, tumbuhan apa di sekitar kopi tersebut, bahkan proses pascapanen juga mempengaruhi rasa yang akan diperoleh dari kopi.

Kopi robusta merupakan varietas yang sangat terkenal, memiliki karakteristik rasa yang pahit dan beraroma lebih kuat dibandingkan varietas arabika. Sehingga, kopi jenis ini biasanya lebih sering dijadikan sebagai *espresso*. Kopi robusta dengan proses pascapanen yang berbeda-beda juga menimbulkan rasa yang berbeda, contoh sederhana adalah ketika dilakukan proses pascapanen natural (kering) rasa pahit begitu tinggi, sedangkan proses *fullwash* (basah) rasa pahit yang dikeluarkan berkurang.

Kopi arabika merupakan varietas yang terkenal juga selain robusta. Kopi ini biasanya dinikmati dengan seduhan V60 maupun digunakan sebagai *espresso*. Rasa yang dikeluarkan bervariasi, namun rasa asam sangat mendominasi dari varietas arabika ini. Kopi ini sangat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

digemari karena rasa yang dinilai tidak membosankan tergantung daerah dimana kopi ini berasal. Rasa yang timbul mulai dari buah-buahan seperti mangga, apel, leci, anggur, stroberi, pir, jeruk, dan lain-lain. Selain rasa buah-buahan, rasa yang dikeluarkan bisa berupa asin bahkan menyerupai rasa teh.

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penulis berusaha menerapkan pengetahuan yang dipelajari di bangku kuliah ke dalam bisnis melalui proyek kewirausahaan penjualan kopi. Hadirnya Kopi Mak Ridjah dalam dunia bisnis kopi terutama di Kabupaten Temanggung mendapatkan antusias yang baik oleh masyarakat. Strategi bisnis yang dilakukan penulis adalah mempromosikan produk yang dijual melalui media sosial dengan tujuan agar produk lebih dikenal oleh masyarakat. Penulis menerapkan konsep ATM (amati, tiru, modifikasi) untuk mendorong daya tarik masyarakat dalam mengenalkan produk milik Kopi Mak Ridjah. Berdasarkan pengalaman melakukan bisnis *coffee shop*, saat ini memang daya tarik kopi tetap tinggi, sehingga hal ini menjadikan bisnis kopi tetap memberikan keuntungan sehingga bisnis ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan lagi. Kopi Mak Ridjah akan memperluas target pasar sehingga diharapkan dapat meningkatkan profit milik Kopi Mak Ridjah.

Saran

Sebagai penulis saran saya apabila terjun dalam bisnis *food and beverages* maka wirausahawan dituntut untuk kreatif sehingga modifikasi atau inovasi harus sering dilakukan. Hal ini dikarenakan kompetitor yang sangat banyak, sehingga apabila kita tidak melakukan inovasi bisa saja konsumen semakin lama mengalami penurunan. Lakukan inovasi ketika dirasa konsumen sudah mengalami penurunan dengan kata lain mengalami kebosanan. Selain inovasi beberapa perubahan juga perlu dilakukan, baik melalui pemasaran yang dilakukan bahkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perubahan *layout* kedai. Beberapa konsumen semakin lama pasti juga bosan dengan *layout* atau konsep yang seakan-akan tidak ada perubahan.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Bisnis, J., Pemasaran, D., Oscar, B., Mb, S., Hilman, M. M., & Megantara, C. (2020). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MUSLIM ARMY Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia*. www.kompas.com

Galavan, R. (2014). 9: *DOING BUSINESS STRATEGY*.

Mirna Noventri, I., Perawitan Pakpahan, J., Wardani Pane, J., & Hutabarat, L. (2022). Peran Kewirausahaan Berbasis Digital Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran. *Journal of Millennial Community*, 3(2). <https://doi.org/10.24114/jmic.v3i2.32339>

Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CUSTOMADE (STUDI di MEREK DAGANG CUSTOMADE INDONESIA)* (Vol. 6).

Mahmudan, A., & Bayu, D. (2022). Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021? Retrieved from <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>

Digital, P. (2022). *Pemerintah Kabupaten Temanggung Turut Menjaga Kualitas Kopi Rakyat*. Retrieved from <https://inforial.tempo.co/info/1007237/pemerintah-kabupaten-temanggung-turut-menjaga-kualitas-kopi-rakyat>