SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM KEDAI KOPI PELAWE

OLEH :

KEZIA GLORIA OLGA

NIM. C1021181028

PROGAM STUDI AGRIBISNIS

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM KEDAI KOPI PELAWE

OLEH :

KEZIA GLORIA OLGA

NIM. C1021181028

PROGAM STUDI AGRIBISNIS

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM KEDAI KOPI PELAWE

OLEH :

KEZIA GLORIA OLGA
NIM. C1021181028

Skripsi Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana/Magister dalam Bidang Pertanian

PROGAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM KEDAI KOPI PELAWE

Tanggung Jawab Yuridis Material pada :

KEZIA GLORIA OLGA
NIM. C1021181028
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal : 25 Juli 2025 Berdasarkan SK Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Tanjungpura Nomor: 5885/UN 22.3/TD.06/2025

Tim Penguji :

Pembimbing Pertama	Pembimibing Kedua
Dr. Maswadi, SP, M.Sc	Aditya Nugraha, SPi, M.Sc
NIP. 198105162005011001	NIP. 199010272019031015

Penguji Pertama	Penguji Kedua
Dr. Imelda, S.P., M.Sc.	Anita Suharyani, SP, MP
NIP. 198209162005012001	NIP. 199001302015042001

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Tanjungpura

Prof. Dr. Ir. Hj. Denah Suswati, MP, IPU.
NIP. 196505301989032001

PENYATAAN HASIL KARYA ILMIAH SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Saya menyatakan bahwa skripsi "Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Kedai Kopi Pelawe" , adalah karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang dikutip dari karya yang diterbitkan dan maupun yang tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Saya melimpahkan hak cipta dari skripsi saya kepada Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.

Pontianak, Juli 2025

Penulis,

Kezia Gloria Olga

NIM. C1021181028

MOTTO

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”
(Amsal 23:18)

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”
(Filipi 4:13)

“janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan”
(Yesaya 41:10)

RIWAYAT HIDUP

Kezia Gloria Olga, dilahirkan pada tanggal 31 Oktober 2000 di Jakarta sebagai anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Ayah bernama Eddi Maukar dan Ibu bernama Ade Supriati. Pada tahun 2006, penulis masuk Perguruan Advent VII Rawamangun, kemudian penulis pindah ke Sekolah Dasar (SDN) 10 Ngabang pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2012. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama (SMPN) Negeri 1 Ngabang dan lulus pada tahun 2015. Penulis kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas (SMAN) 1 Ngabang dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun ajaran 2018/2019 melalui jalur SBMPTN penulis diterima sebagai mahasiswa di Universitas Tanjungpura (UNTAN) pada Fakultas Pertanian, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak, penulis menyusun Skripsi dengan judul **"Strategi Pengembangan Binis UMKM Kedai Kopi Pelawe"**. Dibawah bimbingan Bapak **Dr. Maswadi, SP, M.Sc** selaku pembimbing pertama dan Ibu **Aditya Nugraha, SPi, M.Sc s**elaku pembimbing kedua.

RINGKASAN SKRIPSI

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau dikenal dengan UMKM memegang peranan yang penting bagi perekonomian Indonesia. Terlebih lagi, Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, dengan hasil produk berupa kopi yang menjadi salah satu produk pertanian yang dapat dimanfaatkan dan menjadi jalan potensial untuk membuka bisnis UMKM. Berkembangnya UMKM kopi ini membuat persaingan antar kedai kopi semakin ketat satu sama lainnya. Situasi seperti ini menuntut para pelaku bisnis agar dapat merumuskan dan juga menerapkan strategi-strategi bisnis agar tidak hanya dapat bertahan tapi juga dapat mengembangkan bisnis serta dapat bersaingan dengan para pesaing yang ada.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas maka penulis merumuskan masalah yang diteliti yaitu bagaimana strategi pengembangan UMKM Kedai Kopi Pelawe di Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak. Dan tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan UMKM Kedai Kopi Pelawe di Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak.

Metode Penelitian yang digunakan yaitu Deskriptif Kualitatif. Analisis metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, yang dimana strategi pemasarannya mengacu pada konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*), serta kemudian dianalisis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).

Hasil penelitian ini menunjukkan pada UMKM Kedai Kopi Pelawe didapatkan bahwa UMKM Kedai Kopi Pelawe termasuk UMKM yang menerapkan Strategi agresif (*growth oriented strategy*). UMKM Kedai Kopi Pelawe berada pada kuadran 1, yaitu dengan penetapan Strategi SO. Strategi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dimana stratetgi tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul "**Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Kedai Kopi Pelawe**" dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat atau tugas akhir yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak. Selama proses penyusunan skripsi ini banyak penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, koreksi, motivasi dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada: :

1. Prof. Dr. Ir. Hj. Denah Suswati, MP, IPU. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dr. Novira Kusrini, S.P., M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Dr. Imelda, S.P., M.Sc. selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak sekaligus Dosen Penguji Pertama.
4. Dr. Maswadi, SP., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Pertama.
5. Aditya Nugraha, S.Pi, M.Sc selaku Dosen Pembimbing Kedua.
6. Anita Suharyani, SP, MP selaku Dosen Penguji Kedua.
7. Prof. Dr. Ir. Jajat Sudrajat, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Civitas Akademika Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.
9. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Eddi Maukar dan Ibu Ade Supriati serta Kak Joshua Edward, Kak Micha dan adik Mercy Valerine yang telah memberikan banyak doa, motivasi, serta dukungan baik secara moril maupun materil kepada penulis.
10. Bang Deri selaku pemilik UMKM Kedai Kopi Pelawe yang telah memberikan ijin dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian ini.
11. Sahabat tersayang Mona Antriana Heradian, Willy Sutrianti, Gloria A.Rani, Bella Ala Clara, Sertika Geraria Sumpa, Galuh Chairunisa, Vina Naomi,

Widia Wati, yang telah memberikan dukungan, bantuan, doa dan motivasi dalam proses penyelesaian penelitian ini.

12. Kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai penulis dan memberikan iman pengharapan serta kekuatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
13. Teman-teman di kampus maupun teman-teman diluar kampus yang selalu mendukung serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini. Serta kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Isi dalam penyusunan skripsi penelitian ini masih terdapat kekurangan mengingat kemampuan dan keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu, saran yang bersifat membangun diperlukan untuk penyempurnaan skripsi penelitian ini, sehingga diharapkan dalam penulisan-penulisan selanjutnya dapat diperoleh hasil yang lebih baik. Semoga skripsi penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak..

Pontianak, Juli 2025

Penulis

Kezia Gloria Olga

NIM. C1021181028

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR LAMPIRAN ix
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Perumusan Masalah 3
C. Tujuan 3
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN 4
A. Tinjauan Pustaka 4
B. Penelitian Terdahulu 9
C. Kerangka Konsep 14
BAB III METODE PENELITIAN 16
A. Tempat dan Waktu Penelitian 16
B. Bahan dan Alat Penelitian 16
C. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 17
D. Tahapan Penelitian 17
E. Variable Penelitian 18
F. Analisis Data 20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 29
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 29
B. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 31
C. Identifikasi Faktor Strategis 34
D. Analisis dan Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal 40
E. Analisis Matriks SWOT 43
BAB V PENUTUP 50
A. Kesimpulan 50
B. Saran 50

DAFTAR PUSTAKA 51
LAMPIRAN 54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kriteria Usaha Mikro Kecil Dan Menengah 5
Tabel 2. Matriks SWOT 8
Tabel 3. Penelitian Tedahulu 9
Tabel 4. Matriks IFE 21
Tabel 5. Matriks IFE PengembanganUMKM Kedai Kopi Pelawe 23
Tabel 6. Matriks EFE Pengembangan UMKM Kedai Kopi Pelawe 25
Tabel 7. Matriks SWOT 26
Tabel 8. Tabel Karakteristik Responden 30
Tabel 9. Harga Biji Kopi Pada Kedai Kopi Pelawe 32
Tabel 10. Matriks IFE Pengembangan Usaha UMKM Hasil Pengolahan 41
Tabel 11. Matriks EFE Pengembangan Usaha UMKM Hasil Pengolahan 42
Tabel 12. Matriks SWOT Kedai Kopi Pelawe 46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Konsumsi Kopi di Indonesia 2
Gambar 2. Kerangka Pemikiran 15
Gambar 3. Diagram Hasil Analisis SWOT 27
Gambar 4. Diagram Hasil Analisis SWOT Kedai Kopi Pelawe 44

DAFTAR LAMPIRAN

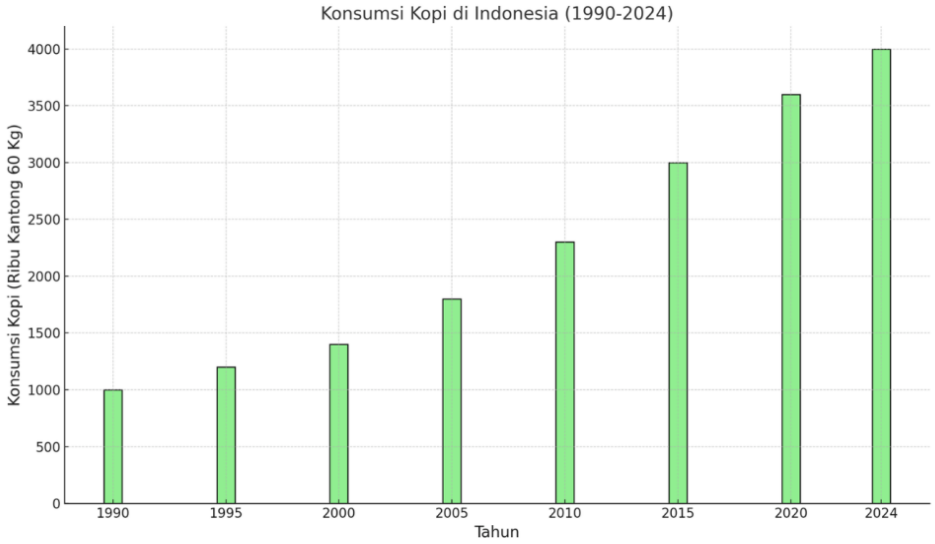
Lampiran 1. Kuisioner penentuan Bobot (SWOT) 54
Lampiran 2. Kuisioner penelitian penentuan rating (SWOT) 60
Lampiran 3. Identitas responden 66
Lampiran 4. Analisis data primer untuk penentuan bobot 68
Lampiran 5. Analisis data primer untuk menentukan rating 69
Lampiran 6. Analisis data primer IFE 70
Lampiran 7. Analisis data primer EFE 71
Lampiran 8. Dokumentasi 72

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau dikenal dengan UMKM memegang peranan yang penting bagi perekonomian Indonesia. Salah satu tujuan untuk mengembangkan perekonomian di Indonesia adalah ekspansi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), (Hanifah et al., 2022). Menurut data Kementrian Koperasi dan UMKM (2024), kontribusi UMKM bagi Produk Domestik Bruno (PDB) Indonesia mencapai 60,5% dan menyerap 96,9% dari total tenaga kerja Indonesia (Kementrian UMKM Republik Indonesia, 2022). Terlebih lagi, Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, dengan hasil produk berupa kopi yang menjadi salah satu produk pertanian yang dapat dimanfaatkan dan menjadi jalan potensial untuk membuka bisnis UMKM (Adiningrum et al., 2022).

Kopi merupakan salah satu komoditi perdagangan subsektor perkebunan dimana pengembangannya memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan negara dan penghasilan pengusaha dan petani (Pramulya et al., 2023). *International Coffe Organization* (ICO) April 2023, menyatakan bahwa Indonesia merupakan produsen nomor 2 kopi di kawasan Asia Pasifik. Produksi Indonesia berkisar antara 10-12,3 juta karung (1 karung = 60 kg) setiap tahunnya. Indonesia juga menempati posisi nomor satu sebagai produsen kopi arabika di Asia Pasifik. Dari sisi konsumsi, Indonesia juga konsumen kopi terbesar kedua di Asia Pasifik dengan konsumsi sekitar 5 juta karung. Kopi telah menjadi produk minuman yang digemari dan menjadi *trend* oleh berbagai kalangan masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari kopi menjadi salah satu minuman yang cocok disajikan untuk beragam aktivitas dimulai dari sarapan, berdiskusi dan bekerja, atau hanya sekedar berbincang-bincang dengan satu sama lain (Maryani et al., 2020).



Gambar 1. Jumlah Konsumsi Kopi di Indonesia

Sumber : Santinocoffe.co.id

Meningkatnya konsumsi kopi yang saat ini sudah menjadi *trend* dari berbagai kalangan sosial, mendorong para wirausaha untuk memasuki bisnis UMKM kopi. Hal ini membuat para pengusaha cerdas untuk mengambil kesempatan membangun bisnis kedai kopi atau *coffe shop* dengan menggunakan berbagai ide dan konsep di seluruh Tanah Air (Pratama et al., 2023). Karena itu, kedai kopi atau *coffe shop* tidak lagi asing ditelinga masyarakat Indonesia saat ini. Banyak dari masyarakat Indonesia yang lebih memilih menikmati kopi secara langsung di kedai kopi atau *coffe shop* dan telah menjadi gaya hidup atau *trend* pada masyarakat Indonesa masa kini(Baba et al., 2019). Hal ini yang mendukung munculnya kedai kopi atau *coffe shop* yang dapat dikunjungi di seluruh daerah di Indonesia, yang memiliki berbagai ciri khas yang unik yang berbeda di setiap outletnya.

Salah satu provinsi di Indonesia dengan konsumsi minuman kopi terbesar yaitu Kalimantan Barat. Wali Kota Pontianak Edi Rusdi Kamtono mengatakan jumlah kedai kopi atau *coffe shop* di Pontianak diperkirakan mencapai 800 dengan konsumsi kopi rata-rata 500 kg per hari (Dedi, 2023). Dengan demikian, mudah untuk menemukan kedai kopi atau *coffe shop* di Kalimantan barat, kehadirannya bahkan sudah menyebar dari seluruh kota hingga desa yang ada di Kalimantan Barat. Salah satu kedai kopi atau *coffe*

shop di Kalimantan Barat berada di daerah kecamatan Ngabang. Salah satu usaha kedai kopi atau *coffe shop* yang di Ngabang adalah Kopi Pelawe tepatnya di Jalan Pangeran Cinata Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak. Di daerah Ngabang sendiri berbagai usaha yang sama sudah mulai berkembang dan mulai banyak berdiri sehingga persaingan juga akan semakin ketat.

Berkembangnya UMKM kopi ini membuat persaingan antar kedai kopi semakin ketat satu sama lainnya. Situasi seperti ini menuntut para pelaku bisnis agar dapat merumuskan dan juga menerapkan strategi-strategi bisnis agar tidak hanya dapat bertahan tapi juga dapat mengembangkan bisnis serta dapat bersaingan dengan para pesaing yang ada. Karena itu strategi menjadi kunci dari pencapaian keunggulan besaing dan keberhasilan yang tepat untuk diterapkan oleh sebuah usaha atau bisnis. Dalam memilih strategi yang tepat untuk diterapkan oleh sebuah usaha, pelaku usaha perlu memperhatikan situasi dan kondisi pasar. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara menganalisis llingkungan bisnis atau usaha, baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal (Baba et al., 2019).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas maka penulis merumuskan masalah yang diteliti sebagai berikut :

Bagaimana strategi pengembangan UMKM Kedai Kopi Pelawe di Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak ?

C. Tujuan

Dari pejelasan dilatar belakang dan perumusan masalah yang telah diambil sebagai bahan untuk diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan UMKM Kedai Kopi Pelawe di Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak.