

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI EXCELSA DI KECAMATAN
WONOSALAM KABUPATEN JOMBANG MENGGUNAKAN BISNIS MODEL
CANVAS**

***DEVELOPMENT STRATEGY OF EXCELSA COFFEE BUSINESS IN
WONOSALAM SUB DISTRICT JOMBANG REGENCY USING BUSINESS MODEL
CANVAS***

Rif'an Hariri¹, Noor Harini*², Sutawi², Afifa Husna²

¹Magister Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

²Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Muhammadiyah Malang

*Email: harini@umm.ac.id

(Diterima 11-06-2023; Disetujui 24-07-2023)

ABSTRAK

Kopi Excelsa yang ada di Kecamatan Wonosalam dari sisi keuntungan masih belum bisa disetarakan dengan kopi Arabika dan Robusta sehingga perlu ada strategi pengembangan supaya dapat bersaing. Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan usaha kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam supaya dapat bersaing dengan kopi Robusta dan kopi Arabika. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *snowball sampling*. Pada teknik *snowball sampling* informan memberikan rekomendasi kepada peneliti untuk mewawancarai informan lain yang lebih memahami tentang kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa pengembangan usaha kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam dapat dilakukan dengan cara kerjasama dengan industri pariwisata lokal dan akademisi, memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, proaktif melakukan pemasaran, memanfaatkan *e commerce* sebagai saluran penjualan kopi Excelsa, penjualan menasar segmen masyarakat kelas menengah ke bawah dan juga perlu ada sumber pendapatan lain berupa pemanfaatan perkebunan kopi sebagai agrowisata dan penjualan produk turunan kopi.

Kata kunci: Kopi Excelsa, Bisnis Model Canvas

ABSTRACT

Excelsa coffee in Wonosalam Subdistrict in terms of profit is still not equal to Arabica and Robusta coffee so there needs to be a development strategy. The purpose of this research is to formulate a business development strategy for Excelsa coffee in Wonosalam Subdistrict. This research uses qualitative research. The sampling technique used was snowball sampling. In the snowball sampling technique, informants gave recommendations to the researchers to interview other informants who understood more about Excelsa coffee in Wonosalam Subdistrict. The results obtained show that the development of Excelsa coffee business in Wonosalam Subdistrict can be done by collaborating with hotels, restaurants, cafes and the local tourism industry, using social media to interact with customers, marketing without going through middlemen, targeting the lower middle class segment of society and there also needs to be another source of income in the form of using coffee plantations as agro-tourism and selling coffee derivative products.

Keywords: Excelsa coffee, Business model canvas

PENDAHULUAN

Kecamatan Wonosalam mempunyai potensi pada sektor kopi. Menurut Agastya & Ariyani, (2023) ketinggian dataran Kecamatan Wonosalam lebih dari 500 mdpl dengan curah hujan 17 – 30⁰ C. Kopi yang dihasilkan di Kecamatan Wonosalam meliputi jenis Arabika, Robusta, Liberika dan Excelsa. Kopi Excelsa adalah varietas kopi langka yang populasinya tidak terlalu besar. Kopi jenis ini mempunyai rasa tidak terlalu pahit dan tidak terlalu asam. Kopi Excelsa yang ada di Kecamatan Wonosalam dari sisi ekonomi masih belum bisa disetarakan dengan kopi Arabika dan Robusta sehingga perlu ada strategi pengembangan.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengembangkan kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam adalah dengan menggunakan bisnis model canvas. Bisnis model canvas tidak hanya dapat diterapkan pada bisnis yang baru berjalan saja tetapi juga dapat diterapkan pada bisnis yang sudah berjalan (Patricia & Adib Sultan, 2019). Bisnis model canvas juga dapat diterapkan pada usaha skala kecil (Austin, 2020). Bisnis model canvas terdiri dari sembilan elemen. Sembilan blok atau elemen yang ada pada bisnis model canvas mencakup area

utama dalam bisnis yaitu: pelanggan, penawaran, infrastruktur dan kemampuan keuangan (Fitriasari, 2020). Sembilan elemen dalam bisnis model canvas meliputi: 1. *Customer segments*, 2. *Value proposition*, 3. *Channel*, 4. *Customer relationship*, 5. *Revenue stream*, 6. *Key resources*, 7. *Key activities*, 8. *Key partnership*, 9. *Cost structure* (Chungyalpa, 2022).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hambali & Andarini (2021) pada bisnis kopi Piring Seng Coffee & Co menyatakan bahwa perlu ada perbaikan di sembilan elemen bisnis model canvas. Penelitian yang dilakukan oleh Putri&Mukti (2020) menyatakan bahwa pengembangan kedai “Kopi Sebagai“ berfokus pada *value propositions* yaitu menggunakan kopi jenis Arabika sedangkan dari sisi *key partners* perlu bekerja sama dengan komunitas bersepeda. Prayoga (2022) menyatakan bahwa pengembangan *coffee shop XYZ* dengan bisnis model canvas perlu ada peningkatan dalam hal *channels* berupa pembuatan *web profile* dan *email* bisnis. Unsur kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha kopi Excelsa. Tujuan penelitian ini adalah menentukan strategi pengembangan usaha kopi

Excelsa di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai masukan kepada pihak terkait supaya keberadaan kopi Excelsa semakin dikenal masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Kecamatan Wonosalam dipilih karena daerah tersebut merupakan salah satu penghasil kopi Excelsa. Penelitian dilakukan pada periode Oktober sampai Desember 2022. Teknik sampling yang digunakan adalah *snowball sampling*. Pada teknik *snowball sampling* informan memberikan rekomendasi kepada peneliti untuk mewawancarai informan lain yang lebih memahami tentang kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif lebih mengutamakan deskripsi secara mendetail atas situasi yang sedang terjadi dari pada membandingkan dampak dari suatu perlakuan tertentu (Fadli, 2021). Data yang digunakan berupa pernyataan dari informan yang diperoleh melalui wawancara terstruktur. Informan pada penelitian ini meliputi ketua Asosiasi Kopi Wonosalam, pelaku usaha kopi,

serta ketua kelompok tani yang ada di Kecamatan Wonosalam. Menurut Firmansyah et al., (2021) pada penelitian kualitatif data yang digunakan berupa data kualitatif berupa pernyataan dari informan dan hasil yang diperoleh tidak dapat digunakan untuk mengeneralisir. Informasi yang diperoleh dari informan kemudian disusun dalam sembilan elemen bisnis model canvas. Selanjutnya dilakukan analisis SWOT dari setiap elemen dalam bisnis model canvas. Hasil analisis SWOT digunakan sebagai dasar untuk menyusun perbaikan bisnis model canvas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam menjadi salah satu mata pencaharian masyarakat setempat. Pengadaan bahan baku kopi Excelsa dilakukan pada saat musim panen antara bulan Juli sampai September. Hasil panen diolah menjadi barang setengah jadi berupa biji mentah (*green bean*) atau diolah menjadi barang jadi berupa biji sangrai (*roast bean*). *Green bean* dan *roast bean* kopi Excelsa dijual untuk memenuhi kebutuhan hidup. Usaha kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam sebagian besar masih dikelola secara konvensional. Sebagian

besar usaha kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam masih menggunakan anggota keluarga sebagai pekerja, pangsa pasar terbatas, serta aspek legalitas produk

masih lemah. Usaha kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam dapat digambarkan melalui model bisnis canvas yang ada pada Gambar 1.

Business Model Canvas				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1. Kedai kopi 2. <i>Reseller</i> 3. Pengepul 4. Pemerintah Daerah	1. Pengolahan pasca panen	1. Bahan baku berkualitas 2. Sortasi dilakukan secara ketat 3. Kadar air terkendali 4. Kafein rendah	1. Harga promo di hari kopi internasional 2. Potongan harga pada pembelian skala besar	1. Masyarakat kelas menengah ke atas
	Key Resources		Channels	
	1. Peralatan pengolah kopi 2. Tenaga kerja terlatih		1. Pasar tradisional 2. <i>Direct selling</i>	
Cost Structure		Revenue Streams		
1. Biaya pemetikan ceri 2. Biaya sortasi ceri 3. Biaya sortasi <i>green bean</i>		1. Penjualan kopi		

Gambar 1. Bisnis Model Canvas Usaha Kopi Excelsa

Pengembangan usaha kopi Excelsa perlu ada evaluasi supaya dapat bersaing dengan kopi Arabika dan kopi Robusta. Kopi excelsa masih kalah populer jika dibandingkan dengan kopi Arabika atau kopi Robusta. Selama ini dari sisi ekonomi kopi Excelsa masih dianggap belum bisa disejajarkan dengan kopi Arabika dan kopi Robusta. Permasalahan ini perlu dicarikan solusi karena jika tidak ada solusi maka usaha kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam akan semakin ditinggalkan oleh masyarakat. Pengembangan usaha juga perlu dilakukan karena kopi Excelsa sedang

dalam upaya untuk dijadikan ciri khas Kecamatan Wonosalam. Evaluasi dilakukan secara menyeluruh atas sembilan elemen yang ada pada bisnis model canvas. Evaluasi tersebut dilakukan dengan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat digunakan untuk mengatasi ancaman serta dengan mudah mengidentifikasi kompetensi inti dari bisnis (Benzaghta et al., 2021). Analisa SWOT dari sembilan elemen bisnis model canvas ada pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisa SWOT Bisnis Model Canvas Usaha Kopi Excelsa

Elemen	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman(T)
<i>Key partners</i>	Bermitra dengan pemerintah daerah	Masih bergantung pada pengepul	Bekerja sama dengan industri pariwisata lokal dan akademisi	
<i>Key activities</i>	Pengolahan pasca panen	Pemasaran belum maksimal	Permintaan kopi tinggi	Ketatnya persaingan
<i>Value propositions</i>	Bahan baku berkualitas, kadar air terkendali Kafein tidak terlalu tinggi	Cita rasa kurang kompleks dibandingkan kopi Arabika	Sebagian masyarakat menyukai kopi dengan kafein yang tidak terlalu tinggi	Perubahan iklim berdampak pada kualitas dan kuantitas kopi Excelsa
<i>Customer relationships</i>	Promo pada hari kopi internasional Potongan harga pada pembelian skala besar	Inkonsistensi mutu	Perkembangan media sosial	Persaingan yang semai kn ketat dengan kompetitor
<i>Customer segment</i>	Harga jual kompetitif	Kurang terjangkau bagi masyarakat kelas menengah ke bawah	Kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat	Banyaknya pesaing dengan produk sejenis
<i>Key resources</i>	Sarana produksi Sumber daya manusia	Sarana produksi Kurang merata	Bantuan sarana produksi dari Pemerintah	Regenerasi petani dan pengolah kopi melambat
<i>Channel</i>	Sudah mempunyai saluran pelanggan kepada konsumen	Saluran pemasaran masih konvensional (<i>offline</i>)	Perkembangan <i>digital marketing</i>	Kompetitor produk sejenis semakin agresif
<i>Cost structure</i>	Sebagian pekerja adalah anggota keluarga sehingga mengurangi upah	Biaya produksi cukup besar karena menggunakan tenaga manusia	Bantuan peralayan produksi otomatis	Penurunan produktivitas tenaga kerja
<i>Revenue stream</i>	Margin pendapatan dan keuntungan relatif tinggi	Pendapatan hanya bersumber dari penjualan kopi Excelsa	Adanya peluang pendapatan dari penjualan produk turunan kopi dan pemanfaatan sebagai Agrowisata	Gejolak perekonomian

Sumber : Data primer diolah, 2023

Key partners

Key partners atau mitra utama pada usaha pengolahan kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam meliputi kedai kopi, *reseller*, pengepul, dan pemerintah daerah. Dari ketiga mitra tersebut dalam hal pemasaran yang paling dominan adalah pengepul. Kelemahan dalam hal *key partners* adalah pemasaran terlalu

bergantung pada pengepul padahal terbuka peluang untuk bermitra dengan industri pariwisata lokal. Kerjasama dengan industri pariwisata lokal dapat dilakukan dengan cara menjadikan kopi Excelsa sebagai souvenir atau oleh-oleh khas Kecamatan Wonosalam yang dibagikan kepada pengunjung wisata. Perluasan kerjasama juga perlu dilakukan

dengan akademisi dalam hal transfer teknologi pengolahan pasca panen kopi. Peran akademisi dalam pengembangan kopi Excelsa juga terkait dengan manajemen usaha kopi Excelsa serta strategi pemasaran. Manajemen usaha yang tepat akan mampu membuat usaha kopi Excelsa dapat bersaing dengan kopi Arabika dan kopi Robusta.

Key activities

Aktivitas utama adalah pengolahan pasca panen. Aktivitas dalam usaha kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam perlu ditingkatkan. Kelemahan *key activities* adalah lemahnya pemasaran. Selama ini pemasaran masih bergantung pada pengepul yang membeli kopi dengan harga yang tidak terlalu tinggi. Peluang pemasaran terbuka lebar dengan tingginya permintaan kopi. Tingginya permintaan kopi diimbangi dengan adanya ancaman ketatnya persaingan. Solusi untuk menghadapi ketatnya persaingan tersebut adalah dengan menerapkan pemasaran secara *online*. Pemasaran secara *online* mampu memperluas jangkauan pemasaran sampai ke luar daerah.

Value propositions

Value propositions merupakan nilai yang menjadi keunggulan kopi Excelsa yaitu bahan baku menggunakan ceri

berkualitas, sortasi ketat dan kadar air terkendali serta rendah kafein. Ceri yang berkualitas, sortasi dan kadar air sangat mempengaruhi cita rasa kopi yang dihasilkan. Untuk menghasilkan kopi dengan kualitas terbaik buah ceri yang digunakan berwarna merah. Sortasi diperlukan untuk memisahkan *green bean* cacat dengan *green bean* yang tidak cacat. Kadar air pada *green bean* idealnya kurang lebih 12 %. Kopi Excelsa mempunyai kelemahan berupa cita rasa yang tidak begitu kompleks jika dibandingkan dengan kopi Arabika tetapi mempunyai keunggulan berupa kadar kafein yang rendah. Ancaman yang dihadapi adalah perubahan iklim yang berdampak pada penurunan kualitas dan kuantitas kopi Excelsa.

Customer Relationships

Dalam hal menjalin hubungan baik dengan pelanggan terdapat harga promo di hari kopi internasional yaitu tanggal 1 Oktober. Promo ini berupa potongan harga atau diskon pembelian kopi Excelsa. Pembelian dengan skala besar terdapat potongan harga. Adanya promo dan potongan harga akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam hal menjalin hubungan baik dengan pelanggan terdapat kelemahan berupa inkonsistensi mutu. Inkonsistensi

mutu berdampak pada penurunan kepuasan pelanggan. Adanya kelemahan berupa inkonsistensi mutu dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang berupa perkembangan media sosial. Interaksi dengan pelanggan melalui media sosial akan mampu mendapatkan *feedback* dari pelanggan untuk meningkatkan mutu kopi Excelsa. Dalam hal menjalin hubungan baik dengan pelanggan menghadapi tantangan dari pesaing yang semakin agresif.

Customer segments

Segmentasi pelanggan yang dituju adalah masyarakat kelas menengah ke atas. Kopi Excelsa merupakan kopi asli yang diolah dari petani kopi tanpa campuran bahan apapun. Harga jualnya lebih tinggi dibandingkan kopi biasa sehingga segmentasi pasar yang dituju adalah masyarakat kelas menengah ke atas. Masyarakat kelas menengah ke atas mempunyai kemampuan untuk membeli kopi dengan harga yang relatif lebih tinggi. Kopi sudah menjadi gaya hidup di kalangan masyarakat. Persaingan di segmentasi pasar kelas menengah ke atas sangat ketat sehingga menjadi tantangan tersendiri untuk dihadapi. Solusi untuk menghadapi ancaman berupa ketatnya persaingan di segmentasi kelas menengah ke atas adalah dengan

membuat produk dengan kualitas lebih rendah dan harga lebih terjangkau. Produk tersebut ditujukan untuk masyarakat kelas menengah ke bawah.

Key resources

Key resources pada usaha kopi Excelsa terdiri dari sarana produksi serta tenaga kerja terlatih. Kelemahan dalam hal *key resources* adalah belum meratanya sarana produksi. Kelemahan terkait sarana produksi diatasi dengan memanfaatkan peluang berupa bantuan sarana produksi dari instansi pemerintah daerah. Pada saat ini sudah ada bantuan sarana produksi pengolahan kopi Excelsa seperti *green house*, mesin *roasting*, *pulper* dan lain sebagainya. Bantuan sarana produksi tersebut perlu dimaksimalkan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas kopi Excelsa. Tenaga kerja yang ada di Kecamatan Wonosalam merupakan tenaga kerja terlatih. Tenaga kerja tersebut sudah terbiasa melakukan budidaya dan pengolahan pasca panen kopi. Ancaman yang dihadapi adalah regenerasi petani dan pengolah kopi yang melambat.

Channels

Terkait dengan *channel* kelemahan yang dihadapi adalah saluran yang digunakan masih konvensional. Saluran semacam ini mempunyai banyak

kekurangan. Untuk mengatasi hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang berupa *digital marketing (ecommerce)*. Keuntungan yang diperoleh dengan memanfaatkan *ecommerce* adalah efisiensi biaya. Penggunaan *ecommerce* sebagai saluran dapat membuat jangkauan pemasaran lebih luas. Tantangan yang dihadapi adalah ketatnya persaingan. Pada saat ini persaingan dalam bidang kopi sangat ketat. Setiap kompetitor semakin agresif memanfaatkan saluran secara *online* atau *offline* untuk membangun hubungan dengan pelanggan.

Cost structure

Biaya yang diperlukan berupa biaya pemetikan dan biaya sortasi. Biaya pemetikan ceri merupakan biaya yang dibayarkan kepada pemetik ceri kopi pada saat musim panen. Pemetik ceri dibayar secara harian atau dibayar per kilogram. Upah harian pemetik ceri kopi sebesar Rp. 50.000 dengan jam kerja antara jam 7 pagi sampai jam 12 siang. Upah pemetikan per kilogram diperoleh dengan cara hasil pemetikan dikalikan dengan harga Rp 1.500 per kilogram. Sortasi ceri dilakukan untuk memisahkan antara buah ceri yang matang dengan

buah ceri yang belum matang. Biaya sortasi ceri sebesar Rp 1.500 per kilogram. Biaya untuk sortasi *green bean* menggunakan sistem borongan.

Revenue stream

Dalam hal sumber pendapatan perlu ada alternatif sumber pendapatan selain dari penjualan kopi Excelsa. Pendapatan yang hanya bersumber dari penjualan kopi Excelsa cenderung tidak stabil karena permintaan kopi Excelsa pada saat tertentu mengalami penurunan. Harga jual kopi Excelsa pada saat tertentu juga mengalami penurunan. Perlu ada alternatif sumber pendapatan untuk mengantisipasi naik turunnya penjualan kopi Excelsa. Alternatif sumber pendapatan adalah dengan menjadikan perkebunan kopi Excelsa sebagai kawasan agrowisata. Selain itu alternatif sumber pendapatan juga dapat melalui penjualan produk turunan kopi Excelsa. Melalui pemanfaatan perkebunan kopi Excelsa sebagai agrowisata dan penjualan produk turunan akan mampu meningkatkan pendapatan dari usaha kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Usulan perbaikan bisnis model canvas ada pada Gambar 2.

Business Model Canvas				
<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
1. Kedai kopi 2. <i>Reseller</i> 3. Pengepul 4. Pemerintah daerah 5. Akademisi 6. Industri pariwisata lokal	1. Pengolahan pasca panen 2. Pemasaran	1. Bahan baku berkualitas 2. Sortasi dilakukan secara ketat 3. Kadar air terkendali 4. Kafein rendah	1. Harga promo di hari kopi internasional 2. Potongan harga pada pembelian skala besar 3. Pemanfaatan media sosial	1. Masyarakat kelas menengah ke atas 2. Masyarakat kelas menengah ke bawah
	<i>Key Resources</i>		<i>Channels</i>	
	1. Peralatan pengolah kopi 2. Tenaga kerja terlatih		1. Pasar tradisional 2. <i>Direct selling</i> 3. Ecommerce	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		
1. Biaya pemetikan bahan baku 2. Biaya sortasi ceri 3. Biaya sortasi <i>green bean</i>		1. Penjualan kopi 2. Pemanfaatan kopi sebagai Agrowisata 3. Penjualan produk turunan kopi		

Gambar 2. Usulan Perbaikan Bisnis Model Canvas Usaha Kopi Excelsa

Berdasarkan usulan bisnis canvas terbaru terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan untuk mengembangkan usaha kopi Excelsa. Pengembangan usaha pengolahan kopi Excelsa perlu difokuskan dalam hal *key partners*, *key activities*, *customer relationship*, *channel*, *customer segments* dan *revenue streams*. Pengembangan usaha kopi Excelsa perlu ada kerjasama dengan mitra (*key partners*) industri pariwisata lokal untuk meningkatkan penjualan serta akademisi. Aktivitas yang dilakukan (*key activities*) perlu ada peningkatan, tidak hanya berfokus pada pengolahan pasca panen tetapi juga perlu adanya pemasaran. Untuk membina hubungan baik dengan pelanggan (*customer relationships*) perlu

memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan supaya mendapatkan masukan terkait mutu kopi Excelsa. Saluran (*channels*) yang digunakan perlu memanfaatkan *ecommerce* sebagai saluran pemasaran kopi Excelsa. Segmentasi pemasaran (*customer segment*) kopi Excelsa perlu juga mempertimbangkan untuk menysasar segmen masyarakat kelas menengah ke bawah. Sumber pendapatan (*revenue streams*) tidak hanya bersumber dari penjualan kopi Excelsa saja tetapi perlu ada sumber pendapatan lain berupa pemanfaatan perkebunan kopi sebagai agrowisata dan penjualan produk turunan kopi.

Hasil pada penelitian ini berbeda dengan penelitian lain. Penelitian yang dilakukan oleh Sultan et al. (2021) dengan menggunakan metode *triple layer* bisnis model canvas menyatakan bahwa perlu adanya pemberdayaan petani supaya lebih profesional dalam hal budidaya, pasca panen maupun manajemen usaha. Penelitian tersebut menggunakan 3 model bisnis canvas berdasarkan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Ratri et al. (2022) berdasarkan hasil penelitiannya menyatakan bahwa pengembangan kopi Arabika Bowongso dengan bisnis model canvas perlu adanya peningkatan pada elemen *channel* dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi untuk pengembangan pasar.

KESIMPULAN

Pengembangan usaha kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam dapat dilakukan dengan cara kerja sama dengan industri pariwisata lokal dan akademisi, memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, proaktif melakukan pemasaran, memanfaatkan *ecommerce* sebagai saluran penjualan kopi Excelsa, penjualan menasar segmen masyarakat kelas menengah ke bawah dan juga perlu ada sumber

pendapatan lain berupa pemanfaatan perkebunan kopi sebagai agrowisata dan penjualan produk turunan kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agastya, A. A. R., & Ariyani, A. H. M. (2023). Strategi Pengembangan Kawasan Agropolitan Komoditas Kopi Di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. *Jurnal Agriscience*, 3(3), 2745–7427. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agricience>
- Austin, E. C. (2020). Business Survival Growth Model (BSGM) Canvas VS Business Model Canvas (BMC). *European Journal of Business and Innovation Research*, 8(1), 52–68.
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT Analysis Applications: An Integrative Literature Review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Chungyalpa, W. (2022). Developing Business Models Using The business Model Canvas (BMC) Based On Dependencies And Interconnections. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal (GIIRJ)*, 10(5), 103–112.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Patricia, W., & Adib Sultan, M. (2019). Implementasi Bisnis Model Kanvas dalam Perancangan Manajemen Bisnis Aplikasi

- JASKOST. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10.
- Firmansyah, M., Masrun, & Yudha, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159.
- Fitriasari, F. (2020). How do Small and Medium Enterprises (SMEs) Survive the COVID-19 outbreak? *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 05(02). <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jiko53>
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) Dan SWOT Analysis Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Pring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*, 131–142.
- Putri, N. N. A. M., & Mukti, G. W. (2020). Kajian Model Inovasi Agribisnis Komoditas Kopi (Studi Kasus Di 'Kopi Sebagai'). *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 339–350.
- Ratri, D. K., Wicaksono, I. A., & Utami, D. P. (2022). Strategi Pengembangan Pasar Produk Kopi Arabika BowongsoBerkas Business Model Canvas. *Jurnal Surya Agritama*, 11(1), 61–77.
- Setyo Prayoga, R. A. (2022). Pemodelan Proses Bisnis Coffee Shop Menggunakan Business Model Canvas dan Empathy Map. *Journal Industrial Servicess*, 7(2), 308. <https://doi.org/10.36055/jiss.v7i2.14419>
- Sultan, M. A., Furqon, C., & Wijaya, F. (2021). Triple Layer Business Model Canvas Design of Arabica Coffee Agroindustry Supply Chain in Bandung Regency. *International Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies*, 1(2), 19–23. <https://doi.org/10.31098/ijeass.v1i2.744>