

**STRATEGI PENINGKATAN HASIL PENJUALAN BUBUK KOPI ROBUSTA  
ORIGINAL PADA RUMAH KOPI LEREK GOMBENGSAI KECAMATAN  
KALIPURO BANYUWANGI**

***STRATEGY IN INCREASING THE SALES OF ORIGINAL ROBUSTA COFFEE AT  
RUMAH KOPI LEREK GOMBENGSAI IN KECAMATAN KALIPURO BANYUWANGI***

**Mohamad Ilham Hilal<sup>1\*</sup>, Driyanto Wahyu Wicaksono<sup>2</sup>, Halil<sup>3</sup>**

<sup>1\*</sup>(Politeknik Negeri Banyuwangi)

(Email: emilham@poliwangi.ac.id)

<sup>2</sup>(Politeknik Negeri Banyuwangi)

(Email: driyantowahyu@poliwangi.ac.id)

<sup>3</sup>(Politeknik Negeri Banyuwangi)

(Email: halil@poliwangi.ac.id)

\*Penulis korespondensi: emilham@poliwangi.ac.id

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to know internal and external environmental factors affecting the sale robusta coffee grounds coffee houses original lerek gombengsari banyuwangi. Know increasing strategy priority in the sale robusta coffee grounds coffee houses original lerek gombengsari banyuwangi. Methods used in this research was descriptive qualitative. Technique, data collection is done by observation interview, questionnaires as well as documentation. The research was performed in the coffee lerek gombengsari banyuwangi district. The speakers include, purposive use techniques of sampling academicians from institution with agricultural, nearest course chairman of gombengsari farmers asosiasi and business owners as key informants. The data analysis techniques focus on analysis and efas and ifas matrix and continued with ie matrix and finish with qspm matrix. The result of this research is: 1. Factors influencing the the sale robusta coffee grounds coffee houses lerek gombengsari based on the internal factor is of geographical support, supplies to raw materials, coffee robusta as a tourist visits, have intertwining cooperation with farmers coffee robusta, government support and academic supports. The external factor is competitors diversified products, the coffee wet processing system and market relation. 2. Based on the results of the analysis in qspm matrix that priority strategy coffee houses in improving the sale lerek gombengsari use object an excursion is tourism market increase network or relation.*

**Keywords:** *robusta coffee grounds, lerek gombengsari coffee houses, development strategy.*

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi hasil penjualan Bubuk Kopi Robusta Original Rumah Kopi Lerek Gombengsari Kabupaten Banyuwangi. Mengetahui strategi prioritas dalam meningkatkan hasil penjualan Bubuk Kopi Robusta Original Rumah Kopi Lerek Gombengsari Kabupaten Banyuwangi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner serta dokumentasi. Tempat penelitian dilakukan di Rumah Kopi Lerek Gombengsari Kabupaten Banyuwangi. Pemilihan narasumber menggunakan teknik *purposive sampling* meliputi, Akademisi dari institusi dengan program studi pertanian terdekat, Ketua Asosiasi Petani Gombengsari dan Pemilik usaha sebagai Informan Kunci. Teknik analisis data berfokus pada analisis Matriks IFAS dan EFAS, kemudian dilanjutkan dengan Matriks IE, Matriks SWOT dan Matriks QSPM. Hasil dari penelitian ini adalah: 1. Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil penjualan Bubuk Kopi Robusta Rumah Kopi Lerek Gombengsari berdasarkan faktor internal adalah kondisi geografis yang mendukung, persediaan bahan baku kopi robusta yang melimpah, menjadi objek kunjungan wisata, telah terjalinnya kerjasama dengan petani kopi robusta, dukungan pemerintah Kabupaten Banyuwangi dan adanya peran dari pihak akademisi. Faktor eksternal adalah diversifikasi produk dalam menghadapi pesaing, tren sistem pengolahan basah dan jaringan atau relasi pasar. 2. Berdasarkan hasil analisis pada Matriks QSPM bahwa prioritas strategi dalam meningkatkan hasil penjualan Rumah Kopi Lerek Gombengsari adalah memanfaatkan objek kunjungan wisata untuk menambah jaringan atau relasi pasar.

**Kata kunci:** bubuk kopi robusta, rumah kopi lerek gombengsari, strategi pengembangan.

## PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai 2 jenis kopi yang dibudidayakan yaitu kopi robusta dan kopi arabica. Dua jenis kopi ini dibudidayakan di sejumlah daerah di Indonesia salah satunya adalah Kabupaten Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi memproduksi kopi pada Tahun 2018 sebesar 4200 Ton, dan meningkat pada Tahun 2019 yaitu sebesar 5918 Ton (BPS Kabupaten Banyuwangi, 2019). Gombengsari merupakan salah satu kelurahan di Banyuwangi yang terletak didataran tinggi dengan ketinggian 450-650 meter di atas permukaan laut (mdpl), yang menyebabkan daerah ini menjadi penghasil kopi dengan kualitas baik. Hal ini sejalan dengan pendapat Prastowo *et al.*, (2010), menyatakan bahwa kopi robusta tumbuh dengan baik pada ketinggian kurang dari 900 mdpl. Gombengsari disebut sebagai kampung kopi dengan jenis kopi yakni robusta. Gombengsari merupakan wilayah yang memiliki perkebunan kopi terluas yang mencapai 1.700 hektar. Lahan kebun tersebut 850 hektar diantaranya adalah kebun kopi.

Di Gombengsari terdapat Industri kecil menengah (IKM) yang memproduksi kopi robusta, salah satunya adalah IKM Omah Kopi di Lerek Gombengsari Kecamatan Kalipuro. Rumah Kopi Lerek Gombengsari didirikan oleh Bapak Hariyono atau yang akrab disapa Bapak Ha'o beralamat di Lingkungan Lerek Kelurahan Gombengsari Kecamatan Kalipuro Banyuwangi. Rumah Kopi Lerek Gombengsari berdiri sejak bulan April 2016 dengan tujuan membangun Gombengsari sebagai desa penghasil kopi dan membantu petani agar tidak hanya menjual kopi dalam bentuk glondong melainkan dapat diolah kembali menjadi produk yang bernilai tinggi. Tempat usaha Rumah Kopi Lerek Gombengsari tersaji pada Gambar 1.



Gambar 1. Omah Kopi Lerek Gombengsari (Dokumentasi Penelitian, 2020)

Omah Kopi Lerek Gombengsari bergerak dibidang pertanian khususnya produksi kopi, mulai dari proses produksi sampai proses penjualan. Kopi yang diproduksi antara lain Kopi Robusta, Kopi Arabika dan Kopi Ekselsa. Proses produksi kopi dibagi menjadi dua proses yaitu proses pengolahan kopi glondong menjadi kopi hijau (*green been*) dan proses pembuatan bubuk kopi. Produk yang dihasilkan tidak hanya bubuk kopi melainkan banyak produk lain yang mendukung usahanya seperti produk susu perah kambing etawa, produk jamu jambe nom, produk madu kembang kopi dan produk unggulannya yaitu Bubuk Kopi Robusta original yang telah mendapatkan nomor Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) 210 117 101 16. Jenis kemasan yang digunakan oleh Rumah Kopi Lerek Gombengsari adalah kemasan sekunder dengan menggunakan plastik *aluminium foil* sebagai pembungkus bubuk kopi. Berikut ini tampilan kemasan Bubuk Kopi Robusta Original tersaji pada Gambar 2.



Gambar 2. Bubuk Kopi Robusta Original (Dokumentasi Penelitian, 2020)

Data IKM kopi wilayah Kecamatan Kalipuro menunjukkan bahwa jumlah produksi kopi tertinggi pada IKM Omah Kopi terjadi pada tahun 2018 mencapai 2.350 Kw (*Green Been*) akan

tetapi, Jumlah produksi kopi di Omah Kopi menurun dengan drastis pada tahun 2019 yaitu mencapai 1.500 Kw (*Green Bean*), data ini tidak seiring dengan jumlah produksi kopi di Kabupaten Banyuwangi yang terus meningkat. Menurut Prasetyo *et al.* (2018), produktivitas kopi robusta dipengaruhi oleh suhu, kelembapan dan curah hujan. Selain itu produktivitas kopi robusta juga dipengaruhi oleh perubahan luas lahan, rendahnya teknologi budidaya tanaman kopi oleh petani, pemilihan bibit kopi yang ditanam, jumlah pupuk dan pestisida yang digunakan (Haryoko, 2018). Oleh karena itu untuk meningkatkan produktivitas kopi robusta di IKM Omah kopi lerek gombengsari perlu adanya perbaikan dan penerapan strategi agar dapat bersaing didunia industri.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di IKM Omah Kopi Lerek Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi. Dengan menggunakan data kualitatif yang diperoleh dari pengisian kuisioner melalui wawancara secara mendalam kepada 3 Narasumber, yaitu pemilik usaha IKM Omah Kopi Lerek Gombengsari, Ketua Kelompok Petani Kopi, Akademisi.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT, metode ini menunjukkan kinerja dengan menentukan kombinasi faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Faktor internal dimasukkan dalam matriks yang disebut matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS). Faktor eksternal dimasukkan dalam matriks yang disebut matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) yang berfungsi untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal dan eksternal. Tahap akhir yakni menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) berdasarkan keputusan mengambil strategi terbaik dan paling cocok untuk diterapkan sesuai kondisi internal dan eksternal dengan menggunakan input pada tahap pertama dan hasil pencocokan pada tahap kedua (Rangkuti, 1998).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Faktor Internal

Rangkuti (1998), menyatakan bahwa matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) merupakan kemampuan organisasi dalam menghadapi lingkungan internalnya. Analisis faktor internal pada penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan serta yang berpengaruh terhadap strategi meningkatkan hasil penjualan Omah Kopi Lerek Gombengsari. Faktor lingkungan internal adalah faktor-faktor kekuatan yang dapat dimaksimalkan dan faktor-faktor kelemahan yang harus diminimalkan atau dihilangkan. Matriks IFAS digunakan untuk melihat keadaan internal yang berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan Bubuk Kopi Robusta Original Rumah Kopi Lerek Gombengsari. Adapun hasil analisis Matriks IFAS tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Matriks IFAS (Kekuatan dan Kelemahan)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Kekuatan</b>			
Kondisi geografis yang mendukung.	0,082	3	0,246
Persediaan bahan baku kopi robusta melimpah.	0,087	3	0,261
Menjadi objek kunjungan wisata.	0,130	4	0,520
Telah terjalin kerjasama dengan petani kopi robusta.	0,078	3	0,234
<i>Dukungan pemerintah Kabupaten Banyuwangi.</i>	<i>0,139</i>	<i>4</i>	<i>0,556</i>
Adanya peran dari pihak akademisi.	0,065	3	0,195
<b>Total Kekuatan</b>			<b>2,012</b>
<b>Kelemahan</b>			
Belum memiliki tester kopi terlatih.	0,087	2	0,174
Keterampilan kerja masih kurang.	0,069	2	0,138
Pemasaran produk belum optimal.	0,098	2	0,196
Kondisi keuangan belum dibukukan.	0,078	2	0,156
Sarana produksi kurang memadai	0,087	2	0,174
<b>Total Kelemahan</b>			<b>0,838</b>
<b>Total Faktor Internal</b>	<b>1</b>		<b>2,850</b>

Hasil analisis Matriks IFAS menunjukkan bahwa faktor Dukungan Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mempunyai skor tertinggi daripada indikator lainnya yaitu 0,556 skor tertimbang. Faktor dukungan pemerintah Kabupaten mempunyai kepentingan relatif tinggi pada faktor kekuatan dalam meningkatkan hasil penjualan Bubuk Kopi Robusta Original pada Rumah Kopi Lerek Gombengsari Kecamatan Kalipuro.

### Analisis Faktor Eksternal

Rangkuti (1998), menyatakan bahwa Matriks EFAS merupakan strategi untuk menentukan dan mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan/organisasi. Matriks EFAS pada penelitian ini dilaksanakan mengevaluasi peluang dan ancaman yang berpengaruh dalam meningkatkan hasil penjualan Bubuk Kopi Robusta Original pada Rumah Kopi Lerek Gombengsari Kecamatan Kalipuro Banyuwangi. Matriks EFAS digunakan untuk melihat keadaan eksternal yang berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan Bubuk Kopi Robusta Original Omah Kopi Lerek Gombengsari, setelah dianalisis kemudian diberikan bobot dan rating. Adapun hasil analisis Matriks EFAS tersaji pada Tabel 2.

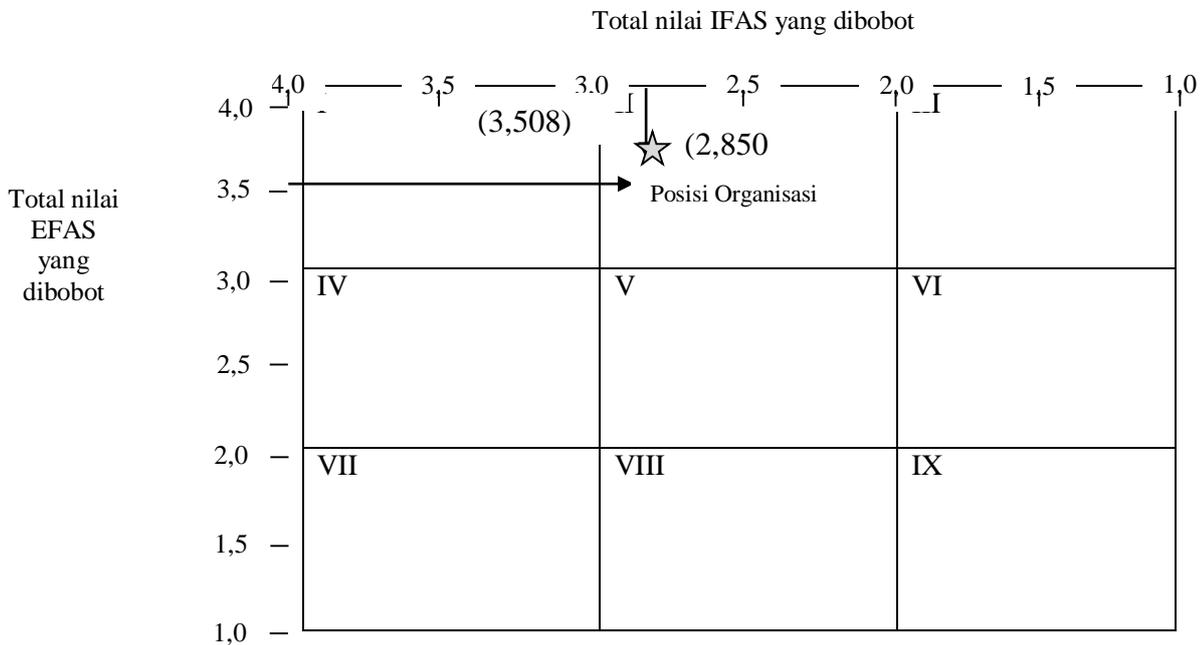
Tabel 2. Hasil Analisis Matriks EFAS (Peluang dan Ancaman).

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Peluang</b>			
Diversifikasi Produk Dalam Menghadapi Pesaing	0,217	3	0,651
Tren Sistem Pengolahan Basah Jaringan atau Relasi Pasar.	0,159 0,247	3 4	0,477 0,988
<b>Total Peluang</b>			<b>2,116</b>
<b>Ancaman</b>			
Tingginya Alih Fungsi Lahan Pertanian Produktif.	0,102	4	0,408
Serangan Hama dan Penyakit.	0,159	4	0,636
Persaingan Usaha Tidak Sehat	0,116	3	0,348
<b>Total Ancaman</b>			<b>1,392</b>
<b>Total Faktor Eksternal</b>	<b>1</b>		<b>3,508</b>

Hasil analisis Matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor jaringan atau relasi pasar mempunyai skor tertinggi daripada indikator lainnya. Skor tertinggi pada Matriks EFAS yaitu 0,988 skor tertimbang. Faktor jaringan atau relasi pasar mempunyai kepentingan relatif tinggi pada faktor peluang dalam meningkatkan hasil penjualan Bubuk Kopi Robusta Original pada Rumah Kopi Lerek Gombengsari Kecamatan Kalipuro Banyuwangi.

### Matriks Internal dan Eksternal (IE)

Matriks IE berguna untuk menampilkan posisi organisasi dalam diagram skematis atau disebut juga sebagai matriks portofolio. Matriks portofolio terdiri dari dua dimensi yaitu total nilai tertimbang IFAS, total nilai tertimbang EFAS, dan terdiri dari sembilan sel. Total nilai tertimbang IFAS ditempatkan pada sumbu X dan total nilai tertimbang EFAS pada sumbu Y. David (2009), menyatakan dengan mengetahui posisi organisasi dalam industri maka dapat memilih alternatif strategi yang layak. Hasil analisis faktor-faktor strategi internal menggunakan Matriks IFAS menghasilkan nilai total skor 2,850, sedangkan dari hasil analisis Matriks EFAS diperoleh nilai skor sebesar 3,508. Berdasarkan matriks IE yang telah dijelaskan bahwa posisi organisasi Omah Kopi Lerek Gombengsari dalam memproduksi dan menjual produk bubuk kopi robusta original saat ini berada pada kuadran II tersaji pada Gambar 3. Kuadran II menggambarkan posisi organisasi berada dalam kondisi *Growth and Build* artinya organisasi ini telah berkembang serta diperhatikan dan dilakukan perawatan dengan cara penetrasi pasar, pengembangan pangsa pasar, pengembangan produk. Strategi yang tepat digunakan adalah penetrasi pasar (melakukan analisa tentang konsumen sasaran, harga dan strategi promosi) serta pengembangan produk (melakukan diversifikasi produk) bahkan harus ditingkatkan pula sistem pelayanannya baik dalam mempermudah metode pembayaran dan pencarian produk pada website tertentu serta pengembangan pangsa pasar diperoleh dengan cara memperbanyak relasi atau jaringan dan tetap menjalin hubungan baik dengan pemerintah.



Gambar 3. Matriks IE

Keterangan :

- a. 1,0 – 1,99 (Lemah)
- b. 2,0 – 2,99 (Sedang)
- c. 3,0 – 4,0 (Kuat)

**Matriks SWOT**

Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang membantu para pemilik usaha untuk mengembangkan empat jenis strategi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (David, 2009). Hasil analisis dari matriks SWOT terdapat beberapa alternatif strategi peningkatan hasil penjualan bubuk kopi robusta berdasarkan kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Berikut hasil analisis matriks SWOT tersaji pada Gambar 4.

<b>Faktor Internal</b>	<p><b>Kekuatan (S)</b>                  Kondisi geografis yang mendukung.                  Persediaan bahan baku kopi robusta melimpah.                  Menjadi objek kunjungan wisata.                  Telah terjalin kerjasama dengan petani kopi robusta.                  Dukungan pemerintah Kabupaten Banyuwangi.                  Adanya peran dari pihak akademisi.</p>	<p><b>Kelemahan (W)</b>                  Belum memiliki tester kopi terlatih.                  Keterampilan tenaga kerja masih kurang.                  Pemasaran produk belum optimal.                  Kondisi Keuangan masih belum dibukukan.                  Sarana produksi kurang memadai.</p>
<b>Faktor Eksternal</b>	<p><b>Peluang (O)</b>                  Diversifikasi produk dalam menghadapi pesaing.</p>	<p><b>Strategi S-O</b>                  Memanfaatkan objek kunjungan wisata untuk menambah jaringan atau relasi pasar. (S3, O3).</p>
		<p><b>Strategi W-O</b>                  Mengoptimalkan pemasaran produk dengan mengikuti <i>event</i> Banyuwangi festival untuk</p>

<p>Tren sistem pengolahan basah. Jaringan atau relasi pasar.</p>	<p>Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah dan akademisi serta dukungan bahan baku kopi robusta untuk melakukan diversifikasi produk dalam menghadapi pesaing. (S1, S2,S4,S6,O1). Dukungan kondisi geografis dan tetap menjalin kerjasama dengan petani kopi robusta serta pemerintah untuk beralih ke tren sistem pengolahan basah. (S1,S4,S5,O2).</p>	<p>menambah jaringan atau relasi pasar. (W3,O3). Memperbaiki sarana produksi dan memberikan pelatihan bagi tenaga kerja untuk beralih ke tren sistem pengolahan basah. (W5,W2,W4,O2). Memberikan pelatihan bagi tester kopi untuk melakukan diversifikasi produk dalam menghadapi pesaing. (W1,O1)</p>
<p>Ancaman (T) Tingginya alih fungsi lahan pertanian produktif. Serangan hama dan penyakit. Persaingan tidak sehat</p>	<p>Strategi S-T Memanfaatkan objek kunjungan wisata melalui kerjasama pemerintah untuk membatasi tingginya alih fungsi lahan pertanian produktif. (S3,S5,T1). Memanfaatkan peranan akademisi melalui kerjasama pemerintah untuk mengatasi serangan hama dan penyakit tanaman kopi. (S5,S6,T2). Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah dengan memberikan pelatihan budidaya dan pengolahan kopi robusta bagi petani serta pemilik usaha untuk mengurangi persaingan tidak sehat. (S5,T3).</p>	<p>Strategi W-T Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja dalam bidang pengolahan dan budidaya untuk meminimalkan terjadinya serangan hama dan penyakit pada tanaman kopi. (W1,W2,W5,T2,T1). Mengoptimalkan pemasaran produk dan memperbaiki manajemen keuangan untuk mengurangi persaingan tidak sehat. (W3,W4,T3).</p>

Gambar 4. Hasil Analisis SWOT

### Matriks QSPM

Tahap keputusan strategi (QSPM) merupakan tahap ketiga dari proses manajemen strategi. Berdasarkan alternatif strategi yang dihasilkan menggunakan Matriks SWOT, kemudian dilakukan penilaian menggunakan QSPM untuk memperoleh prioritas strategi peningkatan hasil penjualan. Hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa prioritas utama adalah memanfaatkan objek kunjungan wisata melalui kerjasama pemerintah untuk membatasi alih fungsi lahan pertanian produktif. Strategi alternatif lainnya digunakan sebagai pendukung, hasil analisis Matriks QSPM tersaji pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Matriks QSPM

No.	Strategi Alternatif	Nilai TAS	Prioritas Strategi
1.	Memanfaatkan objek kunjungan wisata untuk menambah jaringan atau relasi pasar.	6,408	I
2.	Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah dan akademisi untuk melakukan diversifikasi produk dalam menghadapi pesaing.	6,080	III

3.	Dukungan kondisi geografis dan tetap menjalin kerjasama dengan petani kopi robusta serta pemerintah daerah untuk beralih ke tren sistem pengolahan basah.	5,983	IV
4.	Mengoptimalkan pemasaran produk dengan mengikuti <i>event</i> Banyuwangi festival untuk menambah jaringan atau relasi pasar.	6,326	II
5.	Memperbaiki sarana produksi dan memberikan pelatihan bagi tenaga kerja untuk beralih ke tren sistem pengolahan basah.	5,538	VII
6.	Memberikan pelatihan bagi tester kopi untuk melakukan diversifikasi produk dalam menghadapi pesaing.	5,549	VI
7.	Memanfaatkan objek kunjungan wisata melalui kerjasama pemerintah untuk membatasi alih fungsi lahan pertanian produktif.	5,236	XI
8.	Memanfaatkan peranan akademisi untuk mengatasi serangan hama dan penyakit tanaman kopi.	5,446	VIII
9.	Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah dalam memberikan pelatihan budidaya dan pengolahan kopi robusta bagi petani serta pemilik usaha.	5,306	X
10.	Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja dalam bidang pengolahan dan budidaya untuk meminimalkan terjadinya serangan hama dan penyakit tanaman kopi.	5,321	IX
11.	Mengoptimalkan pemasaran produk dan memperbaiki manajemen keuangan untuk mengurangi persaingan tidak sehat.	5,573	V

Berdasarkan hasil analisis Matriks QSPM nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) menghasilkan prioritas strategi sebagai berikut :

1. Memanfaatkan Objek Kunjungan Wisata untuk Menambah Jaringan atau Relasi Pasar.  
 Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata yang diberikan oleh Omah Kopi Lerek Gombongsari antara lain edukasi perkebunan dan edukasi peternakan. Ridwan & Hadyanto (2012) menyatakan bahwa objek wisata merupakan semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Edukasi perkebunan dilakukan dengan cara mengajak wisatawan keliling kebun mengenal berbagai macam varietas kopi robusta dan memproduksi bubuk kopi mulai dari proses penyangraian, giling *roastbeen*, sampai proses seduh. dan Festival Kopi Lerek Gombongsari. Festival Kembang Kopi ini diadakan setiap tahun sebelum panen kopi tiba. Tujuan diadakannya festival ini adalah sebagai sarana untuk mengenalkan budidaya kopi mulai dari proses pemetikan kopi hingga proses penggilingan. Dukungan pemerintah sangat penting dalam mendukung berjalannya strategi memanfaatkan Objek Kunjungan Wisata untuk Menambah Jaringan atau Relasi Pasar (Yohana Ari Ratnaningtyas & Agnes Widyasmoro, 2016). Selain itu, Tujuan diadakannya festival ini adalah untuk membangun jejaring eksternal dan membangun *branding* Kopi Lerek Gombongsari. Strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan objek kunjungan wisata untuk menambah jaringan dengan cara membuat website yang didalamnya menyajikan produk maupun wisata Rumah Kopi Lerek

Gombengsari, sehingga memudahkan wisatawan dalam menentukan pilihannya. Perbaiki infrastruktur meliputi petunjuk dan akses jalan serta pelayanan kepada wisatawan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil penjualan Bubuk Kopi Robusta Omah Kopi Lerek Gombengsari berdasarkan faktor internal adalah kondisi geografis yang mendukung, persediaan bahan baku kopi robusta yang melimpah, menjadi objek kunjungan wisata, telah terjalannya kerjasama dengan petani kopi robusta, dukungan pemerintah Kabupaten Banyuwangi dan adanya peran dari pihak akademisi. Faktor eksternal adalah diversifikasi produk dalam menghadapi pesaing, tren sistem pengolahan basah dan jaringan atau relasi pasar.
2. Berdasarkan hasil analisis pada Matriks QSPM bahwa prioritas strategi dalam meningkatkan hasil penjualan Rumah Kopi Lerek Gombengsari adalah memanfaatkan objek kunjungan wisata untuk menambah jaringan atau relasi pasar.

### Saran

Berdasarkan manfaat dan hasil penelitian maka dapat diambil saran sebagai berikut :

1. Masyarakat Gombengsari diharapkan lebih berperan aktif dalam pengembangan kopi robusta yang mana Rumah Kopi Lerek Gombengsari telah membuka peluang kerjasama dalam hal persediaan bahan baku.
2. Rumah Kopi Lerek Gombengsari diharapkan memanfaatkan objek kunjungan wisata melalui kerjasama pemerintah dengan baik.
3. Peneliti selanjutnya melalui penelitian ini diharapkan lebih mendalam lagi meneliti mengenai diversifikasi produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Banyuwangi. (2019). *Data Luas Panen, Produktivitas, dan Total Produksi Perkebunan Swasta Nasional*. Retrieved from <https://www.banyuwangikab.go.id/profil/pertanian.html>
- David, F. R. (2009). *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta [ID]. Penerbit Salemba Empat.
- Haryoko, M. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Kopi Robusta Di Kabupaten Temanggung (Studi Kasus Di Kecamatan Pringsurat). *Agromedia*, 36(2).
- Prasetyo, S. B., Aini, N., & Maghfoer, M. D. (2018). Dampak Perubahan Iklim Terhadap Produktivitas Kopi Robusta (*Coffea Robusta*) Di Kabupaten Malang. *Jurnal Produksi Tanaman*, 5(5).
- Prastowo, B., Karmawati, E., Rubijo, S., Indrawanto, C., & Munarso, S. J. (2010). Budidaya dan pasca panen kopi. *Pusat Penelitian Dan Pengembangan Perkebunan*. Bogor.

- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, M., & Hadyanto, S. (2012). *Perencanaan pengembangan pariwisata*. Sofmedia.
- Yohana Ari Ratnaningtyas, N. I. P., & Agnes Widyasmoro, N. I. P. (2016). Pemasaran Desa Wisata Kalibuntung dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bantul. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 11(1), 1–24.