

**OPTIMALISASI PRODUK UNGGULAN KOPI TAJI
UNTUK MENUMBUHKAN BUDAYA ENTREPRENEUR
DI DESA TAJI GUNA MENUJU DESA MANDIRI**

SKRIPSI



Oleh:

**Maulida Nur Khasanah
NIM. 20181930729013**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG
2022**

**OPTIMALISASI PRODUK UNGGULAN KOPI TAJI
UNTUK MENUMBUHKAN BUDAYA ENTREPRENEUR
DI DESA TAJI GUNA MENUJU DESA MANDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)
Program Studi Ekonomi Syariah

Disusun oleh:

**MAULIDA NUR KHASANAH
NIM. 20181930729013**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG
2022**

**OPTIMALISASI PRODUK UNGGULAN KOPI TAJI
UNTUK MENUMBUHKAN BUDAYA ENTREPRENEUR
DI DESA TAJI GUNA MENUJU DESA MANDIRI**

**Disusun oleh:
MAULIDA NUR KHASANAH
NIM : 20181930729013**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi

Malang, 23, agustus, 2022

Pembimbing I



Gatut Setiadi, S.Pd, M.Pd
NIDN. 2113127902

Pembimbing II



Lailatul Istiqomah, S.E.I, M.E
NIDN. 2125109101

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Lailatul Istiqomah, S.E.I, M.E
NIDN. 2125109101

**OPTIMALISASI PRODUK UNGGULAN KOPI TAJI
UNTUK MENUMBUHKAN BUDAYA ENTREPRENEUR
DI DESA TAJI GUNA MENUJU DESA MANDIRI**

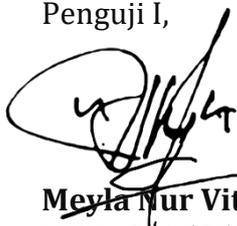
SKRIPSI

Disusun oleh:
MAULIDA NUR KHASANAH
NIM : 20181930729013

Telah diuji serta dapat dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana
pada Hari Selasa Tanggal 23 Agustus 2022

DEWAN PENGUJI

Penguji I,



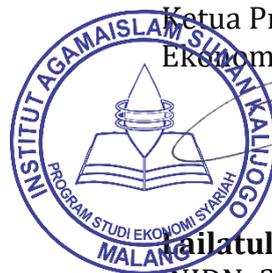
Meyla Nur Vita Sari, S.E, M.Ak
NIDN:2115058909

Penguji II,



Saiful Muslim, S.E, M.M
NIDN:2110058005

Mengetahui



Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Fitratul Istiqomah., S.E.I, M.E
NIDN: 2125109101



Dekan Fakultas
Bisnis Dan Ekonomi Islam

SRI MULYANI., S.E, M.E
NIDN: 210609850

PERNYATAAN

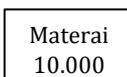
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MAULIDA NUR KHASANAH
Program Studi : EKONOMI SYARIAH
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NIM : 20181930729013

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“OPTIMALISASI PRODUK UNGGULAN KOPI TAJI UNTUK MENUMBUHKAN BUDAYA ENTREPRENEUR DI DESA TAJI GUNA MENUJU DESA MANDIRI”** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan termasuk karya saya dalam skripsi tersebut telah diberi tanda sitasi dan dituliskan pada daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran (plagiasi di atas nilai yang ditetapkan) atas karya skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, 22 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan



MAULIDA NUR KHASANAH
NIM. 20181930729013

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jika kita menyukai suatu tentunya kita akan selalu menyebut namanya

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah yang telah melimpahkan berkah dan rahmatnya yang begitu besar sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik, penelitian ini ditulis dengan judul : “Optimalisasi Produk Unggulan Kopi Taji Untuk Menumbuhkan Budaya Entrepreneur Di Desa Taji Guna Menuju Desa Mandiri” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua atas segala jerih payahnya—baik materil maupun nonmateril—serta nasihat dan doanya, sehingga memudahkan penulis untuk menyelesaikan tugas ini tepat pada waktunya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih dengan setulu-tulusnya kepada:

1. Bapak KH. Ali Muzaki Nur Salim selaku pwngasuk yayasan sunan kalijogo malang
2. Bapak H. Mohammad Yusuf Wijaya, Lc, M.M, Ph.D.. selaku rector Institut Agama Islam Sunan Klijogo Malang.
3. Bapak Dr. M. Sholihun, S.Pd.I, M.M. selaku wakil rector bidang akademik Institut Agama Islam Sunan Klijogo Malang.
4. Ibu Sri Mulyani, S.E, M.E. selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Ibu Lailatul Isliqomah, S.E.I, M.E. selaku kaprodi ekonomi syariah
6. Bapak Gatut Setiadi, S.Pd, M.Pd. selaku dosen pembimbing
7. Bapak kepala desa Taji dan pemilik kafe kopi taji lereng bromo atas kerjasama dan bantuanya

8. Kepada teman, sahabat, dan juga saudara yang telah memberikan sumbangsuhnya dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.

Penulis mengakui dengan kerendahan hati bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari ideal dan masih mengandung kesalahan baik dari segi teknis maupun ilmiah. Oleh karena itu penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan peneliti bersedia menerima kritikan yang bermanfaat dari para pembaca demi perbaikan.

Aamiin Yaa Rabbal „Alamin

ABSTRAK

Optimalisasi produk unggulan kopi taji untuk menumbuhkan budayaentrepreneur desa taji guna menuju desa mandiri . Skripsi, Program Ekonomi Syariah , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.Pembimbing (I) Gatut Setiadi, S.Pd.Pembimbing (II)_Lailatul Istiqomah, S.E.I, M.E

Kopi Taji adalah jaringan kedai kopi yang pesat pertumbuhannya . Kopi Taji mengubah, mengatur strategi komunikasi pemasaran agar bisnisnya tetap dapat berjalan dan melayani kebutuhan pelanggan dari dulunya hanya lewat komunitas sekarang sudah bisa melalui online.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan metode lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif. Pada pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*). Adapun hasil penelitian bahwa Kopi taji memaksimalkan strategi komunikasi pemasaran melalui strategi digital marketing dengan mengusung pijakan konsep PENCILS (*Publications, Events, News, Community Involvement, Italic Media, Lobbying dan Social Investment*) dan Strategi media digital.

Hasil Penelitian lainnya dalam *Publications*. Kopi taji sangat *intens* dalam menyampaikan informasi melalui media sosialnya. Komunitas yang ditemukan untuk kopi janji jiwa kerap kali disebut dengan #Temansejiwa. *Identity* media yang dilakukan dalam bentuk penerapan image dalam setiap atribut-atribut yang digunakan dalam produk-produknya. Lobby dan social *investment* dilakukan berkaitan dengan promosi yang dilakukan kopi taji dan kegiatan sosial lainnya.

Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran, pencils, kopi taji , digital marketing.

ABSTRACT

Optimizing the superior product of taji coffee to grow the entrepreneurial culture of the taji village in order to become an independent village Thesis, Program Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang. Pembimbing (I) Gatut Setiadi, S.Pd. Pembimbing (II)_Lailatul Istiqomah, S.E.I, M.E

Kopi Taji is a fast growing coffee shop chain. Kopi Taji has changed, arranged marketing communication strategies so that its business can continue to run and serve customer needs.

The type of data used in this research is a qualitative method using a descriptive field research method. In collecting data using in-depth interview techniques (in-depth interview). The results of the study show that Kopi Taji maximizes marketing communication strategies through digital marketing strategies by carrying out the concept of PENCILS (Publications, Events, News, Community Involvement, Italic Media, Lobbying and Social Investment) and digital media strategies.

Other Research Results in Publications. Kopi Taji is very intense in conveying information through its social media. The community found for the soul's promise coffee is often called #Temansejiwa. Media identity is carried out in the form of applying the image in each of the attributes used in its products. Lobby and social investment are carried out in connection with the promotion of Taji Coffee and other social activities.

Keywords: marketing communication strategy, pencils, spur coffee, digital marketing.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	9
DAFTAR ISI	11
DAFTAR TABEL	13
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1. Latar Belakang.....	14
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3. Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat penelitian	18
1.5 Batasan Masalah	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Optimalisasi Produk Unggulan	20
2.2 Budaya Entrepreneur	29
2.3 Desa Mandiri.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Lokasi Penelitian.....	48
3.3 Kehadiran Penelitian.....	48
3.4 Sumber penelitian	49
3.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	50
3.5. Teknik Analisis Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 GAMBARAN UMUM	59
4.2. Desa Mandiri	60
4.3. Kopi Taji.....	67
4.4. Pemasaran Kopi Taji Melalui Media Sosial	73

BAB V PENUTUP	78
a. KESIMPULAN	78
b. SARAN	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83
GAMBAR.....	85

DAFTAR TABEL

1. 2.5 penelitian terdahulu.....	40
2. 3.4 kisi-kisi wawancara.....	50
3. 4.2 wawancara desa mandiri.....	60
4. 4.3 wawancara budaya entrepreneur.....	62
5. 4.4 wawancara kopi taji.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian yang ada pada suatu daerah memiliki dampak terhadap perekonomian di suatu negara. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 9 Tahun 2014, maka dari itu potensi ekonomi suatu daerah perlu dikembangkan sebaik mungkin menjadi produk daerah yang berdaya saing, unggul yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan tetap memperhatikan kondisi dan kekhasan setempat.¹ Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian disuatu daerah adalah salah satunya dengan cara membuka usaha kecil maupun usaha menengah, sehingga dapat juga menyerap tenaga kerja masyarakat yang nantinya akan mensejahterakan bagi keluarganya.²

Berkembangnya suatu daerah dilihat dari daya berfikir masyarakat itu sendiri, masyarakat rata rata ingin menjadi kuli yang mendapatkan upah minim setiap harinya dengan modal hanya bermodalkan tenaga. Hal ini sangat di sayangkan karena luasnya tanah yang dimiliki perseorangan masyarakat memiliki potensi untuk di kembangkan.

Definisi optimasi adalah produksi bisnis yang efektif dan efisien melalui perolehan keuntungan yang sangat signifikan sambil mendorong biaya serendah-rendahnya yang diperlukan agar bisnis dapat bertahan dengan jangka waktu yang lama.³

¹ Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia, "Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 Tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah," 2014, 1-13.

² Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia.

³ Mujiono Mujiono and Sujianto Sujianto, "Implementasi Metode Optimalisasi Jumlah Produksi Dengan Menggunakan Linier Programming," *Industri Inovatif: Jurnal Teknik Industri* 10, no. 2 (2020): 65-69, <https://doi.org/10.36040/industri.v10i2.2797>.

Kualitas pada suatu daerah dilihat dari potensi yang dimiliki, khususnya melalui industri Perekonomian suatu daerah akan tumbuh sebagai hasil dari pengolahan, dan akan lebih mampu bersaing dengan tempat lain. Keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif adalah dua cara di mana persaingan ekonomi dapat terjadi. Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk mengkuilatkan kinerja hingga lebih baik dari para pesaingnya sedangkan keunggulan komparatif adalah kemampuan menghasilkan barang dengan mengeluarkan biaya yang lebih rendah dari pada biaya yang dikeluarkan oleh pesaing. sesuai dengan keahlian dan barang unggulan yang dihasilkan di masing-masing daerah, terutama di bidang pertanian dalam arti luas, kehutanan, pertambangan, dan usaha kerajinan rakyat setempat. Untuk dapat mewujudkan sepenuhnya potensi suatu daerah, termasuk produk unggulannya, maka potensi suatu daerah harus dikembangkan.

Desa taji merupakan sebuah desa yang terletak di lereng Gunung Bromo dengan ketinggian kurang lebih 1200 mdpl. Desa ini mempunyai potensi yang cukup banyak mulai dari pertanian, wisata dan produk olahan makanan yang perlu di kembangkan, hal ini mampu meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat. Hanya saja dengan keterbatasan jarak antar desa ke kota sangat jauh ini mengakibatkan produk yang di miliki kurang berjalan dalam pemasarannya, yang menjadikan kurang semangatnya daya Tarik masyarakat menuju desa mandiri.⁴

Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, produk unggulan adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM) lokal yang

⁴ Dwi Retnoningsih, Hery Toiba, and Neza Fadia Rayesa, "Pemetaan Potensi Desa Taji Kecamatan Jabung Kabupaten Malang Dalam Aspek Sosial Dan Ekonomi Untuk Pengembangan Kopi Arabika Sebagai Komoditas Unggulan Lokal," *Seminar Nasional Pembangunan Pertanian*, 2017, 218–23.

berorientasi pasar dan ramah lingkungan sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global.

Entrepreneur atau wirausaha merupakan subjek dalam melaksanakan aktivitas atau proses dari kegiatan berwirausaha. Uraian definisi dari istilah Kewirausahaan dapat dikenali melalui definisi-definisi secara epistemologi. Dalam makna kata Wirausaha berasal dari dua kata “wira” dan “swasta”. Kata wira memiliki kesamaan kata dengan perwira, kesatria atau seseorang yang memiliki keberanian besar. Sedang istilah swasta berdasarkan arti katanya merupakan suatu bidang yang tidak dikuasai oleh pemerintah (non government).⁵

Wirausaha juga dapat didefinisikan sebagai mereka yang memiliki nyali untuk menciptakan lapangan kerja dengan menggunakan keterampilan mereka sendiri, yang menguntungkan masyarakat dan diri mereka sendiri karena mereka dapat mempekerjakan individu yang menganggur⁶

Produk unggulan daerah (PUD) yang dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) desa taji tidak hanya membantu perekonomian masyarakat, tetapi juga perekonomian daerah secara keseluruhan. Desa Taji bisa menjadi tempat yang mampu berdaya saing dengan daerah lain sebagai hasilnya.

Desa yang mampu menyediakan kebutuhannya sendiri dikatakan mandiri. seperti infrastruktur dalam pembangunan tanpa tergantung pada bantuan pemerintah. Beberapa faktor yang mempengaruhi suatu desa menuju desa mandiri, adalah potensi

⁵ Winston Churchill, *Karakter Wirausaha*, n.d.,
file:///C:/Users/Nella/Downloads/Documents/KARAKTER WIRAUSAHA III.pdf.

⁶ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah* (Antasari Press: Banjarmasin, 2011) hlm. 1

sumber daya manusia, potensi sumber daya alam, potensi pembeli (pasar), kelembagaan, dan budaya lokal.⁷

Tanaman kopi adalah salah satu penghasil yang dominan di Desa Taji mayoritas masyarakat desa taji adalah petani kopi, Panen kopi terjadi setiap enam bulan sekali. Harga jual kopi yang belum diolah cukup murah dan belum mampu mendongkrak perekonomian masyarakat. Kopi Glondong atau baru dipanen oleh petani akan dijual langsung ke pengepul di wilayah seharga Rp. 15.000-Rp 20.000/kg.

Seiring berjalannya waktu ada seorang petani kopi yang bernama syukron Mahmud, sukron mulai mempelajari beberapa hal-hal baru yang berkaitan dengan pengolahan kopi, Diperoleh dari biji kopi yang dihasilkan dari kebun kopi sendiri, dan juga melibatkan beberapa orang dalam prosesnya, syukron mencoba membuat sebuah racikan dari biji kopi yang diolah yang wujudnya jadi segelas minuman kopi hitam. Pria dengan kelahiran 3 April 1996 itu juga mulai aktif berpartisipasi dalam sejumlah acara bertemakan kopi. Hingga mampu menempati posisi ketiga dalam kompetisi rasa kopi se-Jawa Timur di tahun 2018. Dengan pengetahuan yang dimilikinya, ia mulai mendirikan perusahaan kafe kopi taji pada tahun 2019.

sangat disayangkan bagi kopi taji jika strategi yang digunakan dalam pemasaran hanya menggunakan komunitas, seharusnya kopi taji juga perlu belajar promosi menggunakan teknologi canggih (*handphone*) yang tersedia di era sekarang.

Permasalahan di Desa Taji lokasinya yang sangat jauh desa taji termasuk salah satu Desa yang paling tinggi di Kab. Malang waktu yang ditempuh sekitar 1 jam dari Kota

⁷ Fatmawati, Lukman Hakim, and Mappamiring, "Pembangunan Desa Mandiri Melalui Partisipasi Masyarakat Di Kecamatan Pattallassang Kabupaten Gowa," *Jurnal of Public Policy and Management* 1, no. 1 (2020): 15–21.

Malang ke daerah Jabung, jalan yang dilalui relatif beraspal mulus, namun Pengendara harus sangat berhati-hati karena banyak tanjakan di mana jurang kiri dan kanan cukup dalam. Dan juga kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk unggulan.⁸

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Optimalisasi Produk Unggulan Kopi Taji Untuk Menumbuhkan Budaya Entrepreneur Di Desa Taji Guna Menuju Desa Mandiri”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana upaya yang dilakukan dalam mengoptimalkan produk unggulan di Desa Taji?
2. Bagaimana bentuk budaya entrepreneur Desa Taji menuju desa mandiri?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan di kopi taji?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk strategi yang dilakukan masyarakat desa taji dalam mengoptimalkan produk unggulan menuju desa mandiri.
2. Untuk mengetahui bentuk budaya entrepreneur desa taji menuju desa mandiri.
3. Untuk mengetahui tentang strategi pemasaran yang dilakukan di kopi taji.

1.4 Manfaat penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat menerapkan strategi yang tepat dalam mengoptimalkan produk menuju desa mandiri yang berbudaya entrepreneur
2. Dapat mengembangkan budaya entrepreneur di desaa mandiri

⁸ Ahmad fikyansyah, kembalikan marwah Desa Taji sebagai wisata kopi terbaik (radar malang 2022)

3. Peneliti selanjutnya akan menggunakan hasil penelitian ini sebagai sumber informasi yang bermanfaat.

1.5 Batasan Masalah

Karena luasnya permasalahan, maka dalam hal ini peneliti membatasi masalah hanya pada pengembangan produk unggulan dalam bentuk olahan desa taji menuju desa mandiri

1. Optimalisasi Produk unggulan Kopi Taji di Desa Taji
2. Strategi optimalisasi produk di Desa Taji
3. Budaya *entrepreneur* di Desa Taji

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Optimalisasi Produk Unggulan

Kata “optimasi” berasal dari kata “optimal” yang mengandung makna terbesar atau tertinggi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Mengoptimalkan adalah mencapai hasil terbesar atau tertinggi. Sementara optimasi adalah proses membuat sesuatu lebih baik atau lebih tinggi, itu juga merupakan proses meningkatkan sesuatu. Oleh karena itu, optimasi adalah proses memperbaiki sesuatu atau menjadikannya lebih baik.⁹

Istilah "optimasi" dapat digunakan untuk menggambarkan proses peningkatan kualitas dan efektivitas output yang dihasilkan perusahaan tertentu melalui margin keuntungan yang jauh lebih tinggi yang dicapai dengan menggunakan taktik *cost-reduction* yang mungkin dalam konteks operasi sehari-hari perusahaan.¹⁰

Menurut Winardi (1996:363) optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan. Secara umum optimalisasi adalah pencarian nilai terbaik dari yang tersedia dari beberapa fungsi yang diberikan pada suatu konteks.¹¹

Optimalisasi adalah proses pencarian solusi yang terbaik, tidak selalu keuntungan yang paling tinggi yang bisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah memaksimalkan keuntungan, atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan jika tujuan pengoptimalan adalah meminimumkan biaya.¹²

⁹ Rita Eka Izzaty, Budi Astuti, and Nur Cholimah, “Pengertian Optimalisasi,” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1967, 5–24.

¹⁰ Mujiono and Sujianto, “Implementasi Metode Optimalisasi Jumlah Produksi Dengan Menggunakan Linier Programming.”

¹¹ Sons 2009, “Optimalisasi Nilai Ekonomis,” 2009, 1–70, [http://repository.untag-sby.ac.id/206/3/Bab 2.pdf](http://repository.untag-sby.ac.id/206/3/Bab%20.pdf).

¹² Rodrigo Goyena, “Optimalisasi,” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–99.

2.2 Manfaat Optimalisasi

Keuntungan pengoptimalan dapat terlihat dalam tindakan yang diambil untuk menetapkan tujuan, menemukan hambatan potensial, dan menawarkan solusi yang lebih baik dan lebih sesuai. Jika subjeknya ilmiah Dalam hal ini, Pembuatan rencana optimasi yang efisien di Desa Taji diperlukan sebagai bagian dari proses optimasi untuk mencapai tujuan dan realisasi. Rencana ini kemudian akan menjadi landasan untuk melaksanakan pembangunan.

1). Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi. Berikut diuraikan pendapat para pakar terkait promosi¹³

Menurut Rambat Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.¹⁴

Menurut Tjiptono, promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas

¹³ UTAMI NOVELIA SITORUS ONNY FITRIANA, "Buku Ajar Strategi Promosi Penjualan," 2017, 179.

¹⁴ B A B Ii and Tinjauan Pustaka, "082411097_Bab2," n.d., 14-34.

perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan¹⁵

Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwasanya promosi adalah suatu kegiatan perusahaan untuk mengenalkan suatu barang atau jasa dengan tujuan untuk memudahkan konsumen dalam pembelian.

Promosi sangatlah penting untuk digunakan dalam menjalankan suatu perusahaan adapun Tujuan diadakanya promosi seperti yang dikatakan Kotler dan Armstrong (2008 : 205) yaitu :¹⁶

- a. Mendorong pembelian pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang
- b. Mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan
- c. Mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang rak yang lebih banyak
- d. Untuk tenaga penjualan, berguna untuk mendapatkan lebih banyak dukungan tenaga penjualan bagi produk lama atau baru atau mendorong wiraniaga mendapatkan pelanggan baru

Dalam promosi terdapat lima alat atau sarana yang dipakai sebagai sarana bauran promosi, yaitu :¹⁷

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan salah satu sarana promosi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan berbagai inovasi yang kreatif mungkin sehingga dapat menarik minat dari pembeli.

¹⁵ A Promosi, "(Basu Swastha Dan Irawan, 1990). Strategi," 2003, 1–6.

¹⁶ Rebecca Hughes, "Tujuan Promosi," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2008): 287.

¹⁷ Agung Prasetyo, "Universitas Indonesia Universitas Indonesia Jakarta," *Fmipa Ui*, no. September (2011): 5–34.

2. Penjualan Pribadi (*personal selling*)

adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain¹⁸

3. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Merupakan segala kegiatan pemasaran selain *personal selling*, *advertensi*, dan *publisitas*, yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi, dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur.¹⁹

4. Publisitas (*Publicity*)

Citra suatu produk dibentuk oleh publisitas, yaitu penggunaan nilai-nilai berita yang terdapat dalam produk tersebut.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Strategi pemasaran interaktif yang dikenal sebagai "pemasaran langsung" menggunakan satu atau lebih media periklanan untuk menghasilkan reaksi dan/atau transaksi yang terukur di tempat tertentu.

Dalam melakukan kegiatan apapun tentu tidak akan terlepas dari yang namanya permasalahan berikut adalah Masalah-masalah yang harus diatasi dalam strategi penjualan adalah :²⁰

1. Apakah penekanan diutamakan pada mempertahankan pelanggan saat ini atau menambah pelanggan yang ada.
2. Meningkatkan produktivitas wiraniaga

¹⁸ Patel, "Personal Selling," 2019, 9–25.

¹⁹ Laksana, "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung Di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 2013–15.

²⁰ SITORUS ONNY FITRIANA, "Buku Ajar Strategi Promosi Penjualan."

3. Siapa yang harus dihubungi bila berurusan dengan pelanggan organisasi
4. Besarnya armada penjual yang efektif
5. Metode kontak wiraniaga dengan pembeli
 - 1) Penjual individu dengan pembeli individu
 - 2) Penjual individual dengan dengan kelompok pembeli
 - 3) Tim penjual dengan kelompok pembeli
 - 4) *Conference selling*
 - 5) Seminar selling
6. Jenis penjual yang digunakan
 - 1) *Company salesforce*, yaitu karyawan penuh atau karyawan paruh waktu (*part time*) yang digaji perusahaan.
 - 2) *Contractual salesforce*, yaitu organisasi atau individu yang dibayar berdasarkan transaksi penjualan yang dilakukannya.
7. Struktur armada penjual

2). Kualitas produk

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.²¹

²¹ Monica Dewi, "Perbedaan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Sepatu Merek Nike Dan Adidas Di Bandar Lampung," *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2017, 11–21.

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.²²

Suatu produk bisa dikatakan berkualitas yaitu jika memenuhi kriteria sebagai berikut, Indikator Kualitas Produk Terdapat beberapa tolak ukur kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2012:8), terdiri dari

1. Bentuk yaitu sebuah produk dapat meliputi ukuran, atau struktur
2. Fiktur yaitu melengkapi fungsi dasar produk
3. Penyesuaian yaitu menyesuaikan dengan keinginan konsumen.
4. Kualitas kerja yaitu dimensi yang paling penting ketika perusahaan menerapkan sebuah model dan memberikan kualitas yang tinggi.
5. Kualitas kesesuaian yaitu produksi yang memenuhi spesifikasi yang dijanjikan
6. Ketahanan yaitu ukuran atau umur suatu produk dalam kondisi biasa atau penuh ekanan.
7. Keandalan yaitu memungkinkan tidak mengalami kegagalan pada produk
8. Kemudahan perbaikan yaitu kemudahan ketika produk tidak berfungsi.

²² Andini, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha," *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, no. 2017 (2020): 5-24.

9. Gaya yaitu penampilan dan rasa produk tersebut.

10. Desain yaitu mempengaruhi tampilan atau fungsi produk berdasarkan kebutuhan.

Ada perbedaan kualitas produk suatu perusahaan dari waktu ke waktu. Hal ini karena kualitas suatu produk dipengaruhi oleh sejumlah elemen, dan faktor-faktor tersebut dapat menentukan apakah suatu produk dapat dikatakan memenuhi standar tertentu atau tidak., faktor-faktor tersebut antara lain :²³

1. Manusia

Fungsi manusia atau karyawan yang bekerja pada suatu perusahaan akan secara langsung mempengaruhi kualitas barang-barang yang dihasilkan perusahaan, baik secara positif maupun negatif.

2. Manajemen

Tanggung jawab atas mutu produksi dalam perusahaan dibebankan dalam beberapa kelompok yang biasa disebut dengan *Function Group*. Dalam hal ini pimpinan harus melakukan koordinasi yang baik antara *function group* dengan bagian-bagian lainnya dalam perusahaan tersebut. Dengan adanya koordinasi tersebut maka dapat tercapai suasana kerja yang baik dan harmonis, serta menghindarkan adanya kekacauan dalam pekerjaan

3. Uang

Perusahaan harus menyediakan uang yang cukup untuk mempertahankan atau meningkatkan mutu produknya. Misalnya: untuk perawatan dan perbaikan mesin atau peralatan produksi, perbaikan produk yang rusak, dan lain-lain

²³ Dewi, "Perbedaan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Sepatu Merek Nike Dan Adidas Di Bandar Lampung."

4. Bahan baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan akan mempengaruhi mutu suatu produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Untuk itu pengendalian mutu bahan baku menjadi hal yang sangat penting. Dalam hal bahan baku, harus memperhatikan beberapa hal antara lain: seleksi sumber dari bahan baku, pemeriksaan dokumen pembelian, pemeriksaan penerimaan bahan baku, serta penyimpanan

5. Mesin dan peralatan

Mesin serta peralatan yang digunakan dalam proses produksi akan mempengaruhi terhadap mutu produk yang dihasilkan perusahaan. Peralatan yang kurang lengkap serta mesin yang sudah kuno dan tidak ekonomis akan menyebabkan rendahnya mutu dan produk yang dihasilkan, serta tingkat efisiensi yang rendah.

3) kualitas pelayanan

Kualitas dalam pelayanan berpengaruh terhadap pelanggan, karena pelanggan kembali atau tidaknya tergantung pada pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

2.3 Produk Unggulan

Produk unggulan daerah (PUD) merupakan penguasaan produk atau jasa dalam suatu daerah, yang memiliki daya saing yang tinggi dan bernilai ekonomis serta menyerap kinerja yang lebih besar, yang di produksi berdasarkan kelayakan bahan baku dan pasar, talenta masyarakat dan pengembangan penguasaan teknologi, kemampuan sumber daya manusia, dukungan

infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat) yang berkembang di daerah tertentu.²⁴

Produk Unggulan merupakan suatu hal yang membutuhkan kerja sama oleh seluruh lapisan masyarakat karena hadir dari berbagai aspek kehidupan. Oleh karena itu, produk unggulan bukan hanya tanggung jawab kementerian desa, Daerah tertinggal, dan Transmigrasi dan masyarakat tetapi lebih luas daripada itu. Seluruh kementerian juga harus turut berpartisipasi di bidangnya masing-masing dan saling bekerja sama untuk menyokong suksesnya produk unggulan Indonesia untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.²⁵

Produk unggulan adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan SDA dan SDM lokal yang berorientasi pasar dan ramah lingkungan. Sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global (Kementerian Koperasi &UKM).

Sedangkan Soemarno dalam bahan kajian strategi Pengembangan Wilayah Berbasis Agribisnis memaparkan Produk Unggulan atau Komoditi unggulan itu merupakan hasil usaha masyarakat pedesaan dengan kriteria :²⁶

1. Mempunyai daya saing yang tinggi di pasaran (keunikan /ciri spesifik, kualitas bagus, harga murah)
2. Memanfaatkan potensi sumberdaya lokal yang potensial dapat dikembangkan
3. Mempunyai nilai tambah tinggi bagi masyarakat pedesaan

²⁴ Yuhanin Zamrodah, "KONSEP PRODUK UNGGULAN DAERAH 2.1.1." 15, no. 2 (2016): 1-23.

²⁵ Ratnawati, D Amanda, and A. A Pradana, "Inovasi Pemasaran Produk Unggulan Berbasis Ekonomi Digital," 2019.

²⁶ Sahara Yulia, "Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Produk Unggulan Di Kabupaten Padang Lawas," *Agrista: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agribisnis UNS* 4, no. 3 (2016).

4. Secara ekonomi menguntungkan dan bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan kemampuan sumberdaya manusia
5. Layak didukung oleh modal bantuan atau kredit.

Dengan harapan masyarakat bisa memiliki kepastian dan lebih fokus dalam pengelolaan sumber daya yang ada. Dengan adanya pengelolaan dengan aksi yang berkesinambungan menjadikan masyarakat tidak ragu untuk memproduksi. Karena telah ada target pasar yang jelas yang dikoordinir pemerintah maupun swasta

Jika tidak ada manajemen yang jelas dari rantai manufaktur, kapasitas dan ketersediaan bahan baku, produksi, Sumber Daya Manusia, dan pemasaran, produk yang lebih baik akan hilang dan terlupakan. Ini hanya mungkin untuk menampilkan presentasi dan referensi untuk produk.

Produk yang lebih baik haruslah yang mudah dikenali, mudah diingat, mudah ditemukan, dan selalu tersedia. Selain kesejahteraan masyarakat, barang-barang unggulan suatu daerah juga mendorong perekonomian desa.

2.3 Budaya Entrepreneur

bahasa Prancis *entreprenre*, yang telah digunakan dalam asal kata "*entrepreneur*" yang berarti mencoba sejak abad ke-17, Ini memerlukan peluncuran bisnis, dalam istilah bisnis. Seorang wirausahawan, menurut kamus Merriam-Webster, adalah orang yang merencanakan dan mengambil risiko dari suatu bisnis atau inisiatif.

Kewirausahaan, dalam pandangan Suryana, adalah proses menggunakan kreativitas dan penemuan untuk menemukan solusi atas masalah yang dihadapi setiap orang serta peluang setiap hari. Menurut konsep ini, kreativitas dan penemuan adalah komponen inti dari kewirausahaan. Kreativitas adalah

kapasitas untuk menggabungkan, mengubah, atau merekonstruksi ide-ide yang sudah ada sebelumnya untuk menghasilkan yang baru.²⁷

Bisa di artikan bahwa pengertian *entrepreneur* adalah orang yang memiliki jiwa berwirausaha, orang yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan dengan mengembangkan kreatifitas lama untuk mewujudkan ide baru yang lebih menarik dengan berani mengambil resiko dalam sebuah bisnis.

Kata "wirausahawan" dan "usaha" adalah akar etimologis dari kata "wirausaha". Wira adalah sebutan untuk seorang pendekar, pahlawan, manusia yang luar biasa, dan seseorang yang berbudi luhur, pemberani, dan berbudi luhur. Upaya mengacu pada melakukan sesuatu perbuatan.²⁸

Dengan demikian makna kata dari keduanya adalah seorang atau sekelompok orang yang memiliki keberanian besar dalam kegiatan usaha yang bukan milik pemerintah. Makna penggabungan kedua kata tersebut menyiratkan arti bahwa wirausaha adalah personal yang menjalankan usaha bukan milik pemerintah atau negara.²⁹

Seseorang yang mengelola perusahaan atau organisasi dengan potensi untung atau rugi disebut wirausaha. Oleh karena itu, pengusaha harus siap secara mental untuk menangani kerugian besar dan pendapatan besar. Oleh karena itu, seorang wirausahawan harus memiliki sifat-sifat unik yang melekat pada diri wirausahawan, seperti rasa percaya diri, minat yang luas, kemampuan untuk mencapai kesepakatan, ambisi, jiwa petualang, keinginan untuk mencoba hal-hal baru, dan lain-lain.³⁰

²⁷ Yuhanin Zamrodah, "Entrepreneurship 1." 15, no. 2 (2016): 1-23.

²⁸ Fernando Gertum Becker et al., "Kewirausahaan, Kiat Sukses Menjadi Wirausaha," *Syria Studies* 7, no. 1 (2015): 37-72,

²⁹ Churchill, *Karakter Wirausaha*.

³⁰ Becker et al., "Kewirausahaan, Kiat Sukses Menjadi Wirausaha."

Semangat kewirausahaan yang perlu sekali dimasyarakatkan dan dibudayakan pada dan oleh para pemimpin umumnya dan para pengusaha (Indonesia) pada khususnya adalah :³¹

1. Kemauan kuat untuk berkarya (terutama dalam bidang ekonomi) dengan semangat mandiri;
2. Mampu membuat keputusan yang tepat dan berani mengambil resiko;
3. Kreatif dan inovatif;
4. Tekun, teliti, dan produktif;
5. Berkarya dengan semangat kebersamaan dan etika bisnis yang sehat

Secara etimologi kata kebudayaan dari akar budaya yang berasal dari bahasa sangsekerta. Dari akar kata Buddhi-tunggal-, jamaknya adalah buddhayah yang diartikan budi, atau akal, atau akal budi atau pikiran. Setelah mendapat awalan ke- dan akhiran -an menjadi kebudayaan (Koentjaraningrat. 2009: 146). Yang berarti hal ihwal tentang alam pikiran manusia.³²

Adapun istilah *culture* yang merupakan istilah bahasa asing yang sama artinya dengan kebudayaan berasal dari kata *Latin colore*. Artinya mengolah atau mengajarkan , yaitu mengolah tanah atau bertani. Dari asal arti tersebut, yaitu *colore* dan *culture*, diartikan sebagai segala daya dan kegiatan manusia untuk mengolah dan mengubah alam.³³

Menurut Sir Edward B. Tylor menggunakan kata kebudayaan untuk menunjuk “keseluruhan kompleks dari ide dan segala sesuatu yang dihasilkan manusia dalam pengalaman historinya”. Termasuk disini ialah “pengetahuan,

³¹ Patel, “ARTI, FUNGSI DAN CIRI-CIRI WIRAUSAHA Pada,” 2019, 9–25.

³² Santri Sahar, Pengantar Antropologi: Integrasi Ilmu Dan Agama (Makassar: Cara Baca, 2015), h. 98

³³ Soerjono Soekanto, Sosiologi Suatu Pengantar (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 150.

kepercayaan, seni, moral, hukum, kebiasaan, dan kemampuan serta perilaku lainnya yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat.

Budaya wirausaha (*entrepreneurial culture*) dalam perusahaan adalah budaya yang menghargai inovasi dan mendorong pengambilan risiko. Pemilik bisnis memberi karyawannya kelonggaran untuk mengambil risiko dan mencoba hal-hal baru. Perusahaan dengan budaya wirausaha akan dapat beradaptasi pada perubahan dan aktif mengejar peluang baru di pasar.

Budaya mampu memotivasi masyarakat karena dia dipandang menjadi kaum elit karena kesuksesannya di dunia usaha. *Entrepreneur* bisa memberikan *Entrepreneur* inspirasi bagi masyarakat. Kemiskinan sangat erat kaitannya dengan ketiadaan kewirausahaan. Oleh karena itu, keberadaan kewirausahaan mulai dari level individu, organisasi sampai masyarakat sangat terkait erat dengan miskin atau tidaknya masyarakat. Jika kewirausahaan tinggi, maka kemiskinan rendah.

Ada sejumlah nilai positif bagi mereka yang memilih profesi sebagai wirausaha sebagai sumber matapencarian. Nilai positif yang dimaksud diantaranya sebagai berikut.

1. Mereka tidak bergantung terhadap lowongan kerja karena mereka sendirilah yang membuka lapangan pekerjaan.
2. Wirausahawan tidak diperintah oleh orang lain. Dia biasa menjadi "bos" bagi orang lain, atau menjadi "bos" bagi dirinya sendiri.
3. Wirausahawan memiliki peluang penghasilan yang tidak terbatas.
4. Mempunyai wawasan dan pergaulan yang luas.
5. Bila mengembangkan gagasan sepenuhnya, tanpa mendapat hambatan yang berarti dari pihak lain.

6. Bisa langsung bekerja.³⁴

Di samping itu, terdapat juga tiga tindakan strategis dalam berwirausaha., yaitu:

1. Kemampuan analisis. meliputi kemampuan analisis usaha dan pasar, Analisis usaha berkenaan dengan peningkatan mutu manajemen dalam usaha.
2. Mengelola diri dan orang lain. Ini berkaitan dengan kemampuan menghasilkan rencana kerja, pelaksanaan dan pengawasan yang baik. Bagaimana seorang pemimpin berusaha dapat memelihara disiplin dirinya, bekerja sesuai dengan rencana kerja, Begitu juga disiplin karyawan haruslah terjaga dengan baik.
3. Menciptakan keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif yang dimiliki sebuah usaha terletak pada produk, pelayanan, serta harga yang ditawarkan kepada konsumen.³⁵

Seorang wirausahawan haruslah seorang yang mampu melihat ke depan. Berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan alternatif masalah dan pemecahannya.

Untuk menjadi seorang wirausahawan, seseorang harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Percaya Diri.

Rasa percaya diri dicirikan oleh sikap mantap dan tahan terhadap pengaruh pemikiran atau rekomendasi orang lain. Namun, ide orang lain tidak sepenuhnya diabaikan. Rekomendasi hanyalah faktor yang perlu dipertimbangkan.

2. Berorientasi pada Tugas dan Hasil

³⁴ Rusman Hakim, Dengan Wirausaha Menepis Krisis, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 1998), hlm. 32

³⁵ Nani mahendrawi, Pengembangan, hlm. 54

Seorang wirausahawan tidak menempatkan prestasi terlebih dahulu dan prestise kedua. Dia, bagaimanapun, terobsesi untuk mencapai tujuan baru karena dia percaya bahwa ketika dia berhasil, tujuannya akan meningkat.

3. Berorientasi ke Depan

Seorang wirausahawan perlu memiliki perspektif dan visi yang berorientasi ke masa depan. Karena begitu sebuah perusahaan didirikan, ia tetap demikian selamanya. Akibatnya, sangat penting untuk menjaga faktor kontinuitas dan memiliki perspektif jangka panjang.

4. Kepemimpinan.

Ini adalah faktor kunci bagi seorang wirausahawan. Wirausahawan yang unggul dalam kepemimpinan akan mengutamakan orientasi, tujuan, dan hubungan kerja. Ketika seorang pemimpin fokus pada tiga kualitas di atas, mereka selalu tampil baik, mendukung pertumbuhan profesional tim mereka, disukai bawahan mereka, dan tidak pernah melupakan tujuan yang harus dicapai.³⁶

Langkah selanjutnya yang harus diikuti adalah menyusun strategi untuk menjadi seorang wirausahawan setelah mempelajari ciri-ciri wirausaha seperti yang telah dijelaskan di atas;

1. Keberhasilan seorang wirausaha dipengaruhi oleh berbagai hal. Variabel-variabel ini termasuk bakat wirausahawan untuk manajemen sumber daya, visi untuk melihat peluang pasar, bakat untuk meluncurkan produk, bakat untuk memanfaatkan sumber daya luar, dan bakat untuk membentuk aliansi.

³⁶ Buchori alma, Kewirausahaan, hlm. 55.

2. Kemampuan seorang wirausaha dalam mengelola sumber daya, seperti tenaga kerja, finansial, dan teknologi merupakan tuntutan praktis yang harus dikuasai oleh seorang wirausaha. Ketiga faktor tersebut merupakan faktor yang berpengaruh secara langsung terhadap pengelolaan operasional organisasi sehari-hari.
3. Semakin meningkat kebutuhan masyarakat merupakan peluang pasar. Keadaan masyarakat yang heterogen, kebutuhan manusia yang berbeda-beda, dan adanya perbedaan kemampuan serta sumber-sumber ekonomi yang dimiliki oleh suatu masyarakat merupakan faktor-faktor yang menciptakan peluang bisnis.
4. Kemampuan seorang wirausaha dalam memasarkan produk akan tercermin dari langkah-langkah pemasaran yang ditempuhnya. Agar seorang wirausaha berhasil dalam memasarkan produknya terdapat tiga langkah yang harus ditempuh, yaitu mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan, menganalisis segmen pasar dan menentukan target market, serta merencanakan strategi bauran pemasaran untuk target market-nya. Menggunakan sumber daya luar dan kemitraan merupakan cara yang baik untuk membantu seorang wirausaha dalam mengembangkan kemampuan usahanya mencari informasi dari berbagai sumber, serta mencari solusi dari masalah usaha yang dihadapi.
5. Menggunakan sumber daya luar dan kemitraan merupakan cara yang baik untuk membantu seorang wirausaha dalam mengembangkan kemampuan usahanya mencari informasi dari berbagai sumber serta mencari solusi dari masalah usaha yang dihadapi.

2.4 Desa Mandiri

Desa merupakan suatu hasil perpaduan antara kegiatan sekelompok manusia dengan lingkungannya. Hasil perpaduan tersebut sebagai wujud atau ketampakan di muka bumi yang ditimbulkan oleh unsur-unsur *fisiografis (fisis)*, sosial, ekonomi, politik, dan kultural yang saling berinteraksi di antara unsur tersebut, serta hubungannya dengan daerah-daerah lain.³⁷

Yang dimaksud dengan desa mandiri adalah “desa maju yang mampu menyelenggarakan pembangunan desa untuk meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan yang sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat desa dengan tetap mempertahankan ketahanan ekonomi dan ekologi”.³⁸

Desa mandiri adalah desa yang dapat memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa tergantung dari bantuan pemerintah. Beberapa faktor yang mempengaruhi suatu desa menuju desa mandiri, adalah potensi sumber daya manusia, potensi sumber daya alam, potensi pembeli (pasar), kelembagaan, dan budaya lokal.³⁹

Dengan berkembangnya subsistem ketersediaan, subsistem distribusi, dan subsistem konsumsi serta pemanfaatan sumber daya lokal yang berkelanjutan, desa mandiri adalah desa yang penduduknya mampu mencapai ketahanan pangan dan gizi.⁴⁰

Tujuan program desa mandiri pangan adalah tercapainya ketahanan pangan dan gizi di tingkat lokal yang ditandai dengan menurunnya tingkat kerawanan pangan dan gizi. Lokasi sasaran adalah masyarakat yang mengalami kerawanan pangan, yang mungkin menjadi faktor penyebab rendahnya standar sumber daya

³⁷ Irfan Nursetiawan, “Strategi Pengembangan Desa Mandiri Melalui Inovasi Bumdes,” *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* 4, no. 2 (2018): 72–81.

³⁸ Dkk Basuki Sigit Priyono, “Menuju Desa Mandiri,” 2019.

³⁹ Fatmawati, Hakim, and Mappamiring, “Pembangunan Desa Mandiri Melalui Partisipasi Masyarakat Di Kecamatan Pattalassang Kabupaten Gowa.”

⁴⁰ Yuhanin Zamrodah, “Desa Mandiri” 15, no. 2 (2016): 1–23.

manusia di daerah tersebut. Penerima manfaat program adalah aparat dan rumah tangga miskin. Melalui program desa mandiri pangan diharapkan masyarakat mempunyai kemampuan untuk mewujudkan ketahanan pangan dan gizi sehingga dapat menjalani hidup sehat dan produktif dari hari ke hari, secara berkelanjutan. Upaya tersebut dilakukan melalui proses pemberdayaan masyarakat untuk mengenali potensi dan kemampuannya, mencari alternatif peluang dan pemecahan masalah serta mampu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya alam secara efisien dan berkelanjutan sehingga tercapai kemandirian.⁴¹

Pembangunan desa tidak terlepas dari sumberdaya yang ada di daerah tersebut banyak sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan sebaik mungkin, namun tidaklah baik jika penggunaan sumber daya tersebut terlalu berlebihan sebaik mana disebutkan dalam Qr suroh (Al-A'raf:56) (Az-zuhaili, 2016:482). Yang berarti:⁴²

“Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan”. (Al- A'raf:56)

Menurut peraturan menteri desa, desa mandiri, atau desa mandiri, adalah desa maju yang mampu menyelenggarakan pembangunan desa untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat desa dengan sebesar-besarnya. Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2016 Pasal 1 Ayat 11 Tentang Indeks Desa Berkembang.⁴³

⁴¹ “transformasi pembangunan menuju desa mandiri: studi di desa kemandang, kecamatan tanjungsari, kabupaten gunungkidul, daerah istimewa yogyakarta,” 2018. ⁴² ri no. 43 20permenkes19, “pemberdayaan masyarakat melalui program desa mandiri energi di desa mundu kecamatan tulung kabupaten klaten,” no. 2 (2019): 1–13.

⁴³ Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Kementerian Desa, “Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal Dan Transmigrasi Nomor 2 Tahun

Untuk menjadi desa mandiri harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:⁴⁴

1. Pemberdayaan masyarakat berkesinambungan
2. Tersedianya anggaran/dana desa untuk mengelola berbagai kegiatan baik pembangunan maupun pemberdayaan.
3. Adanya pendampingan desa dan kerjasama antar desa maupun pihaklain.
4. Partisipasi aktif dalam kelembagaan masyarakat maupun dilingkungan masyarakat

Bertolak dari syarat-syarat Desa mandiri maka langkah-langkah strategis yang harus dilakukan Pemerintah Desa dalam Mewujudkan Kemandirian Desa adalah sebagai berikut.⁴⁵

1. Mendorong masyarakat desa terlibat aktif dalam perumusan kebijakan pembangunan desa.
2. Membangun kelembagaan ekonomi Desa yang mandiri dan produktif berbasis sumber daya/potensi Desa.
3. Membangun respon perencanaan dan penganggaran desa yang responsive, partisipatif, akuntabel, dan transparan.
4. Menumbuh kembangkan budaya dan nilai-nilai sosial desa seperti kegotongroyongan, kerelawanan, kesetiakawanan, dan keswadayaan masyarakat.

2016 Tentang Indeks Desa Membangun," *Jakarta*, 2016, 1-65,
http://jdih.kemendes.go.id/katalog/peraturan_menteri_desa_pembangunan_daerah_tertinggal_dan_transmigrasi_nomor_22_tahun_2016.

⁴⁴ Zamrodah, "Desa Mandiri."

⁴⁵ Zamrodah.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.5
Penelitian terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Hasil
1.	Rosfa nur azizah (2017)	Strategi optimalisasi pembangunan insfrastuktur desa melalui program pemberdayaan masyarakat dalam perspektif ekonomi islam (studi pada desa candimas kecamatan abung selatan kabupaten lamping utara)	kualitatif	Kurang optimalnya infrastuktus yang di lakukan di desa candimas di karenakan anggaran biaya yang dikeluarkan oleh desa kurang cukup untuk membeli barang dengan harga yang di tentukan oleh LKKP
2.	Liya Pujiyati	Analisis Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda Dalam Mewujudkan Wirausahawan Mandiri Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan	Metode kualitatif	Hasil Berdasarkan analisis diatas dapat diketahui tingkat ketahanan ekonomi keluarga pada anggota BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung, dalam aspek pemenuhan kebutuhan konsumsi dan kesehatan sudah

		Ekonomi Keluarga		cukup baik . Namun dari segi kepemilikan tempat tinggal masih banyak yang belum memiliki rumah sendiri ini berarti tingkat ketahanan ekonomi keluarga dalam pemenuhan kebutuhan tempat tinggal belum dikatakan baik
2	Nugrahani Kusumastuti	Transformasi Pembangunan Menuju Desa Mandiri: Studi Di Desa Kemadang, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta	Metode kualitatif	Kesuksesan Desa Kemadang menjadi desa mandiri tidak terlepas dari campur tangan pemerintah desa itu sendiri. Pemerintah Desa Kemadang melakukan strategi dalam pembangunan desa secara tepat. Strategi yang dilakukan Pemerintah Desa Kemadang ini mencakup empat strategi, yakni pertama, melaksanakan pemetaan potensi

				<p>desa dan jaringan pasar yang dapat dikelola untuk menjadi sumber ekonomi desa dan ekonomi masyarakat. Kedua, menerapkan metode pembinaan dan pembimbingan atau pendampingan langsung untuk melaksanakan percepatan pembangunan dalam aspek sosial budaya, Ketiga, membangun sinergitas antara perencanaan pembangunan desa dengan perencanaan daerah, dan perencanaan nasional. Keempat, membangun tata kelola desa menjadi organisasi modern yang berbasis kultural desa</p>
4.	YULIA SAHARA LUBIS (2019)	Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan	Metode kualitatif	Hasil analisis meliputi menjaga kualitas produk

		Produk Unggulan Di Kabupaten Padang Lawas		dengan tetap menjaga rasa dan kekhasan, memperluas kemitraan dengan pemerintah dan ekspedisi, mempromosikan dan memperluas pemasaran melalui media cetak dan elektronik, merancang kemasan agar terlihat menarik, dan terus berinovasi untuk memenuhi preferensi konsumen yang terus berubah.
--	--	---	--	---

2.5.1. Perbedaan Persamaan

1. strategi pembangunan desa yang digunakan dalam penelitian rosfa nur azizah menggunakan pemberdayaan masyarakat, sedangkan skripsi kami strategi pembangunan desa melalui produk unggulan yang ada dalam desa taji.⁴⁶

⁴⁶ Henny Dwi Susanti et al., "Strategi Optimalisasi," *Jurnal Keperawatan. Universitas Muhammadiyah Malang* 4, no. 1 (2017): 724–32.

2. Perbedaan terletak pada judul yaitu peneliti hanya meneliti tentang optimalisasi produk unggulan kopi taji, sedang dalam skripsi tersebut yaitu pengembangan produk unggulan.⁴⁷
3. persamaan dalam skripsi mujiati kusumastuti adalah pembahasan yang akan kami teliti yaitu membahas tentang desa mandiri, sedangkan perbedaan terletak pada sub-sub yang di gunakan dalam pembangunan desa mandiri.⁴⁸
4. persamaan dari skripsi yulia sahar lubis yaitu srategi dalam menjaga kualitas produk unggulan yaitu dengan menjaga kualitas rasa dan memperluas sarana pengetahuan tentang produk.

2.6. Kerangka Konseptual

Hubungan atau keterkaitan antara satu pengertian dengan yang lain dari masalah studi dikenal sebagai kerangka konseptual. Kerangka konseptual ini dapat digunakan untuk membuat koneksi atau memberikan penjelasan mendalam mengenai subjek yang sedang dibahas. Kerangka ini dikembangkan dengan menggunakan teori atau konsep ilmiah yang menjadi landasan penelitian yang ditemukan dalam tinjauan pustaka, atau, jika peneliti boleh mengatakan demikian, itu adalah ringkasan tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis-garis berdasarkan variabel. diperiksa.⁴⁹

Kerangka konseptual dari penelitian ini adalah optimalisasi promosi produk unggulan kopi taji untuk menumbuhkan budaya *entrepreneur* desa taji guna menuju desa mandiri. Dalam penelitian ini akan dipaparkan tentang adanya

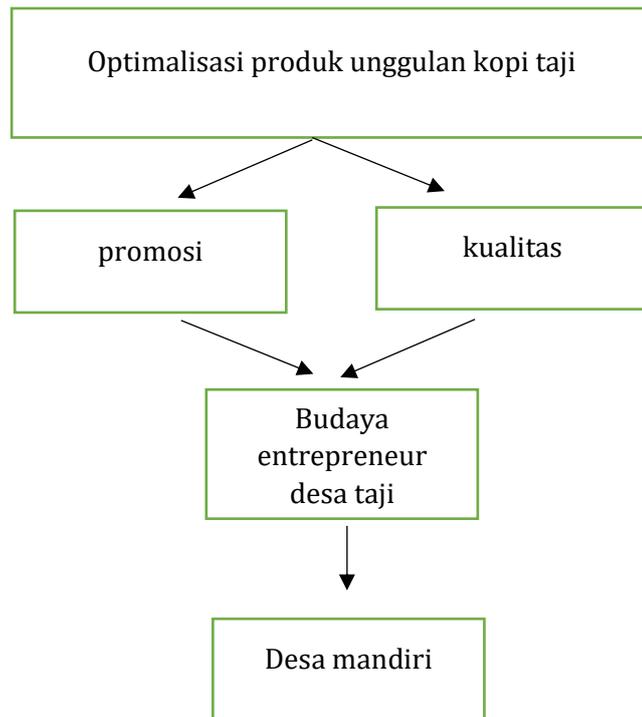
⁴⁷ Fikri dikriansyah, "nalisis strategi pengembangan wirausaha pemuda dalam mewujudkan wirausahawan mandiri dan implikasinya terhadap ketahanan ekonomi keluarga," *biomass chem eng* 3, no. 2 (2018).

⁴⁸ "transformasi pembangunan menuju desa mandiri: studi di desa kemandang, kecamatan tanjungsari, kabupaten gunungkidul, daerah istimewa yogyakarta."

⁴⁹ b a b ii, "kajian pustaka," no. 1991 (1994): 4-19.

keterkaitan yang berawal dari optimalisasi dalam mengoptimalkan produk unggulan menggunakan promosi ditujukan untuk menumbuhkan budaya *entrepreneur* untuk menuju desa mandiri.

Berdasarkan analisis di atas, maka kerangka konsep penelitian ini di tunjukan pada



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis data yang peneliti digunakan dalam pencarian data ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan metode lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁵⁰

Jenis penelitian lapangan (*field research*) ini, informasi yang digunakan dalam penelitian dikumpulkan dengan melakukan studi lapangan langsung di Kopi Taji, di mana partisipan diamati, direkam, dan diwawancarai untuk mengumpulkan informasi. sehubungan dengan penelitian ini.⁵¹ Penelitian yang berusaha memberikan gambaran yang metodis dan cermat tentang fakta-fakta dan ciri-ciri yang sebenarnya dari kelompok tertentu disebut penelitian deskriptif.⁵²

Menurut Bogdan dan Taylor, prosedur penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa pernyataan kata demi kata atau rekaman yang dibuat oleh subjek dan bukti perilaku yang dapat diamati; metode ini berfokus pada konteks dan subjek secara keseluruhan. Menurut Kirk & Miller, penelitian kualitatif adalah tradisi khusus dalam ilmu sosial yang terutama bergantung pada

⁵⁰ Fernando Gertum Becker et al., *Metode Penelitian Kualitatif, Syria Studies*, vol. 7, 2015.

⁵¹ DIKRIANSYAH, "Nalisis Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda Dalam Mewujudkan Wirausahawan Mandiri Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga."

⁵² Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Antasari Press, 2011.

pengamatan (terhadap) orang-orang di lingkungan mereka sendiri dan berkomunikasi dengan mereka menggunakan bahasa dan jargon mereka sendiri.⁵³

Secara umum, ciri-ciri dalam penelitian yang menggunakan metode pendekatan kualitatif di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Keteraturan alam adalah sumber data langsung. Penelitian kualitatif melakukan penelitian dalam setting alami atau dalam konteks entitas. Suatu fenomena pada dasarnya adalah suatu keseluruhan yang tidak dapat dipahami jika dipisahkan dari lingkungannya. Oleh karena itu, kunci teknik kualitatif ini adalah memahami fenomena dengan segera dan mendalam.⁵⁴
2. Manusia digunakan sebagai alat. Alat utama yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif adalah peneliti. Manusia, sebagai lawan dari alat lain, adalah alat terbaik untuk memahami hubungan antara realitas di lapangan melalui "pengamatan partisipatif, peneliti menjadi bagian dari fokus subjek yang diselidiki.
3. Ini memberikan rincian. Penelitian kualitatif menggambarkan "makna data" atau fenomena yang dapat dipahami oleh peneliti dengan menyediakan data yang mendukung. Pemaknaan terhadap fenomena itu banyak bergantung pada kemampuan dan ketajaman peneliti dalam menganalisisnya.

⁵³ Francisco Luis and Gil Moncayo, "Pengelolaan Peser Ta Didik," n.d.

⁵⁴ Munich Personal and Repec Archive, "Munich Personal RePEc Archive Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects," *Journal of Economic Development, Environment and People* 7, no. 85654 (2018): 23–48.

4. Dalam penelitian kualitatif, proses lebih penting daripada hasil atau produk akhir. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang mementingkan produk atau hasil. Analisis data bersifat induktif. Penelitian kualitatif tidak berusaha menemukan bukti untuk pengujian hipotesis yang diturunkan dari teori, seperti halnya dalam pendekatan kuantitatif. Namun, peneliti melakukan perjalanan ke lapangan untuk mengumpulkan banyak bukti melalui studi kejadian, dan berdasarkan hasil penyelidikan, kemudian merumuskan teori. Jadi, penelitian kualitatif bersifat (*bottom-up*) ke atas, berbeda dengan penelitian kuantitatif yang bersifat (*top-down*) ke bawah. Oleh karena itu, dalam penelitian kualitatif, teori yang dirumuskan disebut *grounded theory*, yaitu teori yang dimunculkan dari dasar atau.

Fokus utama penelitian kualitatif adalah “makna”, dan salah satu kunci keberhasilannya adalah keterlibatan peneliti dalam proses atau hubungannya dengan lingkungan yang menjadi subjek penelitian. Dalam partisipasi ini, peneliti tidak menangkap makna sesuatu dari sudut pandangya sendiri sebagai orang luar, tetapi dari pandangannya sebagai subjek yang berpartisipasi dalam proses dan interaksi. Akibatnya, interpretasi akan memiliki lebih banyak resonansi dalam menyoroti gejala-gejala ini.⁵⁵

Lexy mengklaim bahwa dengan menggunakan teknik penelitian kualitatif, informasi deskriptif tentang kata-kata tertulis atau lisan orang dan perilaku yang diamati dihasilkan.⁵⁶ Analisis dalam penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif karena masalah yang akan dibahas tidak didasarkan pada data numerik

⁵⁵ Sirajuddin Saleh et al., “Metodologi Penelitian Kualitatif.Pdf,” 2019.

⁵⁶ Umar Sidiq and Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, ed. Anwar Mujahidin (Ponorogo: CV. Nata Karya, n.d.).

melainkan dijelaskan secara jelas, detail spesifik dan dikumpulkan dari fokus penelitian. Karena penelitian kualitatif biasanya tidak direncanakan secara kaku, kadang-kadang dapat berubah dari rencana semula ketika dilakukan.⁵⁷

Hal ini dapat terjadi jika perencanaan tidak memperhitungkan apa yang ditemukan di lapangan. Namun, tindakan yang terlibat dalam melakukan penelitian harus direncanakan. Dalam penelitian kualitatif, paling tidak ada tiga tahap besar, yaitu tahap deskripsi dan tahap orientasi. Peneliti menggambarkan pada titik ini menggunakan apa yang mereka dengar, lihat, dan rasakan. Peneliti baru kemudian dapat menyusun informasi mengenai informasi yang telah diperolehnya.

fase reduksi. Pada titik ini, peneliti menyaring semua data yang dikumpulkan pada tahap awal untuk berkonsentrasi pada isu-isu tertentu. tahapan seleksi. Pada titik ini, peneliti memberikan penjelasan yang lebih menyeluruh tentang fokus yang ditetapkan sebelum memeriksa lebih lanjut penekanan masalah. Outcome adalah topik yang dibuat berdasarkan pengetahuan, asumsi, bahkan teori baru yang dikembangkan dari data.⁵⁸

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini peneliti lakukan dengan akses langsung ke objek penelitian di desa taji kecamatan jabung yang beralamat di Dusun Krajan Desa Taji Kecamatan Jabung Kabupaten Malang, Karena letaknya yang tidak terlalu jauh dari rumah peneliti, maka penelitian dibatasi pada masalah yang dibahas. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022, untuk mempelajari lebih lanjut tentang pendekatan pengoptimalan Kopi Taji dan untuk menemukan statistik dan informasi

⁵⁷ Farida Nugrahani, "Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa," (2014): 305.

⁵⁸ Sidiq and Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*.

3.3 Kehadiran Penelitian

Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif yaitu mutlak untuk dilakukan, karena diri peneliti merupakan instrumen kunci yang akan bertindak sebagai pengumpul data, pereduksi data, penampil data dan penarik kesimpulan. Ungkapan tersebut senada dengan pendapat para ahli yaitu didalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrument dalam suatu penelitian. Penggunaan beberapa orang peneliti yang diorganisir digunakan untuk membantu melihat satu topic sehingga memudahkan peneliti untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Ketajaman dan keluesan informasi yang diperoleh tergantung pada kualitas penelitian kualitatif itu sendiri.⁵⁹

Sesuai dengan penelitian kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan adalah sangat penting dan diperlukan secara optimal. Peneliti merupakan instrument kunci utama dalam mengungkapkan makna dan sekaligus sebagai alat pengumpul data. Karena itu peneliti juga harus terlibat dalam kehidupan orang-orang yang diteliti sampai pada tingkat keterbukaan antara kedua belah pihak. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati dan mengumpulkan data yang dibutuhkan.

3.4 Sumber penelitian

Dalam penelitian ini, data yang akan diperoleh dari dua sumber,yaitu:

a. Data Primer

Istilah "data primer" mengacu pada informasi yang telah dikumpulkan langsung dari peserta penelitian menggunakan metode yang dirancang khusus untuk tugas yang dihadapi. Informasi tersebut dapat berupa isyarat verbal dan nonverbal dari individu yang dilihat dan ditangkap

⁵⁹ Salim & Sahrum, "Metodologi Penelitian Kualitatif.Pdf," 2012.

pada film, foto, atau kase` Data yang diperoleh langsung dari produsen kopi taji dan masyarakat desa Taji menjadi sumber data utama penelitian ini.

b. Data sekunder

“Sumber data yang tidak secara langsung menawarkan data kepada pengumpul data” disebut sebagai data sekunder. Contoh diambil dari dokumen atau orang lain. Tuntutan data primer didukung oleh data sekunder. Artikel jurnal berfungsi sebagai sumber sekunder untuk data penelitian ini.⁶⁰

3.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian dari sumber data (subyek maupun sampel penelitian). Teknik pengumpulan data merupakan suatu kewajiban, karena teknik pengumpulan data ini nantinya digunakan sebagai dasar untuk menyusun instrumen penelitian.⁶¹ Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Suatu kegiatan untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk memberikan gambaran yang benar tentang suatu peristiwa atau peristiwa untuk menjawab masalah penelitian adalah observasi.⁶² Penulis di sini membuat pengamatan eksplisit tentang pembuatan kopi taji yang berada di desa taji dan penulis berusaha menyesuaikan diri dengan kondisi yang terjadi di perusahaan kopi taji.

⁶⁰ D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, 2013.

⁶¹ Ma'ruf Amin, “Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif,” : pp. 56-79.

⁶² Talika, “Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. Bandung: Alfabeta. Sendjaja.”

b. Wawancara

Pendekatan pengumpulan data penelitian adalah wawancara. Dalam istilah awam, dapat digambarkan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kesempatan atau prosedur di mana sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) dan pewawancara (*interviewer*) terlibat secara langsung. Dimungkinkan juga untuk menggambarkan wawancara sebagai pertukaran pertanyaan langsung antara sumber informasi dan pewawancara di mana pewawancara menanyakan tentang subjek yang telah diteliti dan dikonseptualisasikan. Baik karyawan kopi taji maupun produsen yang bekerja di desa taji diwawancarai langsung oleh penulis.

Tabel 3.4

Kisi-kisi wawancara

Variable		Jumlah pertanyaan	Indicator pertanyaan
1.	Desa mandiri	2	1. Apakah anda mengetahui apa itu yang dimaksud dengan desa mandiri? 2. Apakah desa taji sudah termasuk desa mandiri?
2.	Produk kopi taji		3. Darimana Bahan yang digunakan dalam

		4	<p>pembuatan produk kopi taji?</p> <p>4. Bagaimana cara pembuatan produk tersebut?</p> <p>5. Strategi apa yang digunakan dalam pemasaran produk kopi taji?</p> <p>6. Berapa lama jangka waktu produk tersebut di konsumen?</p>
3.	Budaya <i>entrepreneur</i>	2	<p>7. Apa yang anda ketahui tentang budaya <i>entrepreneur</i>?</p> <p>8. Apakah desa taji sudah termasuk desa <i>entrepreneur</i>?</p>
4.	Strategi produk unggulan		<p>9. Apa saja produk unggulan di desa taji</p>

		2	10. Strategi apa yang digunakan dalam pengoptimalan produk unggulan yang ada di desa taji?
--	--	---	--

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak, dan foto.⁶³ Dalam hal ini penulis mengumpulkan data-data dengan arsip, buku, dan lain sebagainya yang ada dan terdapat di tempat produksi kopi taji desa taji.

3.5. Teknik Analisis Data

sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶⁴

Kolom matriks waktu dikelompokkan dengan periode waktu dalam urutan tahapan sehingga dapat dilihat ketika gejala tertentu terjadi, menurut studi Milles dan Huberman tentang data terorganisir di situs web. Ide dasarnya adalah

⁶³ DIKRIANSYAH, "Nalisis Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda Dalam Mewujudkan Wirausahawan Mandiri Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga."

⁶⁴ Talika, "Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. Bandung: Alfabeta. Sendjaja,."

kronologi. Langkah-langkah dalam analisis data yang terorganisir adalah sebagai berikut:

Pertama, memecah penemuan menjadi komponen atau aspek yang berbeda dengan menggunakan ini sebagai matriks baris adalah pendekatan yang mudah untuk bergerak maju sambil membangun presentasi pada titik ini. Waktu dari penggunaan awal hingga penggunaan selanjutnya diwakili oleh matriks kolom. Jika komponen berubah dalam waktu itu, kami dapat memberikan ringkasan singkat tentang perubahan tersebut.⁶⁵

Masukkan data selanjutnya. Penganalisis saat ini memindai inovasi untuk perubahan, komponen demi komponen. Ketika konsumen penemuan yang telah dikodifikasi secara tegas ditanya apakah mereka telah menghasilkan sesuatu yang telah dikodekan dalam format buku inovasi, catatan lapangan dari wawancara dengan orang-orang ini mungkin diperbarui untuk mencerminkan modifikasi ini. penyelidikan untuk melanjutkan berdasarkan komponen yang telah ditambahkan, dihapus, diperbaiki, digabungkan, atau dipilih untuk digunakan. Bukti dokumenter dapat dirujuk dalam beberapa keadaan.

Ketiga menganalisis informasinya. Dengan kembali ke bagian lain dari catatan lapangan, terutama apa yang orang lain katakan tentang perubahan atau alasannya, analisis pada titik ini dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang apa yang terjadi (Miles dan Huberman, 2007: 177). Dalam penelitian kualitatif, analisis data terjadi sebelum terjun ke lapangan, saat terjun ke lapangan, dan setelah keluar dari lapangan. Analisis data dilakukan sebelum, selama, dan setelah pengumpulan data dalam kerangka waktu tertentu.⁶⁶

⁶⁵ Abdul Rohman, "Bab 3 Metlit," *Tesis* 53, no. 9 (2011): 1689–99.

⁶⁶ Rohman.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama memasuki lapangan, dan setelah selesai dari lapangan. Nasution dalam Sugiyono (2008: 236), menyatakan bahwa analisis data telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.⁶⁷

Untuk menyajikan data agar mudah dipahami, maka langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Interaktif Model dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclutions*).

1. Pengumpulan Data

Pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi (Miles dan Huberman, 2007: 16).

3. Penyajian Data

⁶⁷ Saleh et al., "Metodologi Penelitian Kualitatif.Pdf."

Sajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan serta memberikan tindakan (Miles dan Huberman, 2007: 84). Menurut Sutopo (dalam Harsono, 2008: 169) menyatakan bahwa sajian data berupa narasi kalimat, gambar/skema, jaringan kerja dan tabel sebagai narasinya.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh (Miles dan Huberman, 2007: 18). Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Kesimpulan ditarik semenjak peneliti menyusun pencatatan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi, arahan sebab akibat, dan berbagai proposisi (Harsono, 2008: 169).⁶⁸

1.5. Teknik penjaminan keabsahan

Teknik untuk menganalisisnya peneliti salah satunya menggunakan teknik triangulasi diterapkan pada data yang dikumpulkan untuk penelitian ini. Dalam hal apa yang dimaksud dengan teknik triangulasi, ini adalah metode untuk memastikan keakuratan data yang membandingkannya dengan sesuatu yang lain untuk perbandingan atau untuk tujuan pemeriksaan.

Unsur validitas data juga diperhitungkan dalam penelitian kualitatif karena hasil studi yang tidak diakui atau tidak dipercaya tidak ada nilainya. Untuk mempertahankan validitas temuan data dan untuk meningkatkan "kredibilitas,

⁶⁸ Juliansyah Noor, "Analisis Data Penelitian," 2015, 31–40.

transferabilitas, ketergantungan, dan konfirmasi," seperti yang dinyatakan oleh Lincoln dan Gubs. Lebih jelasnya dapat dijelaskan sebagai berikut:⁶⁹

1. Kreadibilitas (*Credibility*)

Untuk memastikan tidak terjadi perbedaan pendapat atau perbandingan pendapat antara pihak madrasah dengan masyarakat, peneliti melakukan evaluasi kembali penelitian setelah melakukan penelitian dengan mengambil bagian dalam proses komunikasi dalam proses pengumpulan data dari pihak madrasah atau lokasi penelitian. Kemudian, cirikan tingkat kepercayaan dalam penelitian, khususnya yang berkaitan dengan data dan informasi yang dikumpulkan. Peneliti dapat memperoleh data yang berkaitan dengan kesaksian orang atau lembaga selain peneliti.

2. Keteralihan (*Transferability*)

Peneliti menjadi disibukkan dengan mencoba menjelaskan penelitian kepada pembaca laporan penelitian sehingga kita dapat menentukan konteks di mana temuan penelitian ini akan diterapkan dan diterima. Penelitian ini diharapkan dapat dipahami oleh pembaca lain karena dengan memahami tujuan Peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai sumber.

3. Ketergantungan (*Dependability*)

Di sini peneliti berupaya untuk bersikap konsisten terhadap seluruh proses penelitian. Seluruh kegiatan penelitian ditinjau ulang dengan memperhatikan data yang telah diperoleh dengan tetap mempertimbangkan kesesuaian dan kepercayaan data yang ada.

⁶⁹ B A B Iii, "Sugiyono, 2011, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D , (Bandung: PT.Alfabeta) , , h. 9.," n.d.

Ketergantungan ditujukan terhadap sejauh mana kualitas proses dalam pembuatan penelitian, dimulai dari pengumpulan data, analisis data, pemikiran temuan.

4. Kepastian (*Confirmability*)

Peneliti harus memastikan seluruh data yang diperoleh dalam penelitian ini terjamin kepercayaan sebagai gambaran objektivitas atau suatu peneliti dan sebagai suatu proses dan mengacu pada hasil penelitian. Untuk mencapai kepastian suatu temuan dengan data pendukungnya, penelitian menggunakan teknik mencocokkan atau menyesuaikan temuan-temuan penelitian dengan yang diperoleh. Jika hasil penelitian menunjukkan bahwa data cukup berhubungan dengan penelitian, tentu temuan penelitian dipandang telah memenuhi syarat sehingga kualitas data dapat diandalkan dan dapat dipertanggung jawabkan

DAFTAR PUSTAKA

- 2009, Sons. "Optimalisasi Nilai Ekonomis," 2009, 1–70. [http://repository.untagsby.ac.id/206/3/Bab 2.pdf](http://repository.untagsby.ac.id/206/3/Bab%202.pdf).
- Amin, Ma'ruf. "Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif" 4, no. 1 (1990).
- Andini. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha." *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, no. 2017 (2020): 5–24.
- Basuki Sigit Priyono, Dkk. "Menuju Desa Mandiri," 2019.
- Becker, Fernando Gertum, Michelle Cleary, R M Team, Helge Holtermann, Disclaimer The, National Agenda, Political Science, et al. "Kewirausahaan,Kiat Sukses Menjadi Wirausaha." *Syria Studies* 7, no. 1 (2015): 37–72. [https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625](https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil%20wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625).
- . *Metode Penelitian Kualitatif. Syria Studies*. Vol. 7, 2015.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan. Syria Studies*. Vol. 7, 2015.
- Churchill, Winston. *Karakter Wirausaha*, n.d. [file:///C:/Users/Nella/Downloads/Documents/KARAKTER WIRSAUSAHA III.pdf](file:///C:/Users/Nella/Downloads/Documents/KARAKTER%20WIRSAUSAHA%20III.pdf).
- Dewi, Monica. "Perbedaan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Sepatu Merek Nike Dan Adidas Di Bandar Lampung." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2017, 11–21.
- DIKRIANSYAH, FIKRI. "Nalisis Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda Dalam Mewujudkan Wirausahawan Mandiri Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga." *Biomass Chem Eng* 3, no. 2 (2018).
- Fatmawati, Lukman Hakim, and Mappamiring. "Pembangunan Desa Mandiri Melalui Partisipasi Masyarakat Di Kecamatan Pattalassang Kabupaten Gowa." *Jurnal of Public Policy and Management* 1, no. 1 (2020): 15–21.
- Goyena, Rodrigo. "Optimalisasi." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–99.
- Hughes, Rebecca. "Tujuan Promosi." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2008): 287.
- Ii, B A B. "Kajian Pustaka," no. 1991 (1994): 4–19.
- Ii, B A B, and Tinjauan Pustaka. "082411097_Bab2," n.d., 14–34.
- Iii, B A B. "Sugiyono, 2011, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D , (Bandung: PT.Afabeta) , , h. 9.," n.d.
- Izzaty, Rita Eka, Budi Astuti, and Nur Cholimah. "Pengertian Optimalisasi." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1967, 5–24.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi. "Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal Dan Transmigrasi Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Indeks Desa Membangun." *Jakarta*, 2016, 1–65. http://jdih.kemendes.go.id/katalog/peraturan_menteri_desa_pembangunan_daerah_tertinggal_dan_transmigrasi_nomor_22_tahun_2016.
- Laksana. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung Di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 2013–15.
- Luis, Francisco, and Gil Moncayo. "Pengelolaan Peser Ta Didik," n.d.

- Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia. "Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 Tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah," 2014, 1-13.
- Mujiono, Mujiono, and Sujianto Sujianto. "Implementasi Metode Optimalisasi Jumlah Produksi Dengan Menggunakan Linier Programming." *Industri Inovatif: Jurnal Teknik Industri* 10, no. 2 (2020): 65-69.
<https://doi.org/10.36040/industri.v10i2.2797>.
- Noor, Juliansyah. "Analisis Data Penelitian," 2015, 31-40.
- Nugrahani, Farida. "Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa." *信阳师范学院* 1, no. 1 (2014): 305.
- Nursetiawan, Irfan. "Strategi Pengembangan Desa Mandiri Melalui Inovasi Bumdes." *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* 4, no. 2 (2018): 72-81.
- Patel. "ARTI, FUNGSI DAN CIRI-CIRI WIRAUSAHA Pada," 2019, 9-25.
- . "Personal Selling," 2019, 9-25.
- Personal, Munich, and Repec Archive. "Munich Personal RePEc Archive Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects." *Journal of Economic Development, Environment and People* 7, no. 85654 (2018): 23-48.
- Prasetyo, Agung. "Universitas Indonesia Universitas Indonesia Jakarta." *Fmipa Ui*, no. September (2011): 5-34.
- Promosi, A. "(Basu Swastha Dan Irawan, 1990). Strategi," 2003, 1-6.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press, 2011.
- Ratnawati, D Amanda, and A. A Pradana. "Inovasi Pemasaran Produk Unggulan Berbasis Ekonomi Digital," 2019.
- Retnoningsih, Dwi, Hery Toiba, and Neza Fadia Rayesa. "Pemetaan Potensi Desa Taji Kecamatan Jabung Kabupaten Malang Dalam Aspek Sosial Dan Ekonomi Untuk Pengembangan Kopi Arabika Sebagai Komoditas Unggulan Lokal." *Seminar Nasional Pembangunan Pertanian*, 2017, 218-23.
- RI No. 43 20Permenkes19. "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM DESA MANDIRI ENERGI DI DESA MUNDU KECAMATAN TULUNG KABUPATEN KLATEN," no. 2 (2019): 1-13.
- Rohman, Abdul. "Bab 3 Metlit." *Tesis* 53, no. 9 (2011): 1689-99.
- Saleh, Sirajuddin, S Pd, M Pd, Dkk Helaluddin, كورس، رود، كريستينا، Jozef Raco, Salim & Syahrums, Hardani dkk Ahyar, and Dkk Helaluddin. "Metodologi Penelitian Kualitatif.Pdf," 2019.
- Salim & Sahrum. "Metodologi Penelitian Kualitatif.Pdf," 2012.
- Sidiq, Umar, and Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Edited by Anwar Mujahidin. Ponorogo: CV. Nata Karya, n.d.
- SITORUS ONNY FITRIANA, UTAMI NOVELIA. "Buku Ajar Strategi Promosi Penjualan," 2017, 179.
- Sugiyono, D. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, 2013.
- Susanti, Henny Dwi, Revi Arfamaini, Maria Sylvia, Angelina Vianne, Yusniar Hanani D, Hanan Lanang D, Muslimah muslimah Muslimah, et al. "Strategi Optimalisasi." *Jurnal Keperawatan. Universitas Muhammadiyah Malang* 4, no. 1 (2017): 724-32.
- Talika, Febi Trafena. "Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. Bandung: Alfabeta. Sendjaja," *E-Journal* 5, no. 1 (2016): 1-6.
- "TRANSFORMASI PEMBANGUNAN MENUJU DESA MANDIRI: Studi Di Desa Kemadang, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta," 2018.
- Yulia, Sahara. "Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Produk Unggulan Di

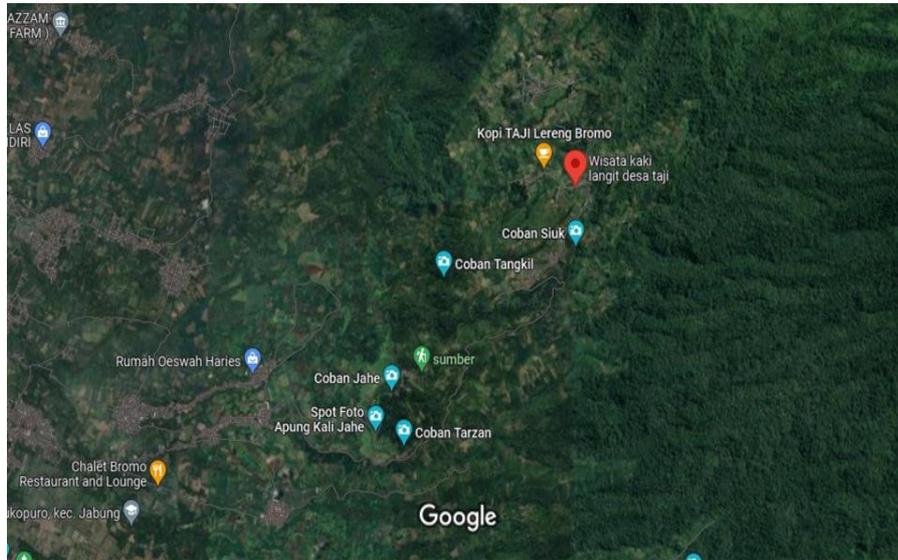
- Kbeupaten Padang Lawas." *Agrista: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agribisnis UNS* 4, no. 3 (2016).
- Zamrodah, Yuhanin. "Desa Mandiri" 15, no. 2 (2016): 1-23.
- . "Entrepreneurship 1." 15, no. 2 (2016): 1-23.
- . "KONSEP PRODUK UNGGULAN DAERAH 2.1.1." 15, no. 2 (2016): 1-23.

LAMPIRAN

Pertanyaan	Jawaban
<p>1. Apakah yang dimaksud dengan desa mandiri?</p> <p>2. Berapa luas tanah yang ada di desa taji?</p> <p>3. Apakah sektor pendapatan yang ada di desa taji?</p>	
<p>4. Darimana Bahan yang digunakan dalam pembuatan kopi taji?</p> <p>5. Bagaimana cara pembuatan produk tersebut?</p> <p>6. Strategi apa yang digunakan dalam pemasaran produk kopi taji?</p> <p>7. Berapa lama jangka waktu produk tersebut di konsumen?</p> <p>8. Bagaimana cara mengoptimalkan produk</p>	

<p>tersebut hingga tetap diminati pengunjung?</p> <p>9. apakah anda berminat untuk membuka cabang?</p>	
<p>10. Apa yang anda ketahui tentang budaya entrepreneur?</p> <p>11. Apakah desa taji termasuk desa entrepreneur?</p> <p>12. apa yang menjadi landasan bapak mengatakan desa ini sudah termasuk entrepreneur?</p> <p>13. apakah desa taji ini sudah termasuk desa mandiri?</p> <p>14. apa saja produk unggulan di desa taji?</p>	

GAMBAR



<https://www.google.co.id/maps/place/Taji,+Kec.+Jabung,+Kabupaten+Malang,+Jawa+Timur>

Gambar 4.1 Maps Desa Taji



Gambar 4.1 Pemrosesan biji kop sebelum di produksi



Gambar 4.3 lokasi kopi taji lereng bromo



Gambar 4.3 profil kopi taji lereng bromo



Gambar 4.3 sosialisasi dengan masyarakat desa taji oleh bapak heri purnomo



Gambar 4.3 cara perawatan kopi taji oleh bapak heri purnomo



Gambar 4.3 mengawali usaha dan memanen kopi



Gambar 4.3 proses pengeringan kopi sebelum di produksi



Gambar 4.4. komunitas pecinta kopi semarang bersama bapak heri purnomo selku babinsa desa taji jabung.



Gambar 4.4 . komunitas pecinta kopi mahasiswa dari blitar



Gambar 4.4 dokumentasi sosialisasi promosi menggunakan media sosial



4.4. kemasan kopi taji terbaru semakin simple dan praktis.



Gambar 4.4. biji kopi siap untuk di produksi.



Gambar 4.4 promosi melalui media sosial



Gambar 4.4 hasil dari promosi melalui media sosial