

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P., Sunarti, S., & Mawardi, M. K. (2017). *Analisis swot pada umkm keripik tempe amel malang dalam rangka meningkatkan daya saing perusahaan* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Asmara, A. Y., & Rahayu, S. (2013). Meningkatkan daya saing industri kecil menengah melalui inovasi dan pemanfaatan jaringan sosial: pembelajaran dari klaster industri software di India. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 3(1).
- Bilung, S. (2016). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran sepeda motor honda pada CV Semoga Jaya di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur. *Ejurnal Administrasi Bisnis*, 116-127
- Daryanto, Arief. 2004. Keunggulan daya saing dan teknik identifikasi komoditas unggulan dalam mengembangkan potensi ekonomi regional. *Jurnal Agrimedia*, 9(2) : 51-62.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 5.
- David, Fred R. 2009. *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Dharmayanti, N., & Lestari, T. (2017). IMPLIKASI SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN DAN LINGKUNGAN INTERNAL TERHADAP STRATEGI BISNIS PADA KINERJA ORGANISASI. *JURNAL RISET AKUNTANSI TIRTAYASA*, 2(2), 63-74.

- Fakhrurrazi, F. (2021). Konsep Berpikir Sistemik dalam Penyusunan Rencana Strategis. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(1), 13-24.
- Furqon, M. 2019. *Analisis Strategis Pengembangan Berbasis Ekonomi Lokal pada UMKM Kopi Muria di Kabupaten Kudus*. Universitas Diponegoro.
- Fajriansyah, Rizki & Isniati. (2019). *Manajemen Strategik*. Yogyakarta
- Gaspersz, Vincent (2012). *All-in-one Strategic Management 20 Concepts, Models and Key Analyses in Strategic Management*
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., ... & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Yayasan Kita Menulis.
- Kemenperin. 2017. *Peluang Usaha IKM Kopi*. Jakarta: Ditjen Industri Kecil dan Menengah, Kementerian Perindustrian RI.
- Lathifah Hanim, S. H., Noorman, M. K. L. M. D. M., SSos, M., & Oprsla, M. T. (2023). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA*. Unissula Press.
- Maupa , Haris. “Factor-Faktor Yang Menentukan Pertumbuhan Usaha Kecil Di Sulawesi Selatan” Disertasi Program Pascasarjana UNHAS, 2014.
- MUDATSIR, M. (2020). *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Mr. Yess Coffee Di Kota Benteng Selayar* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Nazaruddin. (2018). *Manajemen strategik*. Palembang
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476

- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*, 1(1), 3-4.
- Ramdhani, D. (2018). Kontribusi Strategi Bisnis dan Lingkungan Eksternal dalam Meningkatkan Sistem Pengendalian Manajemen (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Perhotelan di Propinsi Banten). *Tirtayasa Ekonomika*, 13(2), 402-425.
- Rahmana, Arif. 2009. Peran teknologi informasi dalam peningkatan daya saing usaha kecil menengah. *Jurnal Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*: 2-5.
- Rahmawati, S. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 90-117
- Riyanto, S. (2018). Analisis pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha kecil menengah (UKM) di Madiun. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 5(3).
- Rugian, M. S., Tewal, B., dan Taroreh, R. N. 2019. Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Rumah Kopi Modern di Manado. *Jurnal EMBA* 7(4):5943–5952.
- Slamet, S. R. (2011). Waralaba (franchise) di Indonesia. *Lex Journalica*, 8(2), 18075.
- Sari, A. N., Pangestu, S., Erisya, Y., & Putri, A. M. (2021). Analisis Strategic Management Pada Restoran Cepat Saji McDonald's. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2917-2927.

- Sulistiani, D. (2014). Analisis swot sebagai strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis. *el-Qudwah*.
- Suryana, A. T., & Burhanuddin, B. (2021). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM Kopi: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Empiris. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 117-128.
- Umar, Husein. 1999. *Riset Strategi Perusahaan*. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama
- Widianti, T., & Damayanti, S. (2015). Analisis SWOT: Strategi Pengembangan Kelompok Penelitian. *Jurnal nasional. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia*.
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi*, 18(2), 32-45.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1: Surat Keterangan Telah Meneliti



### SURAT KETERANGAN

NO : 01/SKT/CC-MKS/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Manajer Area Ceylon Coffee Makassar menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Annisya Algivtya Syarifuddin  
NIM : A021181535  
Program Studi : Manajemen  
Perguruan : Universitas Hasanuddin (UNHAS) Makassar  
Judul Penelitian : “ **ANALISIS STRATEGI DALAM MENINGKATKAN  
DAYA SAING PRODUK KOPI PADA CEYLON  
COFFEE MAKASSAR** ”

Yang bersangkutan adalah benar mahasiswa dari Universitas Hasanuddin Makassar yang telah melakukan Penelitian di Ceylon Coffee Makassar mulai Tanggal 03 Juli 2023 S/D 03 Agustus 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk proses kelengkapan berkas ujian akhir kelulusan di Universitas Hasanuddin Makassar dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 07 Desember 2023

Manajemen Area Ceylon Coffee Makassar,

**Muhammad Ilham Alamsyah**

## Lampiran 2: Kuisioner Penelitian

### Analisis Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Kopi Pada Ceylon Coffee Makassar

#### A. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Ceylon Coffee Makassar

1. Perbandingan Untuk Faktor Internal Ceylon Coffee Makassar dengan Pesaing  
Berikut perbandingan unsur-unsur faktor internal dari Ceylon Coffee Makassar, dengan memberikan peringkat 1 sampai dengan peringkat 4 pada setiap faktor eksternal (pada kolom 3) untuk dapat diketahui seberapa efektif strategi pada saat ini terhadap respon setiap faktor, dimana :

- Peringkat 4 = Sangat Kuat.
- Peringkat 3 = Kuat.
- Peringkat 2 = Lemah.
- Peringkat 1 = Sangat Lemah.

Dengan memberikan bobot (pada kolom 2) kepada setiap faktor berkisar 0,0 (Tidak Penting) sampai 1,0 (Semua Penting). Faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja organisasional diberi bobot tertinggi, terlepas apakah faktor tersebut berupa kelemahan atau kekuatan. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

No.	Unsur-Unsur Faktor Internal	Bobot	Rating	Kekuatan / Kelemahan
1.	Rutin melakukan evaluasi dengan pegawai			Kekuatan / Kelemahan
2.	Ketersediaan fasilitas lengkap, bersih dan terawat, seperti: WI-FI, Toilet, Stock Kontak, <i>Live Music</i> , <i>Outdoor area / Smooking area</i> , dan Mushollah			Kekuatan / Kelemahan
3.	Ceylon Coffee melakukan R&D ( <i>Research and Developmen</i> )			Kekuatan / Kelemahan
4.	Ada variasi dalam menyeduh kopi			Kekuatan / Kelemahan
5.	Cita rasa dari produk kopi (Biji Kopi Toraja Sapan) yang digunakan			Kekuatan / Kelemahan
6.	Cita rasa dari produk kopi (Biji Kopi Mamasa) yang digunakan			Kekuatan / Kelemahan

7.	Peralatan pengelolaan kopi yang digunakan, seperti:			Kekuatan / Kelemahan
8.	Macam-macam jenis produk bahan baku yang digunakan, seperti:			Kekuatan / Kelemahan
9.	Persediaan bahan baku yang diperhitungkan dengan sangat baik			Kekuatan / Kelemahan
10.	Penentuan harga pokok			Kekuatan / Kelemahan
11.	Harga yang terjangkau dan pilihan menu yang beragam			Kekuatan / Kelemahan
12.	Tersedia pilihan makanan berat dan ringan/cemilan			Kekuatan / Kelemahan
13.	Meja yang disediakan banyak			Kekuatan / Kelemahan

14.	Tempat usaha yang besar			Kekuatan / Kelemahan
15.	Lahan parkir tidak terlalu besar			Kekuatan / Kelemahan
16.	Tingkat kepercayaan kepada pekerja			Kekuatan / Kelemahan
17.	Manajemen Ceylon Coffee memberikan peluang untuk meningkatkan <i>skill</i> Barista			Kekuatan / Kelemahan
18.	Kegiatan promosi penjualan maksimal / belum maksimal			Kekuatan / Kelemahan

**Catatan:**

## B. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

2. Perbandingan Untuk Faktor Eksternal Ceylon Coffee Makassar dengan Pesaing Berikut perbandingan unsur-unsur faktor internal dari Ceylon Coffee Makassar, dengan memberikan peringkat 1 sampai dengan peringkat 4 pada setiap faktor eksternal (pada kolom 3) untuk dapat diketahui seberapa efektif strategi pada saat ini terhadap respon setiap faktor, dimana :

- Peringkat 4 = Respon Sangat Baik dan Optimal dari Pihak Manajemen terhadap Lingkungan Eksternal.
- Peringkat 3 = Respon diatas Rata-Rata, dibandingkan Usaha dari Industri yang sama.
- Peringkat 2 = Respon Rata-Rata, sama dengan Usaha dari Industri yang sama.
- Peringkat 1 = Respon Pihak Manajemen Sangat Buruk Terhadap Lingkungan Eksternal.

Dengan memberikan bobot (pada kolom 2) kepada setiap faktor berkisar 0,0 (Tidak Penting) sampai 1,0 (Semua Penting). Faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja organisasional diberi bobot tertinggi, terlepas apakah faktor tersebut berupa kelemahan atau kekuatan. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

No.	Unsur-Unsur Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Peluang / Ancaman
1.	Lokasi Ceylon Coffee Makassar yang strategis			Peluang / Ancaman
2.	Lokasi Ceylon Coffee Makassar yang berada di dekat area perkantoran			Peluang / Ancaman
3.	Lokasi Ceylon Coffee Makassar yang berada di area wisata			Peluang / Ancaman
4.	Lokasi Ceylon Coffee Makassar yang berada di dekat pemukiman masyarakat			Peluang / Ancaman
5.	Perubahan gaya hidup masyarakat			Peluang / Ancaman

6.	Banyaknya pesaing			Peluang / Ancaman
7.	Ada banyak kedai kopi baru dengan konsep minuman yang berbeda			Peluang / Ancaman
8.	Akses jalan sering macet atau terjadi perbaikan			Peluang / Ancaman
9.	Berisik suara kendaraan karena berada di pinggir jalan utama			Peluang / Ancaman
10.	Ceylon Coffee Makassar dapat dipesan secara online, seperti: GoFood dan GrabFood			Peluang / Ancaman
11.	Ceylon Coffee Makassar menerima pembayaran <i>cashless</i> , seperti: Debit Card, Credit Card, dan QR Scan			Peluang / Ancaman
12.	Tidak stabilnya harga biji kopi Toraja Sapan			Peluang / Ancaman
13.	Tidak stabilnya harga biji kopi Mamasa			Peluang / Ancaman
14.	Tidak stabilnya harga bahan baku pembuatan minuman			Peluang / Ancaman
15.	Konsumen sering membeli produk dalam jumlah banyak			Peluang / Ancaman

16.	Memiliki penyediaan bahan baku yang baik			Peluang / Ancaman
17.	Memiliki kesamaan produk dengan pesaing pada industri yang sama			Peluang / Ancaman
18.	Adanya penjualan biji kopi yang digunakan dan membuka jasa proses pemanggangan biji kopi			Peluang / Ancaman

**Catatan:**

### Lampiran 3: Data Uji Validitas

#### A. Hasil Uji Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor- Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Peluang (O)</b>			
1. Perubahan gaya hidup masyarakat	0.13	2	0.26
2. Perkembangan pembayaran transaksi secara cashless	0.15	4	0.6
3. Minat masyarakat untuk konsumsi kopi makin tinggi	0.14	4	0.56
4. Kedai Kopi Ceylon Coffe yang berada di lokasi yang strategis dan akses transportasi yang mudah	0.1	4	0.4
5. Konsumen penikmat kopi dari berbagai usia	0.12	4	0.48
6. Supplier kopi yang mudah didapatkan	0.14	4	0.56
Sub Total Peluang	0.78		3.08
<b>Ancaman (T)</b>			
1. Banyaknya pesaing kedai kopi baru yang muncul	0.07	3	0.21
2. Tidak stabilnya harga biji kopi	0.06	1	0.06
3. Fluktuasi harga bahan baku lainnya	0.05	2	0.10
4. Lokasi Jalan dekat bisnis yang sering mengalami kemacetan	0.04	1	0.04
Sub Total Ancaman	0.22		0.41
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3.49</b>

#### B. Hasil Uji Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor- Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Kekuatan (S)</b>			
1. Produk beragam dan kualitas bahan bermutu	0.13	4	0.52
2. Citra rasa dari produk kopi yang digunakan	0.11	4	0.44
3. Evaluasi Pegawai yang Rutin	0.09	4	0.36
4. Ketersediaan fasilitas yang bersih, terawat dan lengkap	0.13	4	0.52
5. Harga produk yang terjangkau	0.1	4	0.4
6. Pemantauan kualitas yang ketat dengan dilakukannya R&D	0.08	3	0.24
7. Manajemen Skill karyawan yang baik	0.07	4	0.28
8. Strategi pemasaran yang bagus	0.08	4	0.32
Sub Total Kekuatan	0.79		2.56
<b>Kelemahan (W)</b>			
1. Lahan Parkir tidak terlalu besar	0.07	3	0.21
2. Kurang maksimalnya R&d	0.08	2	0.16
3. Kurangnya Skill barista dalam variasi penyeduhan kopi	0.06	2	0.12
Sub Total Kelemahan	0.21		0.49
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3.05</b>

### C. Hasil Uji QSPM (Qualitative Planning Strategic Model)

Key Factors	Bobot	ST1		ST2		ST3		ST4		ST5		ST6		ST7		ST8	
		AS	TAS														
<b>Kekuatan (S)</b>																	
1. Produk beragam dan kualitas bahan bermutu	0.13	4	0.52	4	0.52	3	0.39	4	0.52	2	0.26	3	0.39	4	0.52	1	0.13
2. Citra rasa dari produk kopi yang digunakan	0.11	4	0.44	4	0.44	3	0.33	3	0.33	2	0.22	3	0.33	4	0.44	1	0.11
3. Evaluasi Pegawai yang Rutin	0.09	1	0	1	0.09	1	0.09	1	0.09	1	0.09	4	0.36	2	0.18	4	0.36
4. Ketersediaan fasilitas yang bersih, terawat dan lengkap	0.13	1	0	1	0.13	1	0.13	1	0.13	4	0.52	1	0.13	4	0.52	2	0.26
5. Harga produk yang terjangkau	0.1	4	0.4	4	0.4	4	0.4	4	0.4	4	0.4	2	0.2	4	0.4	2	0.2
6. Pemantauan kualitas yang ketat dengan dilakukannya R&D	0.08	4	0.32	4	0.32	4	0.32	1	0.08	3	0.24	4	0.32	2	0.16	4	0.32
7. Manajemen Skill karyawan yang baik	0.07	1	0	1	0.07	1	0.07	1	0.07	1	0.07	4	0.28	2	0.14	4	0.28
8. Strategi pemasaran yang bagus	0.08	4	0.32	4	0.32	4	0.32	4	0.32	4	0.32	3	0.24	4	0.32	4	0.32
			2		2.29		2.05		1.94		2.12		2.25		2.68		1.98
<b>Kelemahan (W)</b>																	
1. Lahan Parkir tidak terlalu besar	0.07	1	0.07	1	0.07	1	0.07	1	0.07	1	0.07	1	0.07	4	0.28	1	0.07
2. Kurang maksimalnya R&D	0.08	4	0.32	4	0.32	1	0.08	4	0.32	1	0.08	2	0.16	3	0.24	1	0.08
3. Kurangnya Skill barista dalam variasi penyeduhan kopi	0.06	1	0.06	4	0.24	1	0.06	2	0.12	2	0.12	4	0.24	1	0.06	4	0.24
			0.45		0.63		0.21		0.51		0.27		0.47		0.58		0.39
<b>Peluang (O)</b>																	
1. Perubahan gaya hidup masyarakat	0.13	1	0.13	3	0.39	1	0.13	3	0.39	2	0.26	1	0.13	2	0.26	2	0.26
2. Perkembangan pembayaran transaksi secara cashless	0.15	1	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45	1	0.15	2	0.3	2	0.3
3. Minat masyarakat untuk konsumsi kopi makin tinggi	0.14	4	0.56	3	0.42	3	0.42	4	0.56	2	0.28	2	0.28	4	0.56	2	0.28
4. Kedai Kopi Ceylon Coffe yang berada di lokasi yang strategis dan akses transportasi yang mudah	0.1	1	0.1	3	0.3	3	0.3	4	0.4	4	0.4	2	0.2	4	0.4	2	0.2
5. Konsumen penikmat kopi dari berbagai usia	0.12	3	0.36	3	0.36	2	0.24	3	0.36	2	0.24	2	0.24	4	0.48	2	0.24
6. Supplier kopi yang mudah didapatkan	0.14	4	0.56	3	0.42	2	0.28	1	0.14	1	0.14	1	0.14	2	0.28	1	0.14
			1.86		2.34		1.82		2.3		1.77		1.14		2.28		1.42
<b>Ancaman (T)</b>																	
1. Banyaknya pesaing kedai kopi baru yang muncul	0.07	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28
2. Tidak stabilnya harga biji kopi	0.06	4	0.24	2	0.12	1	0.06	1	0.06	1	0.06	1	0.06	1	0.06	1	0.06
3. Fluktuasi harga bahan baku lainnya	0.05	1	0.05	2	0.1	1	0.05	1	0.05	1	0.05	1	0.05	1	0.05	1	0.05
4. Lokasi Jalan dekat bisnis yang sering mengalami kemacetan	0.04	1	0.04	1	0.04	1	0.04	1	0.04	4	0.16	1	0.04	4	0.16	1	0.04
			0.61		0.54		0.43		0.43		0.55		0.43		0.55		0.43
<b>Total</b>			4.92		5.8		4.51		5.18		4.71		4.29		6.09		4.22