

**ANALISIS PENGELOLAAN BISNIS PADA SKALA MIKRO
DI KOPI PAMRIYAN**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Program Studi Pendidikan Akuntansi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

Oleh:

DESSY WISDAFITRIAH

A 210 180 100

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGELOLAAN BISNIS PADA SKALA MIKRO DI KOPI
PAMRIYAN**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

DESSY WISDAFITRIAH

A 210 180 100

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Dr. Wafrotur Rohmah, M.M

NIDN. 0608115701


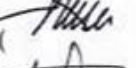

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS PENGELOLAAN BISNIS PADA SKALA MIKRO DI KOPI
PAMRIYAN

OLEH:
DESSY WISDAFITRIAH
A210180100

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari, Rabu 25 Mei 2022
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Syarat

Dewan Penguji

1. Dr. Wafrotur Rochmah, M.M
(Ketua Dewan Penguji)
2. Prof. Dr. Harsono, MS
(Anggota I Dewan penguji)
3. Tri Nur Wahyudi, S.Pd., M.M
(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()

Dekan,




Prof. Dr. Sutama, M.Pd

NIDN. 0007016002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepengetahuan saya juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 16 Februari 2022

Penulis



DESSY WISDAFITRIAH

A210180100

ANALISIS PENGELOLAAN BISNIS PADA SKALA MIKRO DI KOPI PAMRIYAN

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan bisnis pada skala mikro di Kopi Pamriyan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain penelitian etnografi. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Sedangkan teknik analisis data menggunakan model interaktif yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Perencanaan pegelolaan yang terdiri dari menganalisis prospek bisnis, perencanaan promosi, perencanaan kerjasama dengan pemasok kopi, perencanaan pada divisi pemasaran dan melaksanakan pemantauan petani desa (2) Pengorganisasian bisnis berjalan dengan baik sesuai dengan tugas serta tanggung jawab karyawan (3) Pelaksanaan bisnis selalu mengedepankan pelayanan, fasilitas dan kualitas produk (4) Pengawasan dilakukan setiap bulan oleh pihak pimpinan melalui pengontrolan kinerja karyawan, pengecekan bahan baku, pembaharuan mesin, peningkatan strategi pemasaran dan pelayanan kepada pelanggan.

Kata Kunci: pengelolaan, bisnis kopi, usaha mikro.

Abstract

This study aims to describe business management on a micro-scale in Pamriyan Coffee. This type of research is qualitative research with ethnographic research design. The techniques used in data collection use observation, in-depth interviews and documentation. The validity of the data uses triangulation source and triangulation techniques. Meanwhile, data analysis techniques use interactive models, namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study show that: (1) Management planning consist of analyzing business prospects, promotion planning, planning cooperation with coffee suppliers, planning in the marketing division, and carrying out monitoring of village farmers (2) Organizing the business is running well in accordance with the tasks, and employee responsibilities (3) Business implementation always prioritizes service, facilities, and product quality (4) Supervision is carried out every month by the leadership through controlling employee performance, checking raw materials, updating machines, improving marketing strategies, and service to customers.

Keywords: management, coffee business, micro-enterprise

1. PENDAHULUAN

Kopi ialah salah satu komoditas utama serta terpenting di negara Indonesia. Dalam perkopian dunia, secangkir kopi diibaratkan *a cup of java*. Secara historis, Indonesia (utamanya Jawa) terkenal menghasilkan kopi dengan cita rasa terbaik di dunia ketika masa penjajahan Belanda (Sudarto, 2017). Indonesia adalah produsen dan konsumen utama dari produk kopi. Sebagai produsen, Indonesia menduduki posisi keempat setelah Brasil, Vietnam serta Kolombia, serta konsumen menduduki pada posisi ketujuh sesuai *International Coffee Organization* (ICO) pada tahun 2017.

Bagi penduduk Indonesia, mengosumsi kopi sudah menjadi bagian dari kehidupan setiap hari. Jenis kopi yang umum dibudidayakan di Indonesia yaitu kopi robusta, kopi arabika dan kopi liberika (Yuliyanti et al., 2016). Indonesia memiliki berbagai macam kopi yang sangat populer dan dibanggakan di seluruh dunia di Nusantara seperti kopi luwak, kopi Jawa, kopi Toraja, kopi Sumatera, kopi Kintamani, kopi Lanang, kopi Wamena, kopi Gayo, kopi Jember dan lain-lain (Fauziah & Ihwan, 2015)

Tidak menutup kemungkinan juga perkembangan usaha kopi dunia akan berdampak pada perkembangan perindustrian kopi di Indonesia. Pertumbuhan perindustrian kopi di Indonesia terlihat dari bertambahnya jumlah kafe dan kedai kopi, serta berkembangnya industri pengolahan kopi baik dalam skala makro maupun mikro. Hingga akhir 2019, bisnis kopi diprediksi tumbuh 15-20 persen dibandingkan pertumbuhan tahun 2018 mencapai 8-10 persen Soetjipto (2020). Dengan adanya kemunculan pandemi COVID-19 yang menimpa hampir setiap negara di dunia, menyebabkan perekonomian menjadi kacau balau yang mempengaruhi individu, rumah tangga, usaha besar dan kecil, serta perekonomian nasional dan internasional (Taufik & Avianti, 2020). Sejak menyebarnya Covid-19 di Indonesia banyak sekali sektor yang dirugikan terutama pada usaha kecil dan menengah (UMKM). Hal ini berdampak pada pelaku usaha, konsumen serta pemilik usaha (Taufik & Avianti, 2020).

Kondisi ini mengakibatkan perubahan yang sangat drastis untuk pengelolaan bisnis kopi pada skala mikro. Di masa pandemi sekarang ini, Usaha Mikro Kecil serta Menengah (UMKM) di bidang perdagangan terjadi penurunan penjualan, produksi serta distribusi terhambat, permodalan sulit diperoleh, pengetahuan teknologi informasi kurang, serta jaringan usaha terhambat (Fitriyani et al., 2020). Maka dari itu pengusaha harus mempertimbangkan strategi yang akan diterapkan supaya perusahaannya bisa bertahan dari pandemi Covid. Strategi yang banyak diterapkan oleh pemilik bisnis adalah strategi POAC sesuai pernyataan POAC (Terry, 2009). Menurut (Sipayung, 2021) dalam penelitiannya menyebutkan strategi yang direkomendasikan untuk pemilik usaha adalah strategi progresif yaitu melakukan pengembangan strategi pemasaran dengan pemanfaatan teknologi. Untuk bisa bertahan dan keluar dari krisis, kehadiran inovasi UMKM menjadi solusi yang tepat (Malecki & Spigel, 2017). Menurut (Widodo et al., 2020) banyak UMKM yang mengalami penurunan pendapatan sehingga dampaknya banyak pengurangan karyawan dan bahkan berhenti beroperasi.

Hal ini juga dialami oleh pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada bisnis kopi. Di wilayah kabupaten Purworejo terhasil sekitar 400,29 ton pada tahun 2014,

produk diperoleh dari luas areal tanam 1,271.15 Ha (Badan Pusat Statistik Purworejo, 2016). Kopi merupakan komoditas perkebunan yang memiliki potensi memberikan sumber pendapatan bagi sebagian besar penduduk Purworejo yang menggantungkan mata pencahariannya dari kopi. Hal ini dimungkinkan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi daerah dengan mendirikan unit usaha pengolahan kopi yang bukan sekedar menghasilkan biji kering tetapi juga dalam wujud olahan yang memiliki nilai tambah guna meningkatkan nilai tambah komoditas kopi tersebut. Kopi Pamriyan merupakan salah satu dari 39 unit usaha mikro di Kabupaten Purworejo yang terdampak adanya pandemi covid-19. Maka dari itu setiap bisnis kopi pada skala mikro tentunya memiliki strategi masing-masing dalam melakukan pengelolaan bisnis kopi.

2. METODE

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Sesuai pernyataan (Muhtadi Abdul Mun'im, 2014) pada penelitian kualitatif peneliti menyusun gambaran kompleks, melakukan penelitian kata-kata, laporan, terinci dari pandangan responden, serta melaksanakan studi kondisi yang alami. Sedangkan desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu etnografi. Menurut (Harsono, 2019) penelitian etnografi yaitu penelitian kualitatif yang menyelidiki kehidupan suatu kelompok atau masyarakat, mempelajari, menjelaskan, menganalisis, dan menganalisis pola budaya kelompok masyarakat dalam interpretasi struktur, nilai, perilaku dan kepercayaan, serta hubungan antar bahasa yang diimplementasikan secara ilmiah untuk tujuan penyelidikan. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara spesifik serta dokumentasi. Keabsahan data pada penelitian ini memakai teknik triangulasi sumber serta teknik triangulasi metode. Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian memakai analisis model interaktif sesuai pernyataan Miles dan Huberman dalam Lisa (2010) terdapat 4 komponen analisis (1) mengumpulkan data, (2) mereduksi data, (3) menyajikan data, serta (4) menarik kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perencanaan Bisnis

Perencanaan yang dilakukan oleh pihak bisnis kopi dalam pengembangan bisnisnya dilakukan dengan cara melalui rapat koordinasi yang melibatkan pemilik dengan karyawan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan meliputi menganalisis prospek bisnis kopi di Kabupaten Purworejo, dimana Kopi Pamriyan sangat berpeluang karena mampu menghadirkan hal berbeda dengan yang lain, selain membuka warung kopi dengan

bangunan desain klasik berlantai, tetapi juga membuka jasa *roasting* dimana pembeli bisa belajar langsung cara membuat *brand* petikmera, sangat berpeluang di pasaran, hal ini terjadi karena startegi pemasaran yang bagus, tanggapan dari masyarakat baik, melakukan kerjasama dengan pemasok bahan baku produksi serta melakukan pemantauan kepada petani desa dalam proses panen untuk menjaga kualitas produk.

Untuk meningkatkan minat calon pembeli dalam membeli produk kopi dapat dilakukan dengan cara promosi dan penjualan produk kepada pelanggan baru baik di dalam ataupun di luar wilayah pemasaran yang menjadi target pasar saat ini. Dengan mengembangkan menu dan produk, dan khususnya dengan memperkenalkan pelanggan potensial pada kualitas rasa kopi yang superior yang mungkin belum mereka ketahui. Mempunyai daya tarik karena hanya satu-satunya bisnis yang berada di pedesaan dengan bangunan klasik yang mampu menghadirkan sekaligus dalam satu tempat ada warung kopi, penyedia jasa giling dan *roasting* serta penyedia penjualan produksi sendiri. Sehingga mampu mendapatkan pelanggan baru serta bisa di pastikan perusahaan memperoleh pasar yang lebih luas lagi.

Menargetkan pada divisi pemasaran untuk selalu memperoleh order yang maksimal dengan cara menetapkan target penjualan yang ditentukan oleh pemilik bisnis setiap bulan. Pemilik bisnis juga mempunyai strategi jangka panjang yaitu memperluas daerah pemasarannya baik dipasar domestik wilayah Purworejo maupun luar kota dengan target yang lebih luas. Hasil penelitian ini memiliki keselarasan dengan penelitian yang dilaksanakan (Pohludka et al., 2018) bahwa dalam perencanaan semua langkah direncanakan secara terperinci untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam implementasi kerja dengan tepat. Hasil dari penelitian ini juga relevan dengan penelitian (Fitraza & Djalal, 2021) bahwa rencana yang matang yaitu rencana yang memberikan implementasi, rencana yang realistis dan rasional untuk mencapai sasaran agar bermanfaat persiapan bisnis. Perencanaan bisnis sangat penting untuk mendukung bisnis yang lebih baik.

3.2 Pengorganisasian Bisnis

Pengorganisasian (*Organizing*) adalah kegiatan menerapkan semua aktivitas yang perlu dilakukan seluruh kelompok kerja dan menetapkan wewenang dan tanggung jawab khusus untuk membantu organisasi mencapai tujuan yang ditetapkan. Pengorganisasian yang diterapkan di Kopi Pamriyan adalah dengan cara pembagian peraturan yang mencakup tugas operasional masing-masing karyawan. Hal ini sejalan dengan rencana pembagian kerja yang selanjutnya dikendalikan oleh organisasi dengan membagi tugas

operasional antara karyawan dengan sistem kerja yang fleksibel. Selama ini tujuan dari adanya sistem kerja yang fleksibel adalah untuk mencapai efisiensi dan efektivitas dalam hal ketahanan dan kemampuan tindak lanjut, sekaligus meminimalkan hambatan dari setiap orang yang terlibat.

Hasil penelitian ini memiliki keselarasan dengan penelitian yang dilaksanakan (Sihombing et al., 2020) dalam penelitian tersebut diperoleh kepuasan kerja yang berpengaruh pada produktivitas kerja dan merupakan tujuan penting dari manajemen sumber daya manusia (SDM). Hasil dari penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan (Nagy et al., 2018) bahwa saat ini, revolusi industri dalam kualitas perubahan tersebut terlihat dari keseluruhan proses produksi yang dikelola dan diawasi secara terpadu namun fleksibel. Agar tetap kompetitif dalam lingkungan global, maka perusahaan perlu terus mengembangkan sistem produksi mereka dan mengakomodasi permintaan pasar yang berubah.

3.3 Pelaksanaan Bisnis

Dalam pelaksanaan bisnis di Kopi Pamriyan mengedepankan kualitas produk dengan cara membeli bahan baku kopi sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Kualitas kopi dimulai dari proses panen kebun dan berlanjut ke proses pasca panen hingga dihasilkan biji kopi kering (*green bean*). Secara garis besar proses pengolahan kopi selanjutnya juga dilakukan untuk menjaga kualitas kopi tetap prima, mulai dari penyangraian (*roasting*), penggilingan (*grinding*), sampai dengan menjadi produk bubuk kopi yang siap dikemas dan dijual.

Menyediakan mesin dan peralatan produksi yang berkualitas dimana dengan model seperti ini meski dapat dijalankan sebagai usaha perorangan, tetapi membutuhkan biaya investasi relatif tinggi. Peralatan dan mesin, serta pengolahan kopi yang kompeten, terlatih dan menguasai, memerlukan investasi yang wajar untuk pemula. Beberapa kunci sukses bisnis dan keahlian di sektor hilir industri kopi adalah barista dengan cita rasa yang unik, tempat yang tepat untuk berbisnis, dan keterampilan khusus yang dapat menghasilkan proporsi nilai yang sesuai dengan nilai pelanggan.

Strategi memperluas pasar yang bertujuan untuk meningkatkan target pendapatan bersih setiap bulan. Strategi pemasaran ini diperlukan menjadi pilihan yang tepat tentang segmen pasar, keputusan pasar sasaran, dan penentuan posisi pasar melalui Website dan media sosial seperti Instagram, Facebook, Telegram, WhatsApp, Line dan Twitter telah memberikan banyak peluang bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan pasarnya, terutama dalam hal promosi untuk menarik target pasar yang dituju. Pengarahan dari

pemilik bisnis yang diberikan kepada karyawan mengenai cara menawarkan produk yang baik yaitu dengan cara berkomunikasi untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen dan memberikan bonus jika sesuai target penjualan semuanya sudah tercapai dengan baik serta berpartisipasi dalam *event* pameran makanan dan minuman lokal/nasional. Namun dalam pelaksanaan terdapat kendala pengiriman produk dan tidak dapat mengikuti *event* ditiadakan pada saat covid-19 ini, yang mempengaruhi produktivitas kerja. Pemasaran digital merupakan solusi yang tepat upaya pengembangann usaha kopi melalui pemilihan layanan online, peningkatan meningkatkan promosi di media sosial, mengembangkan kreativitas konten digital dan menggunakan KOL/*influencer local*.

Hasil penelitian ini memiliki keselarasan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Wahid, 2016) dalam penelitian tersebut didapatkan hasil bahwasanya setiap orang di perusahaan, termasuk manajer produksi serta manajer pemasaran, dan terutama manajer pemasaran, diberikan instruksi tentang cara efektif memperkenalkan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan potensial, berkomunikasi secara efektif dengan pembeli, serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Setelah itu, diharapkan manajer pemasaran dapat melatih staf pemasaran. Lalu memberikan umpan balik berupa penghargaan kepada staf pemasaran sebagai pengakuan atas upaya mereka dan mendorong mereka untuk bekerja lebih keras jika target yang diharapkan dapat terpenuhi, ataupun jika staf pemasaran menerima pesanan dari pelanggan dengan harga yang kompetitif.

3.4 Pengawasan Bisnis

Dalam bisnis Kopi Pamriyan pengawasan tidak hanya dalam implementasi, tetapi juga dalam perencanaan dan pengorganisasian. Pada dasarnya ada juga proses evaluasi untuk memastikan bahwa semua kegiatan tidak menyimpang dari tujuan yang dilakukan pemilik bisnis setiap sebulan sekali, mulai dari pembahasan keberlangsungan bisnis melalui pengontrolan kinerja karyawan, pengecekan bahan baku, pembaharuan mesin, peningkatan strategi pemasaran dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Hasil penelitian ini memiliki keselarasan dengan penelitian yang dilaksanakan (Islami et al., 2018) yang menyatakan bahwa evaluasi karyawan adalah salah satu cara yang paling efisien melatih, memotivasi, dan mengevaluasi karyawan saat ini. Sistem penilaian kinerja digunakan oleh sebuah organisasi yang mengukur efektivitas dan efisiensi karyawan.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa perencanaan dalam pengembangan bisnisnya dilakukan melalui rapat koordinasi yang melibatkan pemilik dengan karyawan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengorganisasian dalam bisnis Kopi Pamriyan dapat beroperasi dengan baik berdasarkan tanggung jawab antar karyawan, hal ini karena mempengaruhi produktivitas kerja. Dalam pelaksanaan bisnis Kopi Pamriyan lebih mengedepankan kualitas produk dengan cara memilih bahan baku sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Pengawasan dalam bisnis dilakukan oleh pimpinan dengan karyawan setiap bulan, karena pengawasan dalam bisnis sangat penting guna menjaga supaya semua aktivitas tidak berlawanan dari tujuan yang ingin dicapai. Pada dasarnya dalam pengawasan juga terdapat tahapan pengevaluasian mulai dari pengontrolan kinerja karyawan, pengecekan bahan baku, pembaharuan mesin, peningkatan strategi pemasaran dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauziah, U., & Ihwan, A. (2015). Analisa Rantai Nilai Distribusi Kopi di Kabupaten Garut. *Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut*, 01(13).
- Fitraza, I., & Djalal, F. (2021). Pengelolaan Bisnis Jasa Cuci Sepatu pada Skala Mikro di Purwodadi. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fitriyani, I., Sudiarti, N., & Foetroh, N. . (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Sciences and Humanities*, 1(2), 87–95.
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Sukoharjo: Jasmine.
- Islami, X., Mulolli, E., & Mustafa, N. (2018). Using Management by Objectives as a performance appraisal tool for employee satisfaction. *Future Business Journal*, 4(1), 94–108. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2018.01.001>
- Malecki, E. J., & Spigel, B. (2017). Innovation and Entrepreneurship. In *Edward Elgar Publishing Limited*. <https://doi.org/10.4337/9781782548522.00050>
- Muhtadi Abdul Mun'im. (2014). *Metode Penelitian Untuk Pemula*. Sukoharjo: Gumpang Agung III.
- Nagy, J., Oláh, J., Erdei, E., Máté, D., & Popp, J. (2018). The role and impact of industry 4.0 and the internet of things on the business strategy of the value chain-the case of hungary. *Sustainability (Switzerland)*, 10(10). <https://doi.org/10.3390/su10103491>
- Pohludka, M., Stverkova, H., & Ślusarczyk, B. (2018). Implementation and unification of the ERP system in a global company as a strategic decision for sustainable entrepreneurship. *Sustainability (Switzerland)*, 10(8). <https://doi.org/10.3390/su10082916>
- Sihombing, R. P., Panjaitan, R. F., & Siregar, R. (2020). Hubungan Kepuasan Kerja Dengan Kinerja Pegawai di Rumah Sakit Umum Sembiring Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang Tahun 2018. *Jurnal Kajian Kesehatan Masyarakat*, 2(1), 1–7.

- Sipayung, S. M. N. (2021). Analisis Strategi bisnis pada Kedai Kopi Aceh Kuphi Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 148– 153.
- Soetjipto, H. . (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: K-Media.
- Sudarto. (2017). *Peluang Usaha IKM Kopi* (Vol. 44, Issue 8). Kementrian Perindustrian Republik Indonesia.
- Taufik, & Avianti, E. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan (The Impact Of Covid-19 Pandemic On Business and Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 21–32.
- Terry, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Karanganyar: PT. Bumi Aksara.
- Wahid, A. (2016). Fakultas Teknik , Jurusan Teknik Industri Universitas Yudharta Pasuruan Landasan Teori. *Perkembangan Dan Pengelolaan Perusahaan Garment*, 46–57.
- Widodo, P. ., Hajar, N., & Maghfiroh, L. (2020). Small Medium Micro Business Strategies In Dealing With The Impact Of The Covid-19 Pandemic. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(3),343–353.
- Yuliyanti, T., Titisari, H. K., & Nurlela, S. (2016). Analisis Usaha Pengelolaan Kopi Jahe Skala Mikro Studi Kasus: Unit Kopi Rakyat di Wewewa Tengah- Sumba Barat Daya. *Seminar Nasional IENACO*, 541–548.