

Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Kopi (*Coffea sp*)

Dede Mahmiludin^{1*}, Dety Sukmawaty², Ning Srimenganti³, Soni Kurniawan⁴

^{1*,2,3,4}Program Studi Agrinisis Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti

Korespondensi: dedemahmiludin@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the demonstration and influence of product, price, and place factors on coffee sales volume in Koffie Tandjoeng. This research uses descriptive and verification methods with a quantitative approach. The sample used was 40 respondents. The sampling technique is purposive sampling with a data analysis method using multiple linear regression in SPSS version 25. The results of the study coefficient of determination (R²) amounted to around 0.823, meaning that the variables product, price, and place explained 82.3% of the variable coffee sales volume. Test results F, nilai F count 61.645 > Ftable 2.87. Test results t variable product t count -4.306 < t table -2.028, variable price, t count 13.322 > table 2.028 and variable place, t count -2.530 < table -

2.028. Koffie Tandjoeng is a coffee roastery since 2012, which emphasizes the image of local Sumedang coffee. The coffee processing methods used at Koffie Tandjoeng are a natural process, washed process, and a honey process. The results of multiple linear regression analysis, the result of test F can be stated that product, price, and place factors simultaneously have a significant effect on coffee sales volume in Koffie Tandjoeng. The results of the t-test can be stated that partially the product and place factors have a negative effect on sales volume, while the price factor has a positive effect on coffee sales volume in Koffie Tandjoeng.

Keywords: product, price, place, sales volume, Koffie Tandjoeng

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keragaan dan pengaruh dari faktor produk, harga dan tempat terhadap volume penjualan kopi di Koffie Tandjoeng. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden. Teknik pengambilan sampel adalah sampling purposive dengan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda pada SPSS versi 25. Hasil penelitian koefisien determinasi (R²) sebesar sekitar 0,823, artinya variabel produk, harga dan tempat menjelaskan 82,3% terhadap variabel volume penjualan kopi. Hasil uji F, nilai F_{hitung} 61,645 > F_{tabel} 2,87. Hasil uji t variabel produk t_{hitung} -4.306 < t_{tabel} -2,028, variabel harga, t_{hitung} 13.322 > t_{tabel} 2,028 dan variabel tempat, t_{hitung} -2.530 < t_{tabel} - 2,028. Koffie Tandjoeng merupakan *coffee roastery* sejak tahun 2012, yang mengedepankan citra kopi lokal Sumedang. Metode pengolahan kopi yang digunakan di Koffie Tandjoeng yaitu metode *natural process*, *washed process* dan *honey process*. Hasil analisis regresi linear berganda, hasil uji F dapat dinyatakan bahwa faktor produk, harga dan tempat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kopi di Koffie Tandjoeng. Hasil uji t dapat dinyatakan bahwa secara parsial faktor produk dan tempat berpengaruh negatif terhadap volume penjualan, sedangkan faktor harga berpengaruh positif terhadap volume penjualan kopi di Koffie Tandjoeng.

Kata kunci: produk, harga, tempat, volume penjualan, Koffie Tandjoeng

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris dengan berbagai macam hasil alam yang melimpah. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik tahun 2021 sektor pertanian, kehutanan dan perikanan berperan cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup besar yaitu sebesar 13,28 persen pada tahun 2021 atau merupakan urutan kedua setelah sektor Industri Pengolahan. Salah satu sub sektor pertanian yaitu sub sektor perkebunan memberikan menyumbang sebesar 3,94 persen pada tahun 2021 terhadap PDB Indonesia (Badan Pusat Statistika, 2021).

Salah satunya adalah komoditas kopi, Produksi kopi di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 786,2 ribu ton meningkat sekitar 3,12% dari tahun sebelumnya.. Produksi kopi nasional bersumber dari tiga jenis perkebunan yaitu perkebunan besar negara sebesar 0,53% atau 4,1 ribu ton dengan luas lahan 13,31 ha, perkebunan besar swasta sebesar 0,15% atau 1,2 ribu ton dengan luas lahan 8,46 ha dan terbesar adalah perkebunan rakyat sebesar 99,32% atau 780,9 ribu ton dengan luas lahan 1.257,79 ha. Pada produksi kopi nasional Jawa Barat adalah produsen dengan sumbangsih sekitar 24.333 ton kopi dengan total luas lahan produksi 51,779 ha (Badan Pusat Statistika, 2021). Kabupaten Sumedang sendiri menyumbang sekitar 825 ton kopi nasional pada tahun yang sama dan menempati urutan ke 7 di Jawa Barat.

Peningkatan produksi kopi nasional menjadikan Indonesia menjadi produsen kopi terbesar ke 4 di dunia. Peningkatan produksi ini juga diikuti dengan meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia menurut menurut data dari *International Coffee Organization* (ICO). Konsumsi kopi di Indonesia mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kilogram pada rentang 2020/2021 atau mencapai 300 ribu ton (Mahmudan, 2022). Hal itu dikarenakan kopi bukan hanya sekedar minuman namun di era modern seperti saat ini kopi sudah menjadi

bagian dari gaya hidup masyarakat (Kejora et al., 2022; Widagdo et al., 2022). Pertumbuhan restoran, rumah makan dan *café* termasuk didalamnya adalah kedai kopi atau *coffee shop* di Kabupaten Sumedang menurut (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, 2022), pada tahun 2019 berjumlah 190 unit, tahun 2020 berjumlah 146 unit dan tahun 2021 berjumlah 202 unit. Hal ini semakin menguatkan akan meningkatnya konsumsi kopi nasional. Selain menjadi bukti kuat meningkatnya konsumsi nasional *coffee shop* juga menjadi sebuah pasar yang menjanjikan bagi produsen kopi sangrai atau *coffee roastery*. Peningkatan konsumsi kopi menjadi sebuah pasar yang menjanjikan bagi produsen kopi sangrai atau *coffee roastery*. Salah satunya adalah Koffie Tandjoeng yang merupakan produsen kopi sangrai atau *coffee roastery* sejak tahun 2012 yang berlokasi di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang.

Rasa dan aroma pada minuman kopi salah satunya dibentuk dari proses penyangraian untuk membedakan cita rasa biji kopi tidak dapat dilihat secara kasat mata melainkan harus mengalami proses sangrai terlebih dahulu (Adziimaa & Rachmadiani, 2022).

Meningkatnya konsumsi kopi dan pertumbuhan kedai kopi di Kabupaten Sumedang, ternyata belum sepenuhnya berpengaruh terhadap penjualan kopi di Koffie Tandjoeng itu sendiri, menurut pemilik menyebutkan bahwa penjualan kopi belum sepenuhnya mengalami peningkatan yang konsisten namun masih terjadi fluktuasi terhadap penjualan kopi. Faktor penting dalam kegiatan perusahaan ialah pemasaran, kegiatan pemasaran mengarah kepada tujuan perusahaan yaitu peningkatan laba perusahaan melalui kenaikan volume penjualan. Volume penjualan dapat ditunjang dengan mengoptimalkan strategi pemasaran melalui faktor-faktor yang terdiri dari harga, promosi, distribusi/tempat dan produk (Asrida et al., 2019).

Penjualan adalah berkumpulnya antara pembeli dan penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang dan jasa

berdasarkan pertimbangan yang berharga seperti uang (Winardi, 2005). Volume penjualan merupakan pencapaian perusahaan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Dalam kegiatan pemasaran kenaikan volume penjualan adalah ukuran efisiensi, meski tidak setiap kenaikan volume penjualan diikuti dengan kenaikan laba. Jadi dapat diartikan bahwa volume penjualan adalah jumlah dari kegiatan penjualan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dalam suatu ukuran waktu tertentu (Sumarni et al., 2021). Keragaan usaha Koffie Tandjoeng, Mengetahui pengaruh faktor produk, harga dan tempat secara simultan terhadap volume penjualan kopi di Koffie Tandjoeng.

METODE

Penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, dengan analisis regresi linear berganda menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25, dengan populasi dan sampel adalah semua pelanggan yang pernah membeli produk Koffie Tandjoeng berjumlah 40 responden, yang ditentukan menggunakan teori Roscoe.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data primer diperoleh langsung dari pelanggan Koffie Tandjoeng dengan menggunakan daftar pertanyaan berupa kuesioner. Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder diperoleh dari kajian literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, penelitian terdahulu dan instansi atau lembaga yang dinilai mendukung serta menguatkan terhadap penelitian.

Variabel dalam penelitian ini di klasifikasikan menjadi terikat (dependen) dan variabel bebas (independen). Variabel variabel terikat (dependen) adalah variabel yang menurut peneliti akan dipengaruhi oleh variabel lain dalam suatu eksperimen, sedangkan variabel bebas (independen) merupakan variabel yang menurut peneliti akan mempengaruhi variabel dependen (terikat)

dalam suatu eksperimen (Hardaniet al., 2020). Pada tabel 3.1 dalam melakukan pengukuran variabel pada penelitian ini menggunakan skala rasio dan variabel dummy. Operasional Variabel sebagai berikut:

1. Produk merupakan pilihan variasi menu kopi yang ditawarkan dan dapat dibeli oleh pelanggan Koffie Tandjoeng guna memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan Produk (X1) Variabel Dummy 0 = Kopi Robusta 1 = Kopi Arabika dalam hal ini adalah jenis kopi robusta dan arabika.
2. Harga sebagai sejumlah uang yang dibayarkan pelanggan dalam mendapatkan produk kopi dengan jumlah tertentu yang didapatkan pelanggan di Koffie Tandjoeng. Harga (X2) Skala Rasio Nominal Rupiah.
3. Tempat adalah jarak yang ditempuh oleh pelanggan Koffie Tandjoeng dalam mendapatkan produk yang diinginkan menuju lokasi perusahaan atau lokasi usaha. Tempat (X3) Skala Rasio Meter.
4. Volume penjualan merupakan jumlah produk kopi yang didapatkan oleh pelanggan Koffie Tandjoeng dengan jumlah uang tertentu sebagai pencapaian perusahaan yang ditentukan dengan data kuantitatif yaitu gram. Volume Penjualan (Y) Skala Rasio gram.

Teknik Analisis dan Uji Hipotesis

1) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan karakteristik responden dan keragaan perusahaan dan variabel produk, harga dan tempat di lokasi penelitian.

2) Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu produk, harga dan tempat terhadap volume penjualan Koffie Tandjoeng dengan bantuan alat analisis yaitu *software* SPSS.

3) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi

normal. Uji normalitas dideteksi dengan Analisis grafik, dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal, namun metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal, dimana distribusi normal membentuk garis diagonal jika distribusi data residual normal maka data yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2018).

b. Analisis statistik

Analisis statistik non-parametrik uji Kolmogorof-Smirnov (KS) (Ghozali, 2018), dengan dasar pengambilan keputusan dari analisis ini apakah model regresi memenuhi asumsi normalitas sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai $Sig > \alpha$ maka nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai $Sig < \alpha$ maka nilai residual berdistribusi tidak normal.

3) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (nilai korelasi antar variabel sama dengan nol) (Ghozali, 2018). Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance ≤ 0.10 atau dengan nilai variance inflation factor (VIF) ≥ 10 .

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas (Ghozali, 2018). Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada

membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu untuk mengetahui heteroskedastisitas dengan melakukan uji Glejser, menurut Gujarati, 2003 uji Glejser dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2018).

5) Transformasi Data

Teknik estimasi dalam variabel dependen yang melandasi analisis regresi disebut dengan Ordinary Least Square (OLS) atau pangkat kuadrat terkecil biasa. Jika memenuhi semua asumsi klasik maka akan memberikan hasil yang Best Linear Unbiased Estimator (BLUE) (Ghozali, 2018). Jika data tidak memenuhi salah satu asumsi klasik maka dapat dilakukan dengan transformasi data menjadi bentuk logaritma natural (Ln) agar data dapat memenuhi asumsi klasik.

Model yang digunakan adalah dengan model regresi semi-log yaitu dengan variabel dependen diubah menjadi bentuk logaritma natural (Ln) dan variabel independen tetap ataupun sebaliknya. Sehingga persamaannya menjadi $\ln Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$.

6) Uji Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah pernyataan mengenai sifat populasi sedangkan uji hipotesis ialah suatu prosedur untuk pembuktian kebenaran sifat populasi berdasarkan data sampel (Basuki, 2017). Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Tempat dan Waktu

Tempat penelitian yang dipilih adalah Koffie Tandjoeng yang terletak di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang. Pemilihan tempat penelitian dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa Koffie Tandjoeng merupakan salah satu coffee roastery yang melakukan pengolahan kopi di Kecamatan Tanjungsari dengan mengedepankan citra kopi

lokal Sumedang. Waktu penelitian yang dibutuhkan meliputi penulisan makalah skripsi bulan Juni-Juli 2023, pelaksanaan penelitian lapangan bulan Juli 2023, pengolahan data dan penulisan skripsi dilakukan pada bulan Agustus 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis karakteristik responden mempresentasikan dari 40 responden bahwa 37 responden merupakan laki-laki dan 3 responden perempuan, rentang usia terbanyak adalah pada rentang usia 41-48 tahun sebanyak 15, responden dengan rentang pendapatan terbanyak adalah pada rentang pendapatan

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
X1	0,969	1,032	Tidak terjadi Multikolinearitas
X2	0,870	1,149	Tidak terjadi Multikolinearitas
X3	0,894	1,119	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2019

Uji Multikolinearitas, dilihat dari semua variabel X1, X2, X3 atau variabel produk, harga dan tempat, tidak adanya nilai tolerance $\leq 0,10$ yang menunjukan tidak adanya variabel independen yang berkorelasi lebih dari 95%

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Variabel Independen	Nilai Probabilitas Signifikansi	Standar Error (α)	Keputusan
X1 (Produk)	0,513	0,05	Homoskedastisitas
X2 (Harga)	0,453	0,05	Homoskedastisitas
X3 (Tempat)	0,602	0,05	Homoskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2023

Uji Heteroskedastisitas, uji *Glejser* diperoleh nilai probabliliti signifikansi variabel X1, X2 dan X3 lebih besar dari $\alpha=5\%$. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji *Glejser* bahwa data

Rp2.800.000 – Rp4.100.000 sebanyak 13 responden.

Tabel 1. Uji Normalitas

Test Statistic	0.097
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,2

Sumber : Data primer diolah, 2023

Uji Normalitas, dilihat dari hasil uji normalitas menggunakan metode uji *Kolmogorov-Smirnov*, yaitu nilai asymp sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ ($\alpha=5\%$). Sehingga dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data telah memenuhi uji asumsi klasik yaitu uji normlitas data.

dan tidak ada nilai *varian* inflastion *factor* (VIF) ≥ 10 . Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data memenuhi uji asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas.

homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, maka data memenuhi asumsi klasik yaitu uji heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	T	Sig T
X1 (Produk)	-0,294	-4.306	0,000
X2 (Harga)	0,961	13.322	0,000
3 (Tempat)	-0,180	-2.530	0,016
Adjusted R ²	0,823		
F	61,645		
Sig. F	0,000		

Sumber: Data primer diolah, 2023

$$\text{LnY} = -0,294 \text{ X1} + 0,961 \text{ X2} - 0,180 \text{ X3}$$

Berdasarkan Tabel 4 dapat di jelaskan hasil uji regresi linear yaitu koefisien determinasi (*goodness of fit*), uji F dan uji t, dengan hasil sebagai berikut:

1) Koefisien Determinasi (*Goodness of Fit*)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi atau *adjusted R²* berdasarkan tabel 4.11 adalah sebesar 0,823 atau sekitar 82,3%, artinya bahwa variabel produk, harga dan tempat menjelaskan sekitar 82,3% terhadap variabel volume penjualan kopi di Koffie Tandjoeng. Sedangkan sisanya yaitu 17,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model yang diajukan.

2) Uji F

Nilai F_{hitung} hasil analisis adalah sebesar 61,645 dengan nilai Sig. 0,000, berdasarkan taraf signifikansi $\alpha=0,05$ maka F_{tabel} adalah $F = (df1 ; df2) = (k-1 ; n-k-1) = (4-1 ; 40-4-1) = (3 ; 35) = 2,87$. Dengan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan dengan dasar keputusan uji F adalah apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau apabila nilai signifikansi $< \alpha=0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai $F_{\text{hitung}} 61,645 > F_{\text{tabel}} 2,87$ dan signifikansi $0,000 < \alpha=0,05$, sehingga kesimpulan hipotesis 1, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen yaitu produk, harga dan tempat secara simultan berpengaruh signifikan

terhadap variabel dependen yaitu volume penjualan kopi di Koffie Tandjoeng.

3) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen yaitu produk, harga dan tempat secara parsial terhadap variabel dependen yaitu volume penjualan. Dasar keputusan yang diambil bahwa jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha=0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan adanya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai t_{tabel} adalah $t = (df) = (n-k) = (40-4) = (36) = 2,028$.

a. Hipotesis Variabel Produk

Variabel produk (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar $-4,036 < t_{\text{tabel}} -2,028$ dengan nilai signifikansi $0,000 < \alpha=0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y).

b. Hipotesis Variabel Harga

Variabel harga (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar $13,322 > t_{\text{tabel}} 2,028$ dengan nilai sig $0,000 < \alpha=0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y).

c. Hipotesis Variabel Tempat

Variabel tempat (X3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar $-2,530 < t_{\text{tabel}} -2,028$ dengan nilai sig $0,042 < \alpha=0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tempat (X3) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y).

Selanjutnya dilihat dari koefisien regresi nilai X^2 paling besar, hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh dominan terhadap volume penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilaksanakan di Koffie Tandjoeng, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Koffie Tandjoeng merupakan *coffee roastery* sejak tahun 2012, mengedepankan citra kopi lokal Sumedang yang berasal dari gunung Manglayang dan Kawasan Kareumbi dengan jenis kopi arabika dan robusta dengan harga yang disesuaikan pada prinsip *cost-value pricing*. Metode pengolahan kopi yang digunakan di Koffie Tandjoeng yaitu pengolahan dengan metode *natural process*, *washed process* dan *honey process*.
2. Berdasarkan hasil analisis data yaitu uji regresi linear berganda, hasil uji F dapat dinyatakan bahwa faktor produk, harga dan tempat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kopi di Koffie Tandjoeng.
3. Berdasarkan hasil analisis data yaitu uji regresi linear berganda, hasil uji t dapat dinyatakan bahwa secara parsial faktor produk dan tempat berpengaruh negatif terhadap volume penjualan, sedangkan faktor harga berpengaruh positif terhadap volume penjualan kopi di Koffie Tandjoeng.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, hasil penelitian serta pengamatan selama penelitian, adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian terkait tempat dapat dipertimbangkan untuk membuka tempat yang lebih dekat dengan keramaian atau jalan utama yaitu Jln. Bandung-

Sumedang untuk mempermudah akses pelanggan dan meningkatkan *visibilitas* tempat usaha dan juga dapat dipertimbangkan untuk melakukan penjualan melalui platform digital atau dengan menggunakan jasa pengiriman instan guna menjangkau pasar yang lebih luas dan menjangkau pelanggan yang terlampau jauh, serta sulit untuk membeli produk secara langsung ke lokasi usaha. Berhubung hal tersebut sudah menjadi trend sejak beberapa tahun terakhir.

2. Berdasarkan hasil analisis, koefisien regresi produk menunjukkan volume penjualan kopi arabika 2,94% lebih rendah dari pada kopi robusta, sehingga dapat dipertimbangkan untuk lebih banyak memproduksi dan mengolah kopi berjenis robusta untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil analisis, disarankan untuk tetap menjaga kualitas kopi sesuai dengan harga yang ditawarkan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adziimaa, A. F., & Rachmadiani, A. O. (2022). Implementasi Mesin Sangrai Biji Kopi Portabel dengan Display Berbasis Internet of Things pada UMKM Ursa Roastery, Gresik. *Sewagati*, 7(2), 194–202. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i2.459>
- Asrida, P. D., Saputra, I. N. T., & Yuntini, N. W. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk Twisterdog. *Jurnal IKIP PGRI Bali*, 1–18.
- Badan Pusat Statistika. (2021). *Statistik Kopi Indonesia 2021*.
- Basuki, A. T. (2017). *Pengantar Ekonometrika (Dilengkapi Penggunaan Eviews)*. Danisa Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas

- Diponegoro.
- Kejora, B., Suherman, & Sari, R. M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Minuman Kopi (Suatu Kasus di Kedai Kopi Harum Manis Karang Tengah Kota Tangerang). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 15(1), 11–25.
- Mahmudan, A. (2022). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021*. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>
- Sumarni, Nadhifah, N. I., & Susilawati. (2021). Analisis Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Volume Penjualan pada Dealer Bonanza Motor. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 36–43.
- Widagdo, N. O., Nuraini, C., & Mamoen, M. I. (2022). Tingkat Kepuasan Konsumen Kedai Kopi di Kota Tasikmalaya. *Agribusiness System Scientific Journal*, 2(1), 1–10.
- Winardi, J. (2005). *Manajemen Perubahan*. Prenada Media.