



---

**MODEL PEMBERDAYAAN KREATIVITAS MAHASISWA : VARIAN PRODUK KOPI  
UNTUK BISNIS MODERN SEBAGAI DAYA TARIK OBYEK PARIWISATA LOKAL**

Oleh

**Eddi Indro Asmoro<sup>1)</sup>, Artin Bayu Mukti<sup>2)</sup>, Azis Nur Rosyid<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

<sup>1</sup>Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri, Universitas Stikubank (UNISBANK)

Semarang

<sup>2,3</sup>Fakultas Pariwisata Jurusan Perhotelan, Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

Email: <sup>1</sup>[asmoroie@edu.unisbank.ac.id](mailto:asmoroie@edu.unisbank.ac.id), <sup>2</sup>[bayu\\_fpar@edu.unisbank.ac.id](mailto:bayu_fpar@edu.unisbank.ac.id), <sup>3</sup>[azis-fpar@edu.unisbank.ac.id](mailto:azis-fpar@edu.unisbank.ac.id)

### Abstract

This research is an empirical study that forms theoretical concepts in the community empowerment system, especially students who act as initiators of modern business creativity. Promising coffee shop franchise businesses such as Daycinno, Starbucks, Coffee Toffee, Anomali Coffee, and Killiney Kopitiam. In the city of Semarang, cafes or coffee shops have started to appear with the concept of young entertaint and instagramable. The city of Semarang is now used as an alternative choice for studying at the higher education level for children outside Java. This has an impact on the mobility of the atmosphere at night in the city of Semarang which is quite high so that there are many cafes or coffee shops with the concept of young entertaint and instagramable above 50 cafes or coffee shops managed by entrepreneurs from students. The research methodology emphasizes the study of literature from articles, journals, and research grant reports on two themes, namely coffee and knowledge and technology transfer. The development of hypotheses to form an architecture of endogenous and exogenous construct variables as the basis for making a model for empowering student creativity: coffee product variants for modern business. Student Creativity Empowerment Model :Coffee Product Variants For Modern Business As Attractions of Local Tourism Objects consist of 6 constructs 1) Integrity of the coffee community, 2) Characteristics of coffee shops, 3) Characteristics of coffee types, 4) Innovation of coffee product variants, 5) Market segment lifestyle of coffee connoisseurs, and 6) Empowering creativity for modern business as an attraction for local tourism objects. From each of the 6 constructs, it is strongly influenced by the operational variables of the indicators, totaling a total of 26 operational indicators.

**Keywords: Empirical Study, Constructs, Indicator Operational Variables**

### PENDAHULUAN

Perkembangan kreativitas dan inovasi pengusaha muda mulai melebar di berbagai bidang karena kemajuan teknologi. Bisnis modern cenderung ke era digital, dimana dapat diartikan sebagai era dimana elektronik lebih memegang peranan dalam praktiknya. Ide bisnis modern yang mungkin memberikan inspirasi, seperti bisnis *e-commerce* digital, jasa *travel*, *e-ticketing*, dan pulsa elektronik. Bila kita melihat masyarakat Indonesia sangat menggemari kopi sebagai minuman sehari-hari,

bahkan para penikmat kopi bersal dari seluruh kalangan tua, muda, pria, wanita, semua dapat menikmati minuman tersebut. Bisnis waralaba kedai kopi yang menjanjikan seperti *Daycinno*, *Starbucks*, *Coffee Toffee*, *Anomali Coffee*, dan *Killiney Kopitiam*.

Di kota Semarang mulai bermunculan *café* atau kedai kopi dengan konsep *young entertaint* dan *instagramable*. Budaya minum kopi yang dulu hanya sebagai kebiasaan masyarakat perkampungan atau desa mulai bergeser menjadi peluang bisnis di kota besar



dan masuk dalam lingkungan kampus oleh tangan generasi muda, khususnya mahasiswa. Kota Semarang sekarang ini dijadikan salah satu alternatif pilihan untuk belajar pada jenjang pendidikan tinggi bagi anak-anak luar Jawa. Hal ini berdampak pada mobilitas suasana pada malam hari di kota Semarang cukup tinggi sehingga banyak bertebaran *café* atau kedai kopi dengan konsep *young entertaint* dan *instagramable* diatas 50 *café* atau kedai kopi yang dikelola pengusaha dari mahasiswa.

Hal ini memberikan *added value* dari nilai kopi itu sendiri, yaitu kopi yang semula hanya diolah dengan cara seduh dikembangkan menggunakan berbagai metode dengan campuran bahan lain. *Added value* seperti menambah daya tarik tampilan dan nilai *mix culture*, dengan begitu secara otomatis akan berdampak pada *value chain* di setiap jaringan pemberdayaan kopi yang ada. Dampak dari *added value* memberikan *value chain* bagi petani kopi, pembuat pupuk, pengepul kopi, toko penjual pupuk dan kedai kopi, dan seterusnya berputar kembali dalam siklus.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa belum ada yang secara spesifik mengkaji tentang pengembangan SDM secara mendalam pada agroindustri dan pengusaha kopi di Jawa Tengah. Penelitian-penelitian mengenai agroindustri kopi dan pengusaha kopi di Jawa Tengah yang ada selama lebih menekankan pada aspek produksi, bahan baku, ekonomi, keuangan, sistem sertifikasi, *supply chain*, kelembagaan dan lingkungan [4], [9], [22], [34], [37], [56], [65], [78], yang sedikit dikaitkan dengan aspek SDM. Sementara artikel ini akan berkontribusi lebih fokus pada aspek SDM dengan pendekatan *soft system methodology* (SSM). SSM adalah sebuah pendekatan holistik di dalam melihat aspek-aspek riil dan konseptual di masyarakat. SSM dipandang sebagai salah satu strategi dalam menangani berbagai masalah manajemen yang lahir dari sistem aktivitas manusia (*human activity system*) [8], [50].

Keterlibatan pemerintah dalam sinergi kolaborasi sangat penting untuk mempersatukan dalam satu benang merah. Inovasi disini harus mempertimbangkan berbagai *knowledge and technology transfer model* sebagai dasar menetapkan pijakan untuk setiap masing masing peran yang akan berkontribusi.

Masing-masing aktor yang berkontribusi dan mengalami perkembangan secara nyata ada 5 aktor. Peran dengan fungsinya dari 5 aktor terwakili oleh Pemerintah, Industri (Pariwisata), Perguruan Tinggi, Masyarakat sipil, Masyarakat berbasis Media dan Budaya, dan Masyarakat dari Lingkungan Alami [80], sebagai pertumbuhan perekonomian. Peran fungsi dari ke-5 aktor tersebut sudah dikembangkan sebagai pemahaman model *Penta Helix*

Teori pertumbuhan baru memperkenalkan bahwa pertumbuhan ekonomi berdasarkan *knowledge* (Romer, 1986; Lucas, 1988). Menurut Goh [26], memperjelaskan peran dari Perguruan Tinggi dalam penciptaan *knowledge dan technology change*. Proses pertumbuhan ekonomi bila kita cermati dari awalnya dan perkembangannya menggaris bawahi bahwa proses pertumbuhan ekonomi yang diciptakan dari *knowledge dan technology* sangat penting dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi Negara, Industri dan Masyarakat [4].

Penelitian ini membuat dasar model dalam sebuah sinergi pengembangan kearifan lokal yang dimiliki oleh daerah, khususnya kota Semarang untuk pertumbuhan ekonomi lokal. Salah satu yang dibidik adalah pembuatan obyek pariwisata yang menjadi destinasi unggulan di daerah tersebut, baik berupa hasil inovasi dan kreativitas atau kondisi alam yang ada.

Peran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang kepariwisataan untuk membantu kelancaran dalam menyelenggarakan



pemerintahan negara. Bagaimana Kemparekraf menentukan dasar pemikiran untuk peningkatan perekonomian masyarakat lokal dengan pembuatan obyek wisata yang menjadi unggulan di daerah, baik berupa hasil inovasi dan kreativitas atau kondisi alam yang ada.

Berdasarkan kondisi diatas diketahui bahwa pertumbuhan kedai kopi cukup memperlihatkan bagaimana potensi pemberdayaan kreativitas mahasiswa di bidang kopi sangat menjanjikan untuk potensi bisnis modern. Hal ini dapat memberikan *added value* mahasiswa berupa pengetahuan dan praktek secara langsung sebagai *entrepreneurship*.

Untuk itu peneliti perlu menghimpun beberapa komunitas dan mahasiswa agar terbentuk dalam satu wadah dengan metode pendekatan *organization culture*. Bagaimana komunitas kopi membentuk *organization culture* untuk mengajak, menghimpun, serta memberdayakan kreativitas mahasiswa dalam bidang minat, bakat, dan hobi kopi yang harapannya dapat menjadikan ide bisnis modern dan sarana pembelajaran *entrepreneurship*, sehingga dapat memberikan *added value* bagi *value chain* kopi. Penelitian ini bertujuan membuat Model Pemberdayaan Kreativitas Mahasiswa Pada Produk Kopi Untuk Bisnis Modern Sebagai Daya Tarik Obyek Pariwisata Lokal.

## LANDASAN TEORI

Hobi/minat/kesukaan/kegemaran dari seseorang menurut penelitian ini pasti akan memiliki kesamaan dan akan membuat komunitas dan dapat diklasifikasikan: pertama kelompok lingkungan seperti kesenangan merawat tanaman, dan hewan; kedua kelompok hobi seperti desain, memasak, merajut, membaca, *traveling*, memancing, balap liar, memanjat tebing, terjun bebas; dan ketiga kelompok nurtural. Ketiga kelompok itu pastilah terdapat komunitas dan dapat berubah sesuai *tren* masyarakat.

Bakat atau *aptitude* adalah kemampuan bawaan yang merupakan potensi yang masih

perlu dikembangkan atau dilatih untuk mencapai suatu kecakapan pengetahuan dan ketrampilan [26]. Bakat bisa diejawantahkan sebagai kemampuan alamiah untuk memperoleh pengetahuan dan ketrampilan yang relatif bersifat umum atau khusus. Contoh-contoh bakat adalah kemampuan berbahasa, bermain musik, melukis, melawak, dan lain-lain. Bakat juga sama menurut penelitian ini pasti akan memiliki kesamaan dan akan membuat komunitas.

Setelah diyakini mengerti dan memahami nilai yang tersimpan dalam hobi, minat, dan bakat dari masyarakat, maka perlu mengerti dan memahami pula jenis-jenis hobi, minat, dan bakat masyarakat. Salah satunya jenisnya adalah dalam bentuk komunitas kearifan lokal, para penikmat kopi. Peneliti yang menggerakkan berdasarkan pemahaman budaya organisasi diatas adalah M Yusuf Abduh, beliau melakukan pengabdian masyarakat dan penelitian untuk mengintegrasikan para petani kopi dalam bisnis modern [49].

Perguruan Tinggi yang merupakan penghasil Sumber Daya Manusia yang diharapkan sebagai tulang punggung Negara. Diharapkan mampu menunjukkan kemampuan inovasi untuk mengolah sumber daya alam Indonesia, salah satunya kopi. Para peneliti yang melihat *knowledge* sebagai obyek cenderung menggunakan istilah *knowledge transfer*.

Sedangkan peneliti yang melihat *knowledge* sebagai suatu proses menggunakan *knowledge sharing* [2]. Penegasan *knowledge sharing* sebagai proses dikarenakan mereka mengkombinasikan makna konsep *knowledge transfer* dan konsep *knowledge sharing* sebagai kegiatan sukarela (proses) untuk menyebarkan *knowledge* [31].

*Knowledge transfer* adalah proses transfer *tacit knowledge* dan *explicit knowledge* dalam interaksi individu [55]. Penelitian Profetto menjelaskan *knowledge transfer* adalah sebuah proses atau cara dimana para peneliti melakukan penyebaran pembuktian suatu teori atau menyebarkan *knowledge* baru



[62]. Jacobson *et. al.* mendefinisikan *knowledge transfer* adalah pertukaran, sintesis dan aplikasi etika dari *knowledge* dalam suatu sistem hubungan yang kompleks antara peneliti dan pengguna [36], [62].

Proses *knowledge transfer* dapat didukung oleh faktor individu dan organisasi. Grunfeld *et.al.*, Almeida dan Kogut mengemukakan faktor individunya adalah pergerakan individu [29], [3]. Wilkesmann mengemukakan faktor organisasi adalah ketika anggota kelompok berpindah ke kelompok lain dimungkinkan akan terjadi proses transfer *tacit knowledge* sebaik *explicit knowledge* [81].

Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (SPPN) dalam Undang-Undang No.17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025 untuk mewujudkan Indonesia menjadi negara maju dan termasuk dalam 10 negara besar di dunia pada tahun 2025. Visi Indonesia 2025 adalah pembangunan pertumbuhan perekonomian yang Mandiri, Maju, Adil dan Makmur untuk kesejahteraan rakyat Indonesia. MP3EI adalah Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia merupakan arah transformasi ekonomi untuk mewujudkan Indonesia menjadi negara maju yang akan diintegrasikan dalam SPPN.

Langkah-langkah dalam percepatan dan perluasan telah dirumuskan secara fokus dan terukur dengan pola manajemen yang jelas dan telah disepakati oleh pemangku kepentingan terkait. Kesepakatan adalah ditetapkan 8 program utama, yaitu pertanian, pertambangan, energi, industri, kelautan, pariwisata dan telematika serta pengembangan kawasan strategis. Kedelapan program utama tersebut terdiri dari 22 kegiatan ekonomi utama.

Hobi, Minat, dan Bakat atau *aptitude* adalah kemampuan bawaan yang merupakan potensi yang masih perlu dikembangkan atau dilatih untuk mencapai suatu kecakapan pengetahuan dan ketrampilan [26]. Bakat bisa diejawantahkan sebagai kemampuan alamiah

untuk memperoleh pengetahuan dan ketrampilan yang relatif bersifat umum atau khusus. Budaya organisasi sebagai sistem peran, aliran kegiatan dan proses (menunjukkan proses organisasi atau disebut sistem atau pola hubungan kerja) dan melibatkan beberapa orang sebagai pelaksana tugas, yang dirancang untuk melaksanakan tujuan bersama [13].

*Knowledge* mengacu pada pemahaman kita tentang dunia nyata sekitar kita, artinya mengenai ciri-ciri dasar pada dimensi ruang, tentang materi dan energi dalam interaksinya satu terhadap lainnya. *Raindo House Dictionary of the English Language* mendefinisikan *technology* adalah cabang dari *knowledge* yang berorientasi dengan seni industri, menerapkan *science* dan *engineering* atau totalitas dari cara suatu kelompok sosial membantu diri mereka dengan penggunaan obyek material tentang peradaban mereka [43]. Sehingga *technology* dapat disimpulkan sebagai *knowledge* tentang metode, peralatan, proses dan produk yang dipergunakan untuk menciptakan produk atau jasa.

## METODE PENELITIAN

Obyek penelitian ini dilakukan di kota Semarang, perancangannya berdasarkan preferensi dari para komunitas dan mahasiswa yang ada di kedai kopi yang telah dijelaskan dalam latar belakang masalah. Metodologi penelitian mengedepankan studi *literature* dari artikel-artikel, jurnal-jurnal, dan laporan-laporan hibah penelitian tentang dua tema yaitu kopi dan *knowledge dan technology transfer*. Pembangunan hipotesa-hipotesa untuk membentuk arsitektur variable-variabel konstruk endogen dan eksogen sebagai dasar pembuatan model pemberdayaan kreativitas mahasiswa:varian produk kopi untuk bisnis modern. Tahapan-tahapannya adalah studi *literature*, hipotesa-hipotesa untuk menentukan operasional indikator sebagai arsitektur dalam pembuatan variable-variabel konstruksinya.

Langkah selanjutnya melakukan identifikasikan, merumuskan, menetapkan



tujuan dan manfaat menggunakan studi *literature review*. Studi *literature review* mengupas dari studi empiris dari jurnal-jurnal, artikel-artikel, laporan-laporan hibah, dan laporan-laporan departemen kementerian yang terkait tentang kepariwisataan di Indonesia. Hasil-hasil studi *literature review* akan mendeskripsikan *gap research*, sehingga memudahkan menentukan langkah posisi penelitian ini. Penelitian untuk pembuatan model pemberdayaan Kreativitas Mahasiswa Pada Produk Kopi Untuk Bisnis Modern Sebagai Daya Tarik Obyek Pariwisata Lokal.

## PRA MODEL, MODEL DAN PEMBAHASAN

### a. Pra Model

Tahapan dalam pembuatan pra model, dalam tahapan ini adalah mentukan operasional indikator yang didasarkan pada indikator-indikator dari studi *literature* atau studi empiris. Pada Tabel 1 dijelaskan rancangan arsitektur pra model yang dibangun.

**Tabel 1. Variabel-variabel Indikator Operasional**

Konstruksi Endogen	Operasional Indikator	Indikator	Diadopsi dari
Karakteristik & perspektif pengintegrasian komunitas	Visi-Misi	<i>Knowledge-base economic</i>	Leydesdroff (2006)
	Percepatan pemberdayaan kreativitas mahasiswa	Konektivitas	DSTI/EAS/STP/NESTI 2005. No.2 dalam Pakucs-Papenak (2006)
	Anggaran dana	<i>Economic character; Political constraints</i>	Bozeman (2000)
Karakteristik & perspektif masing-masing kedai kopi	Kemampuan SDM	<i>S &amp; THC; Capacity teaching; Technology niche</i>	Bozeman (2000)
		<i>Resource</i>	Bozeman (2000); Prodan (2006)
	Ketersediaan SD	<i>Nature of research</i>	Bozeman (2000); Prodan (2006)
		<i>Mission</i>	Bozeman (2000); Wilkesmann (2007); Weissenberg & Spieth (2006)
	Misi/arah/tujuan	<i>Team orientation</i>	Bozeman (2000); Wilkesmann (2007); Weissenberg & Spieth (2006)
Kepemimpinan	<i>Direction</i>	Bozeman (2000); Prodan (2006)	
		<i>Management style</i>	

		<i>Transformational leadership</i>	Bozeman (2000); Laal (2011); Ngoc (2005)
Organisasi		<i>Organizational design</i>	Bozeman (2000);
		<i>Organizational structure</i>	Gouza (2006); Weissenberg & Spieth (2006)
		<i>Organization</i>	
Motivasi		<i>Motivation</i>	Emery (2000);
		<i>Motivation factor</i>	Gouza (2006); Wilkesmann (2007) Prodan (2006)
Keandalan		<i>Reliability</i>	Emery (2002); Gouza (2006)
		<i>Experience with transfer practice</i>	Bozeman (2000); Emery (2002)
Pengalaman		<i>Number of spent at academic institute; Previous work with industry</i>	Prodan (2006)
Karakteristik & perspektif jenis kopi	Kopi Robusta	Aroma kuat	Muttalib, S.A, dkk (2012) Abduh, M.Y. (2018)
	Kopi Arabika	Aroma lemah	Muttalib, S.A, dkk (2012) Abduh, M.Y. (2018)
	Kopi Liberika	Aroma menyengat	Abduh, M.Y. (2018)
	Proses penyangraian	Aroma menyengat berupa flavu	Muttalib, S.A, dkk (2012) Abduh, M.Y. (2018)
	Evaluasi organoleptik terhadap kopi	Indera penciuman dan rasa	Muttalib, S.A, dkk (2012) Abduh, M.Y. (2018)
	Daya simpan	<i>Retentive capacity</i>	Muttalib, S.A, dkk (2012) Abduh, M.Y. (2018)
Segmen pasar (Gaya Hidup Penikmat Kopi)	Permintaan	<i>Existing demand for transfer object</i>	Bozeman (2000)
	Potensi permintaan	<i>Potential for induced demand</i>	Bozeman (2000)
		<i>Information processing behaviors</i>	Sinkula et.al. (1997)
Karakter ekonomis		<i>Economic character of</i>	Bozeman (2000);



		transfer object	Chesbrough (2008)
Obyek transfer (knowledge dan technology)	Karakter pengetahuan	<i>Physical knowledge, Scientific knowledge, Process, Know-how</i>	Bozeman (2000); Gouza (2006)
		<i>Codification, Uncodification, Complexity</i>	
	Ambiguitas	<i>Causal ambiguity</i>	Emery (2002)
	Bukti kegunaan	<i>Approval</i>	Emery (2002)
Inovasi varian kopi dari knowledge transfer	Perubahan kinerja	<i>Time availability</i>	Gouza (2006) Argote (2000); Kremer (2005)
		<i>Change in knowledge kualitatif; Change in performance kualitatif</i>	
	Keunggulan kompetitif	<i>Reduce dependency knowledge transfer effect technology development technology transfer</i>	Liao & Hu (2007)
	Inovasi	<i>Open innovation paradigm</i>	Chesbrough (2008)

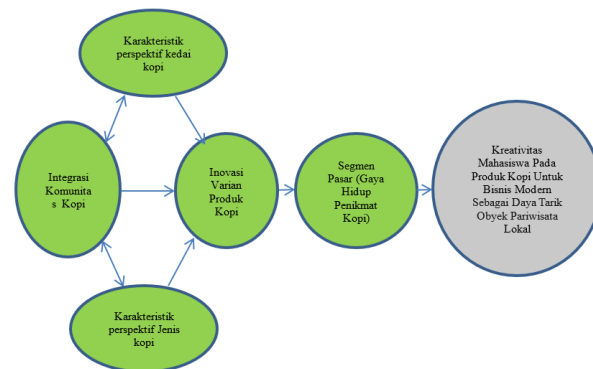
	dan <i>technology</i>	Chesbrough (2008);	nija et. al. (2010)
Karakteristik & perspektif jenis kopi	<i>Raw material</i> kopi yang diharapkan penguasaan <i>knowledge</i> untuk varian kopi	Etzkowitz dan de Mello (2004); Leydesdroff (2006); Lin (2007); Chesbrough (2008);	Bozeman (2000); Kremer (2005); Lavis et. al. (2006); Sugandhavanija et. al. (2010)
Segmen pasar (Gaya Hidup Penikmat Kopi)	Lingkungan yang mempengaruhi efektivitas kebutuhan minum kopi (proses <i>knowledge</i> dan <i>technology</i> transfer)	Sinkula et. al. (1997); Calantone et. al. (2002); Alegre dan Chiva (2008); Chesbrough (2008)	Bozeman (2000); Kremer (2005); Lavis et. al. (2006)
Obyek transfer (knowledge dan technology)	Bentuk <i>knowledge</i> yang akan diberikan, baik komersil maupun non komersil	Leydesdroff (2006); Lin (2007); Chesbrough (2008);	Bozeman (2000); Kremer (2005); Lavis et. al. (2006); Sugandhavanija et. al. (2010)
Inovasi varian kopi dari knowledge transfer	Model yang digunakan untuk mengukur inovasi produk varian kopi ( <i>knowledge</i> transfer)	Laal (2011)	Kremer (2005); Lavis et. al. (2006); Sugandhavanija et. al. (2010)

**b. Desain Model**

Pada Tabel 2 adalah desain model yang dibangun dari perjalanan pembuatan rancangan arsitektur dari pra model yang merujuk pada operasional indikator menjasi 6 variabel konstruk.

**Tabel 2. Variabel-variabel Konstruk Endogen dan Eksogen**

Konstruk Endogen dan Eksogen	Definisi	Referensi	
		Knowledge Transfer	Technology Transfer
Karakteristik & perspektif pengintegrasian komunitas	Individu atau kelompok yang mengintegrasikan, fasilitas dan katalis	Goh (2002); Etzkowitz dan de Mello (2004); Leydesdroff (2006); Chesbrough (2008);	Bozeman (2000); Kremer (2005); Lavis (2006)
Karakteristik & perspektif masing-masing kedai kopi	Kedai kopi yang mempunyai kemampuan penguasaan <i>knowledge</i>	Etzkowitz dan de Mello (2004); Leydesdroff (2006); Lin (2007);	Bozeman (2000); Kremer (2005); Lavis et. al. (2006); Sugandhava



**Gambar 1. Desain Model Pemberdayaan Kreativitas Mahasiswa :Varian Produk Kopi Untuk Bisnis Modern Sebagai Daya Tarik Obyek Pariwisata Lokal**



## PENUTUP

### Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini pembuatan desain model. Model Pemberdayaan Kreativitas Mahasiswa :Varian Produk Kopi Untuk Bisnis Modern Sebagai Daya Tarik Obyek Pariwisata Lokal seperti pada Gambar 1. Desain model terdiri dari 6 konstruk 1) Integritas komunitas kopi, 2) Karakteristik kedai kopi, 3) Karakteristik jenis kopi, 4) Inovasi varian produk kopi, 5) Segmen pasar gaya hidup penikmat kopi, dan 6) Perberdayaan kreativitas untuk bisnis modern sebagai daya tarik obyek Pariwisata Lokal.

Dari masing-masing 6 konstruk sangat dipengaruhi oleh variable-variabel operasional indikator-indikatornya yang berjumlah total 26 operasional indikator. Untuk menyelesaikan komputasi dari desain model diatas banyak metode-metode yang bias diterapkan, biasanya akan terkendala pada kemampuan software yang mampu melakukan komputasi dengan total 26 operasional indikator ditambah dengan 6 konstruk yang membangun desain modelnya.

Saran dalam penelitian ini untuk melakukan komputasi pengolahan data adalah menggunakan software LISREL, dimana hasil dari proses hasil komputasinya memiliki kemampuan signifikan. Software lain yang bias digunakan adalah AMOS,

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abduh, M.Y. 2018 "Dari Itb Untuk Indonesia Biorefinery Kopi"
- [2] Allee, T.J., 1997, "Managing The Flow Of Technology: Technology Transfer And The Dissemination Of Technological Information Within The R&D Organization", Mit Press, Cambridge, Ma.
- [3] Ameida, P., Kogut, B.,1999,"Localization Of Knowledge And The Mobility Of Engineers In Regional Networks", Management Science, Vol.45, Pp.905-917
- [4] Almqvist, A. C. (2011). "Coffee, A Fair Trade? –A Study About Fairtrade Certified Gayo Coffee Farmers In Aceh, Indonesia",. [Thesis]. Department Of Horticulture, Faculty Of Landcape Planning, Horticulture And Agricultural Science, Swedish University Of Agricultural Sciences (Slu).
- [5] Amit, R., & Schoemaker, P.J., 1993, "Strategic Assets And Organisational Rent." Strategic Management Journal, Vol. 14, Pp. 33-46.
- [6] Argote, L. & Ingram, P., 2000, "Knowledge Transfer: A Basis For Competitive Advantage In Firms," Journal Of Organizational Behavior And Human Decision Processes, Vol.82, P.150-169.
- [7] Barney, J.B.,1993, "Firm Resources And Sustained Competitive Advantage", Journal Of Management, Vol. 17, Pp. 99-120.
- [8] Bergvall-Kareborn, B. (2002). "Qualifying Function In Ssm Modeling – A Case Study",. Systemic Practice And Action Research 15 (4), 309-330.
- [9] Bilhak, A., & Maarif, S. (2014). "Pengembangan Ag Ribisnis Kopi Dalam Kerangka Pembangunan Ekonomi Wilayah Di Kabupaten Aceh Tengah",. Jurnal Teknikpwk 3 (2), 254-261.
- [10]Boutellier, R., Gassmann, O., & Von Zedtwitz, M., 2000, "Managing Global Innovation: Uncovering The Secrets Of Future Competitiveness", Heidelberg:Springer-Verlag.
- [11]Bozeman, B., 2002, "Technology Transfer And Public Policy: A Review Of Research And Theory", Journal Of Research Policy, Vol.29, P.627-655.
- [12]Bursatriannyo. (2015, Desember 16). "Perakitan Teknologi Untuk Peningkatan Produksi Dan Mutu Hasil Perkebunan Kopi Rakyat". Retrieved From Pusat Penelitian Dan Pengembangan Perkebunan.
- [13]Chatab, N., (2007), "Profil Budaya Organisasi", Bandung : Penerbit Alfabeta
- [14]Chesbrough, P. H., 2008,"Open Innovation And Open Business Models: A New Approach To Industrian Innovation", Presentation To Speaker Series. You Tube



- 27 Oktober 2010; 4.36 Am.Cohen Dan Levinthal (1990)
- [15]Cohen Lou. 1995,“Quality Function Deployment : How To Make Qfd Work Of You”, Addition Wesley Publishing Company. New York.
- [16]D’este, P., Patel, P., 2007, ”University– Industry Linkages In The Uk: What Are The Factors Underlying The Variety Of Interactions With Industry?”, Research Policy, Vol.36, P.1295-1313dierickx Dan Cool,(1989)
- [17]Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (2013) Jumlah Kedai Kopi (Coffee Shop) Di Kota Semarang
- [18]Dsti/Eas/Stp/Nesti 2005. No.2 Dalam Pakucs-Papenak (2006) 3 Report On The Nsf/Oecd Workshop On The Use Of Science And Technology Indicators For Decision-Making And Priority Setting Washington, 8-10 September, 1997
- [19]Emery, D. J., Et Al., 2002. “Designing Firm Integrating Processes From The Knowledge-Based View Graduate Student Best Paper Award”, Conference, Duke University, Durham, Nc
- [20]Etzkowitz, H. And De Mellon J.M.C.,2004, “The Rise Of A Triple Helix Culture Innovation In Brazilian Economic And Social Development”, International Journal Of Technology Management And Sustainable Development Pp.159-171
- [21]Fandy, T. 2001,“Strategi Pemasaran”, Andi Offset.Yogyakarta.
- [22]Fatma, Z. (2011), “Analisis Fungsi Produksi Dan Efisiensi Usaha Tani Kopi Rakyat Di Aceh Tengah”,. [Thesis]. Sekolah Pascasarjana Ipb.
- [23]Faye, C., Lortie, M., Desmarais, L., 2008,“Guide To Knowledge Transfer”, Designed For Researchers In Occupational Health And Safety, Université De Sherbrooke.
- [24]Gilmore, Dkk. 1993,“Quality Improvement In A Services Marketing Context”, The Journal Of Service Marketing. 7 (3) : 1-3.
- [25]Ginting, R. 2009,“Perancangan Produk”, Graha Ilmu. Medan.
- [26]Given, Barbara K. 2002. Brain-Based Teaching. Alexandria : Association For Supervision And Curriculum Development.
- [27]Goh, Swee C., 2002, “Managing Effective Knowledge Transfer : An Integrative Framework And Some Practice Implication”, Journal Of Knowledge Management, Vol. 6 No.1, Pp. 23 – 30.
- [28]Gouza, A., 2006, “Key Factors Of Knowledge Transfer Within University Spin-Offs”, Available From:
- [29]Grunfeld, Gupta A.K., Govindarajan, V., 2000, ”Knowledge Flows Within The Multinational Corporation”, Strategic Management Journal, Vol. 21, Pp. 473–496. Gunarso (1995)
- [30]Gunarso. 1995. “Meningkatkan Minat Belajar Anak”. Jakarta: Lptk Dan Ispi
- [31]Hansen, M.T., Nohria, Tierney, 1999, ”The Search-Transfer Problem: The Role Of Weak Ties In Sharing Knowledge Across Organization Subunits”, Administrative Science Quarterly, Vol.44, Pp. 82–111
- [32]Http://Selene.Uab.Es/Dep-Economia Empresa/Jornadas/Papers/2006\_11/Ivjornadas\_Paper\_Gouza.Pdf
- [33]Hurlock, 1999. “Minat Dan Kepribadian, (Terjemahan)”, University Press. Usa.
- [34]Indriartiningtias, R., Inrawan Wirajmadja, I, 2009, ”Perancangan Model Trasfer Pengetahuan Dari Perguruan Tinggi Ke Industri Kecil”, Jurnal Teknik Industri Nasional, Vol.12, Pp.118-125
- [35]Irawan, H. 2002,“10 Prinsip Kepuasan Pelanggan”, Edisi 1. Pt. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- [36]Jacobs, K., & Mitchell, J. (2008). “Emotional Intelligence: Hidden Ingredient For Emotional Health Of Teachers”. Africa Education Review 5(11), 131-143.
- [37]Jaya, R. (2014). “Rancang Bangun Rantai Pasok Kopi Gayo Berkelanjutan”, [Disertasi]. Bogor: Depar Temen





- Teknologi Industri Pertanian, Sekolah Pascasarjana Ipb.
- [38]Kamisa, (1997) Pengertian Minat. Tersedia:Http//Creasoft.Files.Wordpress.Com/2008/04/2minat.Pdf
- [40]Kementerian Pertanian. (2017). "Outlook Kopi 2017. Jakarta: Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian", Sekretariat Jenderal - Kementerian Pertanian.
- [41]Kotler, Philip. 1998,"Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol", Pt. Prenhallindo. Jakarta.
- [42]Kremer, D., 2005, "Research Program On Knowledge Transfer And Exchange Cre-Ms", Journal Science Of Communication.
- [43]Laal, M., 2011, "Knowledge Management In Higher Education", Procedia Computer Science P.3, Vol. 544-549.
- [44]Lavis, Reardon, & Gibson, 2006, "From Research To Practice: A Knowledge Transfer Planning Guide", Report By Institute For Work And Health, Toronto, Ontario.
- [45]Lengyel. B, 2007, "Role Of University-Industry- Government Relations, Knowledge Transfer And Triple Helix Mechanisms In Budapest. Budapest University Of Technology And Economics," Hungarian Academy Of Sciences, Centre For Regional Studies
- [46]Leydesdroff, L., 2006, "The Knowledge-Based Economy And The Triple Helix Model", Forthcoming In: Wilfred Dolfsma & Luc Soete (Eds.), Reading The Dynamics Of A Knowledge Economy, Cheltenham: Edward Elgar, Pp. 42-76.
- [47]Liao, S.H. & Hu, T.C., 2007,"Knowledge Transfer And Competitive Advantage On Environmental Uncertainty: An Empirical Study Of The Taiwan Semiconductor Industry", Technovation, Vol.27, Pp. 402 – 411.
- [48]Lin, Wen Bao, 2007, "Factor Affecting The Correlation Between Interactive Mechanism Of Strategic Alliance And Technological Knowledge Transfer Performance", Journal Of High Technology Management Research, Vol. 17, Pp. 139 – 155
- [49]M Yusuf Abduh (2018), "Biorefinery Kopi", Dari Itb Untuk Indonesia:Biorefinery Kopi
- [50]Martin, E. (2008). "Aplikasi Metodologi System Lunak Untuk Pengelolaan Kawasan Hutan Rawan Konflik: Kasus Hutan Penelitian Benakat, Sumatera Selatan",. [Disertasi]. Bogor (Id): Institut Pertanian Bogor
- [51]Muttalib, S.A, Dkk (2012), "Identifikasi Aroma Campuran (Blending) Kopi Arabika Dan Robusta Dengan Electronic Nose Menggunakan Sistem Pengenalan Pola", Prosiding Seminar Nasional Perteta, Denpasar 13-14 Juli
- [52]Neureuther Dan Kenyon.2004,"Quality Improvement Under Budgetary And Life Cycle Constraints", The Quality Management Journal. 11 (2) : 21-22.
- [53]Ngoc, P. T. B., 2005. "An Empirical Study Of Knowledge Transfer Within Vietnam's It Companies", Working Paper, University Hanoi, Vietnam
- [54]Nickerson Dan Terry. 1993,"Total Quality Success With Continuous Quality Improvement", Quality. 32 (6) : 10.
- [55]Nonaka, I. & Takeuchi, 1995, "The Knowledge-Creating Company", New York: Oxford University Press
- [56]Novita, E. (2012). "Desain Proses Pengolahan Pada Agroindustri Kopi Robusta Menggunakan Modifikasi Teknologi Olah Basah Berbasis Produksi Bersih",. [Disertasi]. Bogor (Id): Institut Pertanian Bogor
- [57]Nugroho, Ba. 2005,"Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Tingkat Spss", Andi Offset. Yogyakarta.
- [58]O'dell, C. & Grayson, C.J., 1998,"If Only We Knew What We Know: Identification And Transfer Of Internal Best Practices",
- [59]Osterloh, M. & Frey, B.S., 2000,"Motivation, Knowledge Transfer, And Organizational Forms".



- [60] Peteraf, M.A., 1993, "The Cornerstones Of Competitive Advantage: A Resource-Based View", *Strategic Management Journal*, Vol. 14, Pp 179-191.
- [61] Prodan, I., Drnovsek, M., Ulijn, J., 2006, "A Conceptual Framework For Studying A Technology Transfer From Academia To New Firms", *Journal Of Management Technology*.
- [62] Profetto, Joanne, 2004, "Knowledge Transfer: What It Is And What It Takes To Do It Best", Water Cooler Presentation.
- [63] Rahmat Fadhil, M. Syamsul Maarif, Tajuddin Bantacut, Dan Aji Hermawan, 2017, "Model Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Agroindustri Kopi Gayo Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean", *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol.16(2), Hal.141-155
- [64] Robbins, S.P., Dan Judge. (2007), "Perilaku Organisasi", Salemba Empat, Jakarta.
- [64] Robbins, S.P., (1996), "Organizational Behavior Concept, Controversiest, Application", Eaglewoods Cliffs, Prentice Hall Inc.
- [65] Romano. (2009). "Kajian Sistem Agribisnis Kopi Organik Di Daerah Pegunungan Gayo", *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 7 (1), 21-33.
- [66] Saharudin (2009), "Pemberdayaan Masyarakat Miskin Berbasis Kearifan Lokal", *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, Dan Ekologi Manusia* Vol. 03, No. 01, Hal.17-44
- [67] Schniederjans.Dkk. 2011, "Consumer Perceptions Of Product Quality Revisited: Made In China", *The Quality Management Journal*. 18 (3) : 17-21.
- [68] Sinkula, J.M., Baker, W.E. & Noordewier, T., 1997, "A Framework For Market-Based Organizational Learning: Linking Values, Knowledge, And Behavior", *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, Vol.25, Pp.305-318.
- [69] Sugandhavanija, P., Sukruedee, S., Nipon K., Sakol, K., 2010, "Determination Of Effective University – Industry Joint Research For Photovoltaic Technology Transfer (Uijrptt) In Thailand", *Renewable Energi*, Vol. 36, Pp. 600- 067 .
- [70] Supranto, J. 1997, "Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar", Rineka Cipta. Jakarta.
- [71] Surya Abdul Muttalib, Joko Nugroho W,K., Nursigit Bintoro, 2012, "Identifikasi Aroma Campuran (Blending) Kopi Arabika Dan Robusta Dengan Electronic Nose Menggunakan Sistem Pengenalan Pola Prosiding Seminar Nasional Perteta
- [72] Sutjipto, 2001. "Pengertian Minat Dan Keinginan", *Buletin Sosiologi Universitas Diponegoro*, Semarang.
- [73] Szulanski, G., & Winter, S.G., 2002 "Replication Of Organizational Routines: Conceptualizing The Exploitation Of Knowledge Assets," In C.W. Choo And N. Bontis, Eds., *The Strategic Management Of Intellectual Capital And Organizational Knowledge*. Oxford: Oxford University Press, Pp. 207-221
- [74] Szulanski, G., 1996, "Exploring Internal Stickiness: Impediments To The Transfer Of The Best Practice Within The Firm", *Strategic Management Journal*, Vol. 17, Pp.27-43.
- [75] Szulanski, G., 2000, "The Process Of Knowledge Transfer: A Diachronic Analysis Of Stickiness", *Organizational Behavior And Human Decision Process*, Vol.82, Pp. 9-27
- [76] Tampubolon. 1993. *Mengembangkan Minat Dan Kebiasaan Membaca Pada Anak*. Bandung: Angkasa
- [77] Titik Sumarti, Rokhani, Sriwulan Ferindian Falatehan, 2017, "Strategi Pemberdayaan Petani Muda Kopi Wirausaha Di Kabupaten Simalungunstrategies Of Young Farmers Entrepreneurship Empowerment In Simalungun Regency", *Jurnal Penyuluhan*, Vol.13(1), Hal.31-39



- 
- [78] Walker, H. (2015). "Kopi, Cooperatives & Compliance: A Case Study Of Fair Trade In Aceh, Indonesia", [T Hesis]. School Of Geog Raphy, Environment & Earth Science, Victoria University Of Wellington.
- [79] Weissenberg & Spieth, 2006, "Knowledge Transfer: Affected By Organisational Culture?", Makalah Konferensi Internasional Knowledge Management, Kassel University.
- [80] Widjajanti, K. (2011), "Model Pemberdayaan Masyarakat", Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol.12(1), Hal. 15-27
- [81] Wilkesmann, U., Wilkesmann, M., & Alfredo, V., 2007, "Requirement For Knowledge Transfer In Hospital", Discussion Paper, Zentrums Fur Weiterbildung, Universitat Dortmund.)
- [82] Winter, S.G., 1987, "Knowledge And Competence As Strategic Asset", In: Teece, D. (Ed), The Compeptitive Challenge. Ballinger Publishing, Cambridge, Ma, Pp.159-184
- [83] Yul Iskandar, 2006, "Test Inteligensi Gamma (Y) Test Kemampuan Manajer Vavasan Dharma Giraha
- [84] Zulian, Y. 2001, "Manajeme Kualitas Produk Dan Jasa", Ekonesia. Yogyakarta.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN