

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI
PENGOLAHAN KOPI (KSU BUAH KETAKASI)
DI DESA SIDOMULYO KECAMATAN SILO
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

Alan Maulana Malik Ibrahim
NIM. E20192007

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2023**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI
PENGOLAHAN KOPI (KSU BUAH KETAKASI)
DI DESA SIDOMULYO KECAMATAN SILO
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Alan Maulana Malik Ibrahim

NIM. E20192007

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing:



Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si.

NIP. 197509052005012003

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI PENGOLAHAN KOPI (KSU BUAH KETAKASI) DI DESA SIDOMULYO KECAMATAN SILO KABUPATEN JEMBER

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Desember 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE., MM Mohammad Mirza Pratama, S.ST., MM.
NIP. 196905231998032001 NUP. 201907180

Anggota :

1. Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si. CHRA.
2. Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. A. Ubaidillah, M.Ag
NIP. 196810261996031001



MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ
الْأَوْفَىٰ ﴿٤١﴾ وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَىٰ ﴿٤٢﴾

Artinya: “Bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, bahwa sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya), kemudian dia akan diberi balasan atas (amalnya) itu dengan balasan yang paling sempurna, bahwa sesungguhnya kepada Tuhanmulah kesudahan segala sesuatu.”(Q.S. An-Najm: 39-42)¹

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Q.S. An-Najm : 39-42.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, Sholawat serta salam selalu tersampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, saya persembahkan karya tulis ilmiah ini untuk :

1. Kepada orang tua saya, Bapak H. Munif Ali dan Ibunda Hosnawiyanti tercinta, yang selalu memberikan semangat, kasih sayang serta do'anya yang ikhlas, dan rela kerja keras demi kesuksesan anaknya. Terimakasih banyak atas segala pengorbanannya yang belum bisa dibalas sang penulis, semoga jiwa juangnya sebagai saksi atas kasih sayang, cinta, dan pengorbanannya.
2. Kakak, Nur Halimah tersayang yang selalu memberikan do'a dan motivasi, semangat, dan pengorbanannya.
3. Segenap Guru para Dosen, terimakasih banyak semoga ilmu yang diberikan bisa barokah dan bermanfaat bagi kita semua.
4. Almamater UIN KHAS Jember dan semua Dosen UIN KHAS Jember khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada penulis, semoga barokah dan bermanfaat bagi orang lain.
5. Rekan mahasiswa angkatan 2019 Ekonomi Syariah 1 yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terimakasih banyak atas semua dukungan dan kekompakannya selama ini.
6. Organisasi PMII, UKOR, JONG MADURA UIN KHAS JEMBER, terimakasih atas segala ilmu, pengalaman, semangat dan do'anya.
7. KSU Buah Ketakasi Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir (Skripsi)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puja dan puji syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan khadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, selanjutnya sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita semua dari alam kebodohan menuju alam pengetahuan. Berkat ridho Allah SWT serta tuntunan Nabi Muhammad SAW penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sebagai salah satu tanggung jawab menyelesaikan Studi Strata Satu (S1), program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Maka dari itu penulis mohon menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku rektor UIN KHAS JEMBER.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Studi Ekonomi Syariah.
4. Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Isnadi, S.S., M.Pd. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
6. Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.

7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang sebelumnya tidak diketahui.

Besar harapan skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pihak-pihak yang memberikan bantuan kepada penulis terutama rekan-rekan mahasiswa Ekonomi Syariah. Akhirnya dengan penuh kesadaran, penulis tidak bisa menyangkal dalam penulisan skripsi ini, pastilah banyak kekurangan-kekurangan yang masih jauh dari harapan-harapan dan kesempurnaan, untuk itu penulis mengharap saran dan kritik konstruktif, demi kesempurnaan dalam penulisan selanjutnya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER, 13 September 2023
J E M B E R

Alan Maulana Malik Ibrahim

ABSTRAK

Alan Maulana Malik Ibrahim, 2023: *Analisis Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU Buah Ketakasi) Di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.*

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Industri, Pengolahan Kopi.

Strategi pemasaran terdiri dari analisis, pengembangan strategi, dan implementasi kegiatan dalam mengembangkan organisasi atau perusahaan, memilih target pasar, menetapkan tujuan, dan mengelola program pemasaran strategi *positioning* untuk memenuhi persyaratan nilai pelanggan di setiap target pasar. Industri sebagai bentuk produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang dikelola dari bahan baku menjadi barang jadi. Pengolahan kopi dapat dilakukan dengan dua metode yaitu kering dan basah yang menghasilkan produk kopi robusta, kopi arabika, kopi hijau, dan kopi lanang.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah 1. Bagaimana strategi pemasaran industri pengolahan kopi KSU Buah Ketakasi di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember? 2. Apa saja kendala strategi pemasaran industri pengolahan kopi KSU Buah Ketakasi di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember?.

Tujuan Penelitian yaitu 1. Untuk mengetahui strategi pemasaran industri pengolahan kopi KSU Buah Ketakasi di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo kabupaten Jember. 2. Untuk mengetahui kendala-kendala strategi pemasaran industri pengolahan kopi KSU Buah Ketakasi di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten jember.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pada penentuan informan peneliti memakai teknik purposive, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

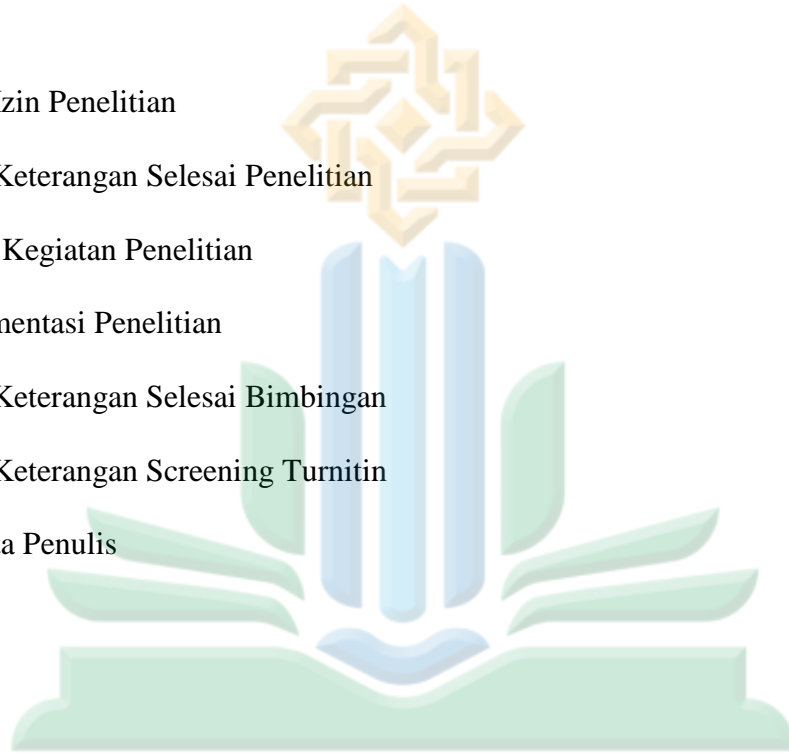
Hasil dari penelitian ini yaitu 1. Strategi Pemasaran yang dilakukan KSU Buah Ketakasi dalam memasarkan produknya yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran dalam skala besar dan kecil serta menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bentuk fisik. 2. Kendala pada budidaya kopi di Desa Sidomulyo, KSU Buah Ketakasi yaitu Fluktuasi harga dan pengolahan kopi. hal ini imbas kurang baiknya hubungan petani dan pengepul serta tidak menentunya curah hujan yang mengakibatkan kualitas produk menurun.

DAFTAR ISI

| | HALAMAN |
|------------------------------------|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| MOTTO | iv |
| PESEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Konteks Penelitian | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 5 |
| E. Definisi Istilah | 6 |
| F. Sistematika Pembahasan | 8 |
| BAB II Kajian Pustaka | 10 |
| A. Penelitian Terdahulu | 10 |
| B. Kajian Teori | 20 |
| 1. Strategi Pemasaran | 20 |

| | |
|-------------------------------------------------|-----------|
| 2. Etika Bisnis | 27 |
| 3. Industri | 29 |
| 4. Pengolahan Kopi | 30 |
| BAB III Metode Penelitian | 31 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 31 |
| B. Lokasi Penelitian..... | 31 |
| C. Subyek Penelitian..... | 32 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| E. Analisis Data | 34 |
| F. Keabsahan Data..... | 35 |
| G. Tahap-tahap Penelitian..... | 36 |
| BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA | 37 |
| A. Gambaran Obyek Penelitian | 37 |
| B. Penyajian Data dan Analisis..... | 42 |
| C. Pembahasan Temuan..... | 53 |
| BAB V PENUTUP | 59 |
| A. Kesimpulan | 59 |
| B. Saran..... | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA | 61 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| 1. Matriks Penelitian | |
| 2. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan | |
| 3. Pedoman Wawancara | |

4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan Penelitian
7. Dokumentasi Penelitian
8. Surat Keterangan Selesai Bimbingan
9. Surat Keterangan Screening Turnitin
10. Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



DAFTAR TABEL

HALAMAN

| | |
|-------------------------------------------------------|----|
| 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu..... | 19 |
| 4.1 Kepala Desa Sidomulyo dari Masa ke masa | 38 |
| 4.2 Produk Kopi Bubuk KSU Buah Ketakasi | 44 |
| 4.3 Harga Bubuk Kopi KSU Buah Ketakasi..... | 45 |

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

| | |
|----------------------------------------------------------|----|
| 4.1 Struktur Pemerintahan Desa Sidomulyo 2021/2025 | 38 |
| 4.2 Struktur Organisasi KSU Buah Ketakasi | 41 |
| 4.3 Strategi Pemasaran KSU Buah Ketakasi..... | 55 |
| 4.4 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P..... | 56 |
| 4.5 Kendala Pengolahan Kopi..... | 58 |

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi pemasaran adalah cara mempromosikan suatu produk atau barang. Wawasan ini menunjukkan betapa pentingnya memahami strategi pemasaran atau penjualan sebagai langkah yang diambil perusahaan atau institusi untuk mencapai tujuan tertentu. Selain itu, strategi pemasaran memegang peranan penting dalam sebuah institusi atau perusahaan, karena bertanggung jawab untuk menentukan nilai ekonomi dalam perusahaan berupa barang dan jasa, kualitas produk dan kualitas barang yang dijual.²

UU Perindustrian No. 3 2014 Pasal 1 Pasal 2 Industri adalah kegiatan ekonomi yang digunakan dalam pengelolaan bahan baku untuk menghasilkan barang yang menghasilkan nilai tambah atau manfaat yang lebih besar berdasarkan sumber daya industri, termasuk jasa industri. Mereka kemudian juga menugaskan banyak perusahaan untuk berpartisipasi dalam proses penyempurnaan berdasarkan kriteria sisi permintaan (berbasis pasar) dan sisi penawaran (berbasis teknologi). Kemudian ada pengelompokan untuk menghasilkan lebih banyak produk dengan fleksibilitas harga, kemudian penawaran (berbasis teknologi) yaitu Produsen dengan keahlian teknis dalam memasok produk tertentu yang dikelompokkan bersama.³

² Marissa Grace Haque-Fawzi, dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi* (Banten: Pascal Books, 2022), 9.

³ Sri Indah Nikensari, *Ekonomi Industri Teori dan Kebijakan* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018), 1.

Kopi merupakan salah satu hasil kekayaan alam, ini merupakan salah satu produk dari Indonesia yang dikenal di beberapa negara, dan jumlah eksportirnya yang terbesar, terutama di wilayah Jawa Timur Provinsi ini memiliki produksi kopi tertinggi di bidang kopi. Hal ini sangat berpengaruh pada bidang ekonomi, berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Jawa Timur memiliki luas perkebunan kopi 113.332 ha dan total produksi 68.114 ton pada tahun 2019.⁴

Menurut Badan Pusat Statistik, Kecamatan Silo Kabupaten Jember memiliki area terluas pada tahun 2019 dengan luas 2.133,00 ha. Luas tersebut meningkat 13,36% atau 1.881,59 ha pada tahun sebelumnya. Tahun 2019 sebesar 788,58 ton. Konsep pertanian organik mengacu pada metode yang ditujukan untuk melengkapi tanah dengan semua jenis bahan organik dalam bentuk limbah pertanian dan hewan untuk memberi makan tanaman. Sistem pertanian organik mulai diterapkan pada berbagai tanaman, termasuk tanaman kopi.⁵

Terdapat sembilan desa di Kecamatan Silo antara lain Garahan, Harjomulyo, Karangharjo, Pace, Sempolan, Sidomulyo, Silo dan Sumberjati. Desa Sidomulyo merupakan satu-satunya desa dengan Koperasi Serba Usaha (KSU) Buah Ketakasi yang memproduksi kopi untuk berbagai jenis produk kopi antara lain Kopi Robusta, Kopi Arabika, Kopi Lanang, Kopi Hijau dan Kopi Robusta Organik. KSU Buah Ketakasi memiliki kebun kopi organik

⁴ Nazhifah Shafta Maulida dan Titin Agustina, "Analisis Perilaku Konsumen Produk Kopi Robusta Organik Koperasi Serba Usaha (KSU) Buah Ketakasi di Kabupaten Jember," *Jurnal Analisis Perilaku Konsumen*, no. 2 (Oktober 2022): 107.

⁵ Nazhifah Shafta Maulida dan Titin Agustina, 108.

seluas 25 hektar dengan gabungan dari masyarakat. Namun pada tahun 2020 terdapat kendala fluktuasi harga pada budidaya kopi di Desa Sidomulyo sehingga KSU Buah Ketakasi menghadapi permasalahan tersebut. solusi untuk mengatasi kerugian anggota akibat anjloknya harga kopi atau fluktuasi harga salah satunya dengan mengumpulkan hasil panen kopi yang kemudian dilakukan kegiatan ekspor sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi kopi yang sedang mengalami fluktuasi harga. Penyebab terjadinya fluktuasi harga yaitu ketika panen raya dikarenakan kopi sangat banyak harga kopi turun drastis sehingga banyak menyebabkan para petani merugi.⁶

Namun pada tahun 2022 KSU Buah Ketakasi bangkit dengan perkembangan rata-rata perbulannya memproduksi sebanyak 50kg biji kopi yang ketika di olah menjadi kopi bubuk kemudian di bungkus 160gr yang bisa menghasilkan 234 bungkus perbulan.⁷ Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSU buah ketakasi dalam skala kecil yaitu dengan menyuplai produk ke *Cafe* area jember dan mengirim produknya ke berbagai kota diantaranya ialah Surabaya, Semarang, Bali, dan Banyuwangi. Strategi pemasaran dalam skala besar yaitu dengan melakukan ekspor ke beberapa negara diantaranya adalah Malaysia, Singapura, India, dan Amerika.⁸

KSU Buah Ketakasi terletak di Desa Sidomulyo, Kabupaten Jember. Pembuatan kopi Robusta dengan metode pasca panen untuk mendapatkan biji kopi yang baik. Sejak tahun 2007, Ketakasi telah memiliki pabrik pengolahan

⁶ Dimas Priangga, dkk, "Modal sosial di Koperasi Serba Usaha Buah Ketakasi Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember," *Jurnal Ilmu Pertanian Tritayasa* no. 2 (Februari 2020): 175-184.

⁷ Nazhifah Shafta Maulida, Titin Agustina, 108.

⁸ Sunari, Wawancara, Sidommulyo, 10 Desember 2022.

kopi sendiri, sebuah pabrik pengolahan dengan mesin yang sangat bagus. Jauh dari ibu kota Jember, tepatnya di wilayah ujung timur Kabupaten Jember, terdapat sebuah desa bernama Sidomulyo, sebuah kawasan pegunungan yang dikenal sebagai sentra produksi kopi robusta. Sejak tahun 1987 Desa Sidomulyo telah melaksanakan PRPTE (Program Rehabilitasi dan Pengembangan Tanaman Ekspor) dengan komoditas utamanya kopi robusta dan pelindungnya. Melihat pesatnya perkembangan kopi robusta di Sidomulyo pada tahun 2007, kelompok tani mulai mendirikan Koperasi Serba Usaha (KSU) Buah Ketakasi, dimana pengembangan kopi robusta terus berlanjut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti, peneliti tertarik untuk membahas dan mendalami topik yang akan dijadikan sebuah karya tulis ilmiah dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU Buah Ketakasi) di Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember”.

B. Fokus Penelitian

Yang dimaksud dengan fokus penelitian yaitu mengacu pada rumusan masalah dalam penelitian kualitatif. Fokus utama pada permasalahan ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember ?
2. Apa Saja Kendala-kendala Strategi Pemasaran Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini terfokus pada proses pengkajian, dengan tujuan peneliti dapat menjelaskan masalah yang dikaji pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengetahui Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.
2. Untuk Mengetahui Kendala-Kendala Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian memuat komitmen yang akan dilakukan setelah selesainya penelitian. Manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan praktis seperti manfaat bagi penulis, organisasi, dan masyarakat secara keseluruhan.

1. Manfaat teoritis

Semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi masyarakat. Penelitian diharapkan dapat membawa manfaat yang signifikan bagi semua kelompok. Selain itu juga dapat menambah pemahaman keilmuan dan menambah khazanah rekonstruksi relasional teori-teori terkait strategi pemasaran industri pengolahan kopi yang ada, yang dapat diterapkan pada teori berdasarkan buku atau jurnal ilmiah.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini di harapkan bermanfaat untuk penulis, pembaca dan pihak yang berkepentingan terkait pelaksanaan dalam hal strategi pemasaran.

3. Manfaat bagi penulis

Diharapkan penelitian ini akan membantu untuk memahami dan menulis tentang topik terkait dengan proses penelitian strategi pemasaran dari studi ini.

4. Manfaat bagi instansi

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan bersama dalam mengevaluasi tindakan yang dilakukan dan sebagai acuan dalam membuat pedoman untuk perubahan yang akan dilakukan.

5. Manfaat bagi masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini harus memberikan masukan untuk kurikulum dan informasi tambahan bagi mahasiswa yang meneliti topik atau masalah yang sama.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah memuat makna istilah-istilah penting yang menjadi tanda pertimbangan eksplorasi dalam judul ujian. Gunanya menghindari kesalah pahaman sebagaimana yang dimaksud penelitian.

1. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah proses pemasaran barang dan jasa dengan rencana dan strategi tertentu untuk menaikkan penjualan. Strategi

pemasaran dapat diartikan sebagai kumpulan bisnis perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu.⁹

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulannya bahwa strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing, untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa.

2. Industri

Industri adalah ekonomi yang mengolah bahan mentah dan menggunakan sumber daya alam untuk produksi tambahan atau pendapatan yang lebih baik. Sedangkan industri menurut Badan Pusat Statistik yaitu usaha yang mengolah bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi agar mempunyai nilai tambah.¹⁰

Dari definisi diatas peneliti menyimpulkan bahwa Industri yaitu kumpulan perusahaan untuk menghasilkan produk sejenis yang dimana terdapat kesamaan dalam bahan baku yang digunakan, bentuk produk akhir, dan konsumen akhir.

3. pengolahan kopi

Pengolahan kopi dapat dibagi menjadi dua, yaitu pengolahan kering (*dry processing*) dan pengolahan basah (*wet Processing*). Perbedaan utama dari kedua proses tersebut yaitu hanya pada tahap pengupasan kopi berkulit tanduk atau gabah kopi. Metode kering dikerjakan dengan mengeringkan buah kopi sampai kadar air mencapai 12-13% selanjutnya baru dikupas kulitnya sedangkan metode basah

⁹ Marissa Grace Haque-Fawzi, dkk., 9.

¹⁰ Sri Indah Nikensari, 2.

dikerjakan dengan pengupasan kulit buah kopi terlebih dahulu baru selanjutnya dicuci dan dikeringkan sampai kadar air 12-13%.¹¹

Dari definisi diatas peneliti menyimpulkan bahwa pengolahan biji kopi dikerjakan dengan metode pengolahan kering, basah dan semi basah, agar dapat diperoleh biji kopi kering dengan tekstur yang bagus. Pada pengolahan kering, pengeringan dilakukan saat buah kopi masih terbentuk gelondong. Pada pengolahan basah, pengeringan dilakukan setelah pengupasan kulit buah dan pencucian lendir buah. Pada pengolahan semi basah, pengeringan dilakukan setelah pengupasan kulit buah merah dengan lendir yang masih menempel pada biji kopi.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisikan tentang alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format sistematika penulisan pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif bukan seperti daftar isi. Adapun pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, bab ini menjelaskan deskripsi tentang latar belakang masalah, kemudian dilanjut dengan fokus penelitian, di uraikan tentang penelitian, manfaat penelitian secara teoritis maupun praktis, dan definisi istilah.

¹¹ Emmia Tambarta Kembaren dan Muchsin, "Pengelolaan Pasca Panen Kopi Arabika Gayo Aceh," Jurnal Visioner dan Strategis 10 No. 1 (Maret 2021): 30.

BAB II : Kajian Pustaka, Bab ini berisikan tentang penelitian terdahulu sebagai perbandingan untuk menyusun kepustakaan dan kajian teori sebagai pendukung karya ilmiah ini.

BAB III : Metode Penelitian, bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabhasan data, tahap-tahap penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB IV : : Penyajian Data dan Analisis Data, bab ini menjelaskan tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, dan analisis serta pembahasan temuan yang didapat di lapangan.

BAB V : Penutup, bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran yang bersifat mengembangkan.

Terakhir, untuk skripsi di akhiri dengan daftar pustaka, lampiran-lampiran yang berisikan matriks penelitian, dokumentasi, pernyataan keaslian, surat izin penelitian, surat keterangan selesai penelitian dan biodata peneliti.



BAB II

KAJIAN KEPUSAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Dalam proses ini, peneliti merangkum kajian yang dilakukan, termasuk yang sudah disebarluaskan maupun yang belum disebarluaskan. Dengan menyelesaikan langkah ini, dimungkinkan untuk menentukan sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang akan dilakukan.

Maka dari itu perlu dicantumkan beberapa penelitian terdahulu agar terdapat keterkaitan antara penelitian satu dengan yang lainnya sehingga dapat berkontribusi dalam penelitian ini diantaranya :

1. **Ahmad Choirul Akbar, 2023 “Analisis Strategi Pemasaran Pada Pedagang Warung Mie Indomie (Warmindo) Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember”**.¹²

Pada Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini ada empat komponen yang terdiri dari *segmentation*, *target*, *positioning*, *deferantion* menjadi sebuah penerapan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Warmindo Keamatan Kaliwates, namun penerapan komponen strategi pemasaran yang diterapkan belum optimal dikarenakan komponen *deferantion* belum terjalankan dengan hambatan berbeda-beda dari setiap Warmindo.

¹² Ahmad Choirul Akbar, “Analisis Strategi Pemasaran Pada Pedagang Warung Mie Indomie (Warmindo) Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember”, (Skripsi UIN Khas Jember, 2023), 1-58.

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan sama-sama mengkaji strategi pemasaran namun dengan teori yang berbeda. Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada tempat, yang dimana penelitian Ahmad bertempat di warung makan Warmindo di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, sedangkan penelitian ini bertempat pada industri pengolahan kopi yang bertempat di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

2. Anis Mujiasih, 2022 “Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Serba Tiga Lima di Kedungadem Bojonegoro”.¹³

Pada penelitian Anis dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Jenis penelitiannya menggunakan penelitian lapangan yaitu menggali sumber dari hasil dokumentasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini penerapan strategi *marketing mix* dengan elemen 7P pada toko serba tiga lima di Kedungadem hanya satu aspek yang kurang ditetapkan pada aspek bentuk fisik hanya kurang menyediakan tempat untuk mencoba pakaian, masih harus ada perbaikan dan peningkatan seara berkala.

Persamaan dari penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta juga menggunakan teori

¹³ Anis, Mujiasih “Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Serba Tiga Lima di Kedungadem Bojonegoro”, (Skripsi UIN Khas Jember, 2022), 1-70.

bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P. Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada tempat yang di teliti, penelitian Anis bertempat pada toko pakaian sedangkan penelitian ini bertempat di industri pengolahan kopi di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

3. Ilmil Zawawi, 2022 “Strategi Pemasaran Madrasah Ibtidaiyah Nurul Islam 02 Balung Jember”.¹⁴

Pada Penelitian Ilmil dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini *positioning* Madrasah Ibtidaiyah Nurul Islam 02 Balung Jember dalam menguasai benak pengguna jasa pendidikan melalui penawaran program unggulan yaitu, *Gelem*, *Gemes*, dan *Gefa* serta Tahfidz.

Persamaan dai penelitian ini yaitu terletak pada metode dan jenis penelitiannya yang dimana sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada tempat yang di teliti yang dimana penelitian Ilmil itu bertempat di Madrasah Ibtidaiyah, sedangkan penelitian ini bertemat di industri pengolahan kopi.

¹⁴ Ilmil Zawawi, “Strategi Pemasaran Madrasah Ibtidaiyah Nurul Islam 02 Balung Jember”, (Skripsi UIN Khas Jember, 2022), 1-83.

4. Gefriansyah, 2021 “Analisis Strategi Pemasaran Dalam meningkatkan Penghasilan Pada Usaha UMKM di Kota Jambi (Studi Pada *Exotis Cofee*)”.¹⁵

Penelitian Gefriansyah dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan di *Exotis Coffee* adalah 4p yaitu memasarkan *product* yang memiliki ciri khas dengan *price* yang terjangkau memiliki *place* dirumah produksi dan tetap melakukan *promotion* melalui media online ataupun offline.

Pada penelitian ini memuat beberapa persamaan terhadap pengkajian yang akan dilakukan yakni terletak pada bauran pemasaran (*marketing mix*). Perbedaan dari penelitian ini adalah lebih berfokus untuk meningkatkan penghasilan pada usaha UMKM di Kota Jambi. Sedangkan peneliti lebih berfokus pada Bagaimana strategi pemasaran yang ada di industri pengolahan kopi Koperasi Serba Usaha (KSU) yang ada di Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember.

5. Widia Resti Ayu, 2020 “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko *Bag Corner* Ponorogo”.¹⁶

Penelitian Widia dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif (*field research*). Teknik pengumpulan data yang digunakan

¹⁵ Gefriansyah, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Pada Usaha UMKM di Kota Jambi (*Studi Pada Exotis Coffee*)”, (Skripsi, UIN Sulthan Tahaha Saifuddin Jambi, 2021), 1-30.

¹⁶ Widia Resti Ayu, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko *Bag Corner* Ponorogo”, (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2020), 1-61.

dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi teknik analisis data induktif yang digunakan dalam penelitian Widia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran *bag corner* ini menerapkan empat komponen teori strategi pemasaran yaitu. segmentasi, penargetan, penentuan posisi dan penargetan.. Dalam teori periklanan, saat ini terdapat 5 cara untuk mempromosikan toko tas yaitu personal selling, periklanan, hubungan masyarakat, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji strategi pemasaran. Perbedaan dari penelitian ini strategi pemasaran yang diteliti oleh widia bertujuan untuk meningkatkan penjualan pada toko *bag corner* di Ponorogo. Sedangkan peneliti menganalisis strategi pemasaran industri pengolahan kopi yang ada di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

6. Mawar Putri Sahman, 2019 “Strategi Pemasaran Jual Beli Kopi (Studi Di Desa Dandang Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara)”.¹⁷

Penelitian Mawar dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif penelitian lapangan (*Field research*) karena penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan untuk menggali data yang bersumber dari lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan

¹⁷ Mawar Putri Sahman, “Strategi Pemasaran Jual Beli Kopi (Studi Di Desa Dandang Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara)” (Skripsi IAIN Palopo, 2019), 1-44.

dengan mencari data primer dan skunder, data primer tersebut terdiri dari wawancara sedangkan data skunder diperoleh dari dokumentasi dan lembaga atau instansi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha atau pedagang kopi di Desa Dandang Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara dalam memasarkan produknya yaitu menggunakan strategi pemasaran secara langsung kepada pelanggan dan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji strategi pemasaran dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada tempat yang dimana penelitian mawar berfokus pada masyarakat desa untuk mengkaji strategi pemasaran sedangkan peneliti berfokus pada industri pengolahan kopi yang berada di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

7. Rifqan Noparianda, 2019 “Analisis Strategi Pemasaran Industri Kopi di Aceh (Studi Kasus Di Solong Cofee Banda Aceh)”¹⁸

Penelitian Rifqan dilakukan menggunakan metode pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mix*). Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara, observasi, dan kusioner. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui strategi pemasaran produk industri kopi dan analisis SWOT di Solong Cofee Banda Aceh.

¹⁸ Rifqan Noparianda, “Analisis Strategi Pemasaran Industri Kopi Di Aceh (Studi Kasus Di Solong Cofee Banda Aceh)” (Skripsi, UIN Ar-raniry Banda Aceh, 2019), 1-38.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Nilai *R-Square* sebesar 0,810 atau 81,0% hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 81,0%. Pada penelitian ini memiliki kesamaan teknik pengumpulan data yang menggunakan metode wawancara, observasi. Perbedaan dari penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mix*). Sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.

8. Dian Nirmasari, 2019 “Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Percetakan (Studi Kasus UKM Percetakan *The Bejos Screen Printing*, Kota Palopo, Sulawesi selatan)”.¹⁹

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran *the bejos screen printing* memiliki kelemahan dan kekuatan. Adapun faktor-faktor strategi internal yang menjadi kekuatan bagi UKM percetakan *the bejos screen printing* yaitu memiliki semangat kerja karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan, sudah memiliki pelanggan tetap , harga terjangkau untuk pelanggan, dan kualitas produksi hasil desain yang bagus.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mengkaji strategi pemasaran dengan menggunakan teori bauran pemasaran (*marketing mix*).

¹⁹ Dian Nurmasari, “Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Percetakan 9studi Kasus UKM Percetakan *The Bejos Screen Printing*, Kota Palopo, Sulawesi Selatan)” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019), 1-25.

Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada tempat yang dimana penelitian dian menganalisis strategi pemasaran pada UKM percetakan yang ada di Sulawesi Selatan. Sedangkan peneliti menganalisis strategi pemasaran industri pengolahan kopi yang berada di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

9. Angga Aji Nursahid, 2019 “Strategi Pemasaran *Break Cafe Semarang*.”²⁰

Penelitian Angga dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa analisis kekuatan antara lain yaitu lokasi yang strategis, produk berkualitas unggulan, produk beragam, harga yang terjangkau dan pelayanan yang ramah. Kelemahannya karyawan sering datang terlambat dan kurangnya pemasaran, pada peluang yang dimiliki meningkatnya permintaan konsumen, pasar yang luas, meningkatkan pemasaran yang luas, meningkatkan pemasaran melalui digital marketing, dan kualitas produk yang diakui konsumen.

Penelitian ini memuat beberapa persamaan yaitu sama-sama mengkaji tentang strategi pemasaran. Dan perbedaannya adalah penelitian angga menggunakan strategi pemasaran dengan analisis swot sedangkan peneliti menggunakan strategi pemasaran bauran pemasaran (*marketing mix*).

²⁰ Angga Aji Nursahid, “Strategi Pemasaran Break Cafe Semarang”, (Skripsi Universitas Semarang, 2019), 1-31.

10. Rino Elda Krismanto, 2019 “Strategi Komunikasi Pemasaran *Coffee Toffee* Pekan Baru Dalam Menarik Minat Pelanggan”.²¹

Penelitian Rino dilakukan dengan metode kualitatif. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini segmentasi adalah proses membagi pasar keseluruhan suatu produk kedalam beberapa segmen. *Coffee toffee* pekan baru sudah mampu membagi segmentasi pasar dengan baik hal ini terlihat dalam segmentasi yang telah ditargetkan berdasarkan segmentasi yang tepat. Strategi yang dilakukan *coffee toffee* untuk tetap menarik minat pelanggan yaitu dengan memaksimalkan kualitas produk, tempat, dan variasi menu dengan banyak pilihan.

Persamaan dari penelitian ini yaitu terletak pada pemasaran kopi. Perbedaan dari penelitian ini terfokus pada bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam menarik minat pelanggan, sedangkan penelitian ini terfokus bagaimana strategi pemasaran industri pengolahan kopi yang ada di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

²¹ Rino Elda Krismanto, “Strategi Komunikasi Pemasaran *Coffee Toffee* Pekanbaru Dalam Menarik Minat Pelanggan” (Skripsi, Universitas Islam Riau, 2019), 1-67.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

| NO | NAMA DAN TAHUN | PERSAMAAN | PERBEDAAN |
|-----------|---------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Ahamad hoirul Akbar, 2022 | 1) Metode Penelitian Kualitatif 2) Teknik Pengumpulan Data | 1) Tahun Penelitian 2) Lokasi Penelitian |
| 2 | Anis Mujiasih, 2022 | 1) Metode Penelitian Kualitatif 2) Teknik Pengumpulan Data | 1) Tahun Penelitian 2) Lokasi Penelitian |
| 3 | Ilmil Zawawi, 2022 | 1) Metode Penelitian Kualitatif 2) Teknik Pengumpulan Data | 1) Tahun Penelitian 2) Lokasi Penelitian |
| 4 | Gefriansyah, 2021 | 1) Metode Penelitian Kualitatif 2) Teknik Pengumpulan Data | 1) Lokasi Penelitian 2) Tahun Penelitian |
| 5 | Widia Resti Ayu, 2020 | 1) Metode Penelitian Kualitatif 2) Teknik Pengumpulan Data | 1) Lokasi Penelitian 2) Tahun Penelitian |
| 6 | Mawar Putri Sahman, 2019 | 1) Metode Penelitian Kualitatif | 1) Teknik Pengumpulan Data 2) Lokasi Penelitian 3) Tahun Penelitian |
| 7 | Rifqan Nofarinda, 2019 | 1) Teknik Pengumpulan Data | 1) Teknik Pengumpulan Data 2) Lokasi Penelitian 3) Tahun Penelitian |
| 8 | Dian Nirmasari, 2019 | 1) Metode Penelitian Kualitatif 2) Teknik Pengumpulan Data | 1) Lokasi Penelitian 2) Tahun Penelitian |
| 9 | Angga Aji Nursahid, 2019 | 1) Metode Penelitian Kualitatif | 1) Teknik Pengumpulan Data 2) Lokasi Penelitian 3) Tahun Penelitian |
| 10 | Rino Elda Krismanto | 1) Metode Penelitian Kualitatif 2) Teknik Pengumpulan Data | 1) Lokasi Penelitian 2) Tahun Penelitian |

Sumber Diolah Oleh Peneliti

B. Kajian Teori

Penelitian teoritis melibatkan diskusi yang digunakan sebagai perspektif untuk melakukan penelitian. Membahas teori yang luas dan mendalam semakin memperdalam cara pandang peneliti dalam memecahkan masalah yang akan dipecahkan sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian.

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari kata Yunani *strategos*. Definisi strategi adalah rencana yang komprehensif dan terintegrasi yang menggabungkan manfaat dan tantangan strategi perusahaan untuk mencapai tujuan utama perusahaan ketika diterapkan dengan benar di seluruh organisasi.²²

Strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, diantaranya keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Keunggulan biaya yaitu menekankan pada pembuatan produk dengan biaya per unit untuk konsumen yang mengerti terhadap perubahan harga. Diferensi yaitu strategi dengan tujuan membuat produk, menyediakan jasa, dan Fokus yaitu membuat produk dan menyediakan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.²³ Strategi adalah misi perusahaan, menetapkan tujuan perusahaan dengan

²² Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan bagi mahasiswa*, (Lumajang: Widys Gama Press, 2019), 3.

²³ Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi (Nusa Tenggara Barat: FP. Aswaja, 2020)*, 36-37.

meningkatkan kekuatan eksternal dan internal. Sehingga tujuan dan sasaran organisasi bisa tercapai.²⁴

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang dilaksanakan secara menyeluruh dan konsisten untuk memadukan tujuan utama, kebijakan, keputusan dan siklus operasi suatu perusahaan atau organisasi. Strategi ini dapat diterapkan pada semua level organisasi dalam kaitannya dengan semua aspek fungsional manajemen (strategi produksi, keuangan, pemasaran, sumber daya manusia).²⁵

b. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses manajemen menciptakan, menawarkan, dan memperdagangkan produk yang bernilai kepada pihak lain dan setiap kegiatan yang berkaitan dengan pengiriman produk atau jasa dari produsen ke konsumen untuk menyediakan orang atau kelompok dengan apa yang mereka butuhkan dan inginkan.²⁶

Pemasaran merupakan fungsi paling besar yang bersentuhan dengan dunia luar karena berusaha membuat pelanggan membeli produk yang ditawarkannya. Pemasaran adalah bagian besar dalam menciptakan strategi. Pemasaran terjadi ketika satu pihak pada pertukaran potensial berpikir tentang bagaimana membuat pihak lain merespon dengan cara yang mereka inginkan. Oleh karena itu,

²⁴ Saida Zainurossalamia, 31.

²⁵ I Wayan Ruspendi Junaedi, dkk, *Manajemen Pemasaran Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 13.

²⁶ Ngatno, *Manajemen Pemasaran* (Semarang: E.F Press Digimedia Pondok Bakti Agung, 2018), 8-9.

manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran, menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan.²⁷

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan pemasaran adalah untuk menghasilkan nilai tambah bagi pelanggan dengan menghasilkan profit atau keuntungan.

c. Pengertian Strategi Pemasaran.

Strategi Pemasaran yaitu suatu rencana yang diikuti oleh manajer pemasaran, yang di dasarkan oleh analisa situasi dan tujuan perusahaan dan merupakan cara untuk pencapaian tujuan tersebut. Dalam pengertian strategi pemasaran terkandung perencanaan proses yang berlangsung terus-menerus di dalam suatu perusahaan. Oleh sebab itu strategi pemasaran di setiap perusahaan merupakan rencana yang menyeluruh dimana perusahaan bisa mencapai target yang telah direncanakan.²⁸

Strategi pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikelola yang diintegrasikan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran.²⁹ Strategi

²⁷ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV Sah Media, 2019), 2.

²⁸ Fandy Tjipytono, *perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2000), 43.

²⁹ Sunarsasi dan Nanang Rudi Hartono, "Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM cap Kuda Terbang Bu Sulasmi)", *Jurnal Translitra* 9 No.1 (2020): 23.

pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspetasi perusahaan dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk di pasar sasaran tertentu.³⁰

Strategi pemasaran terdiri dari analisis, pengembangan strategi, dan implementasi kegiatan dalam mengembangkan organisasi atau perusahaan, memilih target pasar, menetapkan tujuan, dan mengelola program pemasaran strategi *positioning* untuk memenuhi persyaratan nilai pelanggan di setiap target pasar.³¹

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulannya bahwa strategi pemasaran yaitu suatu cara memenangkan keunggulan bersaing, untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara keseluruhan.

d. Perencanaan Strategi Pemasaran

Rencana pemasaran adalah aplikasi dari sesuatu yang direncanakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Perencanaan pemasaran adalah proses sistematis untuk merancang dan mengkoordinasikan keputusan pemasaran. Rencana pemasaran berfokus pada pengumpulan informasi, penyebaran informasi, dan struktur untuk pengembangan strategis dan taktikal perusahaan.³²

³⁰ Dimas Hendika Wibowo, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik diajeng Solo)", *Jurnal Administrasi Bisnis* 29 No. 1 (Desember, 2015): 61.

³¹ Purnamasari, dkk, *Perencanaan Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan pengendalian)* (Bandung: Widia Bhakti Persada, 2022), 112.

³² Sabar Napitupulu, dkk, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-teori Para Ahli* (Jakarta: Atalya Rileni Sudeco, 2021), 23.

Perencanaan pemasaran sangat diperlukan untuk mengikuti perkembangan dimasa yang akan datang. Perencanaan dalam jangka panjang (untuk 3-10 atau 25 tahun) biasanya melibatkan peranan dari manajemen maupun staf perencanaan khusus, sedangkan perencanaan dalam jangka pendek waktunya kurang lebih sekitar satu tahun, biasanya perencanaan ini dilakukan oleh pelaksana bawah dan menengah.³³

e. Bauran Pemasaran atau (*Marketing mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) suatu yang dapat mempengaruhi permintaan perusahaan akan produk tersebut. Dengan kata lain bauran pemasaran menjadi sebuah konsep aktifitas perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui kegiatan pemasaran yang efektif.³⁴ *Marketing mix* sangat mempengaruhi keberhasilan atau kesuksesan dari suatu perusahaan, terutama untuk bisa bertahan dalam persaingan yang ketat dengan kompetitornya. Apabila strategi marketing yang dilaksanakan perusahaan tersebut mampu memasarkan produk dan jasanya dengan baik hal ini akan berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan itu sendiri. dapat dikatakan bahwa marketing sebenarnya merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan.³⁵

³³ Farida Yulianti, Lamsah, dan Periyadi, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 35-36.

³⁴ Juli Ismanto, *Manajemen Pemasaran* (Tangerang: Unpam Press, 2020), 32.

³⁵ Muhammad Yusuf Shaleh, 137.

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) diantaranya meliputi 7P :

1. Produk (*Product*)

Produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna untuk memuaskan keinginannya. Produk bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud seperti makana, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu tidak terwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukan bagi pemuasan kebutuhan dan keinginandi konsumen.³⁶

2. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh penjual dan pembeli melalui proses tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.³⁷

3. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu aspek dari komunikasi pemasaran perusahaan. Keputusan-keputusan yang menyangkut promosi selalu berkaitan dengan aspek komunikasi pemasaran lainnya, seperti personal selling, iklan penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat.

Sebelum menentukan anggaran dan perencanaan promosi yang lain

³⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), 140.

³⁷ Arif Fakhrudin, Maria Valeria Roellyanti, dan Awan, *Bauran Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022), 2.

manajer harus menentukan lebih dulu apakah promosi perlu dilakukan. Penaksiran kesempatan untuk promosi dimulai dengan memperkirakan potensi permintaan primer dan permintaan selektif serta manajer harus mengetahui keadaan yang merupakan akibat terhadap promosi.³⁸

4. Tempat (*Place*)

Tempat atau distribusi memberikan utilitas waktu dan tempat kepada pelanggan. Artinya, perusahaan memberikan barang dan jasa kepada pelanggan sesuai dengan keinginannya. Perusahaan biasanya membangun salurannya dengan memanfaatkan perantara seperti agen, pedagang grosir, dan reailer. Lokasi yang dipilih penyedia layanan dapat sangat strategis atau tidak itu tergantung dengan kriteria nilai pelanggan.³⁹

5. Orang (*People*)

Orang diartikan sebagai pelaku keseluruhan yang memainkan peranan penting dalam penyajian atau penciptaan jasa dan barang sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.⁴⁰

6. Proses (*Process*)

Proses ini terjadi diluar pandangan konsumen, konsumen tidak mengetahui bagaimana proses yang terjadi, yang penting jasa yang

³⁸ Mubasit, *Manajemen Pemasaran* (Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung: Fakultas Dakwah, 2012), 72.

³⁹ Saparso, *Marketing Process* (Jakarta: Ukrida Press, 2019), 374.

⁴⁰ Salihah Khairawati, *Strategi bauran Pemasaran Dalam Marketing 5.0* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Hamfara, 2021), 12.

diterima harus memuaskan. Proses ini terjadi berkat dukungan karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan dengan lancar.⁴¹

7. Bentuk Fisik (*Physical Evidence*)

Bentuk fisik merupakan suatu hal yang secara turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk didalam sarana fisik antara lain lingkungan fisik, bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang lainnya yang disatukan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya.⁴²

2. Etika Bisnis

a. Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa Yunani dengan nama *ethos*, yang diartikan dengan moral. Moral diartikan untuk menilai baik atau buruk, benar dan salah terhadap sesuatu perbuatan ataupun tindakan yang dilakukan. Etika bisnis yaitu pengetahuan tentang tata cara ideal dalam peraturan dan pengelolaan antara lain ialah norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan berlaku secara ekonomi dan sosial. Pertimbangan yang diambil pelaku bisnis dalam mencapai tujuannya

⁴¹ Sabar Napitulu, Dkk, 205.

⁴² Didin Fatihudin, dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 188.

dengan memperhatikan terhadap kepentingan dan fenomena sosial dan budaya masyarakat.⁴³

b. Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Mengenai etika bisnis dapat dikemukakan empat prinsip dalam etika bisnis⁴⁴ diantaranya ialah :

1) Prinsip kejujuran

Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran.

a. Kejujuran dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak

b. Kejujuran dalam menawarkan barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding

c. Kejujuran dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan

2) Prinsip keadilan, ialah mengharuskan setiap orang diperlakukan sama sesuai dengan aturan yang adil dan berdasarkan kriteria yang rasional, obyektif, dan dapat dipertanggung jawabkan.

3) Prinsip saling menguntungkan, yaitu menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa, sehingga dapat menguntungkan semua pihak.

⁴³ Budi Prihatningtiyas, *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders* (Malang: IRDH, 2019),1-4.

⁴⁴ Sumari, *Diktat Bahan Ajar Etika Bisnis* (Jakarta: Universitas Persada Indonesia, 2021), 14.

- 4) Prinsip integritas moral, yaitu untuk tuntunan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjelaskan bisnis dengan tetap menjaga nama perusahaan.

3. Industri

Industri yaitu kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk yang sama, tetapi memiliki kesamaan bahan baku yang digunakan, bentuk produk akhir, dan pengguna akhir. Industri dapat didefinisikan sebagai sekelompok perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sama.⁴⁵

Industri bisa digolongkan menjadi tiga bagian yaitu industri besar, industri sedang, dan industri kecil.

- a. Sebuah industri besar mempekerjakan lebih dari 100 orang. Industri besar dicirikan oleh modal besar yang terakumulasi secara kolektif dalam bentuk pemeliharaan inventaris, tenaga kerja yang sangat terampil, dan pemimpin bisnis pilihan ujian yang mahir.
- b. Industri menengah mempekerjakan 20-99 orang. Industri dicirikan oleh investasi modal yang cukup atau sedang hingga besar, sementara tenaga kerja memiliki kualifikasi tertentu dan manajer perusahaan memiliki keterampilan manajerial tertentu.
- c. Sebuah industri kecil mempekerjakan 5-19 orang. Keberadaan modal relatif kecil karena modal dihasilkan oleh pemilik atau sekelompok

⁴⁵ Saka Putra, "Analisis Industri Pangan Sub Sektor Industri Makanan Ringan Kue Bangkit Dan Bolu", Jurnal Online Mahasiswa Fekon 4 No. 1 (Februari, 2007): 560.

kecil pemilik modal, tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar atau dari anggota keluarga sendiri.⁴⁶

4. Pengolahan kopi

Pengolahan biji kopi dilakukan dengan tiga metode yaitu pengolahan kering, pengolahan basah dan pengolahan semi basah, agar bisa menghasilkan biji kopi kering dengan tekstur yang bagus, sedangkan buah campuran hijau dan kuning diolah dengan pengolahan basah.

- a. Pada pengolahan kering, pengeringan dikerjakan saat buah kopi masih terbentuk gelondong.
- b. Pada pengolahan basah, pengeringan dikerjakan setelah pengupasan kulit buah dan pencucian lendir buah.
- c. Pada pengolahan semi basah, pengeringan dikerjakan setelah pengupasan kulit buah merah dengan lendir yang masih menempel pada biji kopi.⁴⁷

⁴⁶ Foengsitanjoyo Trisanto Julianto dan Suparno, "Analisis Pengaruh Jumlah Industri Besar Dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Surabaya", *Junal Ekonomi Dan Bisnis* 1 No. 2 (September, 2016): 232.

⁴⁷ Yuli Wibowo, Cita Bella Palupi, "Analisis Nilai Tambah Pengolahan Biji Kopi Arabika (Studi Kasus Rumah Kopi Banjarsengon Jember)", *Jurnal Agroteknologi* No. 1 (2022) 40.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yaitu proses ilmiah dalam menggunakan data dengan tujuan tertentu. Kemudian pada penelitian ini memakai beberapa teknik serta metode penelitian yang diantaranya :

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ialah cara menekankan kualitas peristiwa, fenomena, gejala sosial, dimana peristiwa tersebut dapat dijadikan sebagai pelajaran berharga dalam pengembangan teori. Pendekatan kualitatif menggambarkan masalah berdasarkan data, yang kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulannya.⁴⁸

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan tujuan memahami apa yang ada di lapangan dengan cara mendeskripsikan, mengungkapkan, kemudian menjelaskan, dan menyajikannya secara deskriptif dari pengamatan secara detail yang disertai hasil wawancara yang mendalam, hasil analisis dokumen dan catatan.⁴⁹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ialah area atau wilayah yang akan dilaksanakan dalam penelitian. Lokasi penelitian berisi tentang Desa, Organisasi, Kejadian, Teks, dan lain sebagainya.⁵⁰

⁴⁸ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Rinika Cipta, 2008), 10.

⁴⁹ Basrowi dan Suwandi, 10.

⁵⁰ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2019), 46.

C. Subyek Penelitian

Dalam mendukung data penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dan mengelompokkan data yang diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik *purposive*, yaitu menentukan jenis dan sumber informasi, termasuk informasi yang diperoleh, siapa yang akan dijadikan informan dan bagaimana informasi tersebut dilihat sehingga dapat diverifikasi keakuratannya. Berikut yang digunakan sebagai sumber data adalah berbagai pemangku kepentingan di industri pengolahan kopi (KSU Buah Ketakasi), yaitu:

1. Panji (KA. Pemasaran)
2. Sunari (Unit Jasa)
3. Hodori (KA. Unit Produksi)
4. Febriyanto dan Rahmani (Petani Sidomulyo)
5. Lusi dan Indah (Pelanggan)

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan informasi dengan mengamati secara langsung permasalahan pada suatu tempat atau objek penelitian. Ini digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan topik yang sedang dibahas tanpa mengubah keadaan atau kondisi aslinya.⁵¹

⁵¹ Moleong, J Lexy, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Rosdakarya, 2018), 174.

2. Wawancara

Wawancara adalah strategi pengumpulan informasi melalui pertanyaan langsung untuk mencapai tujuan tertentu, yang terdiri dari dua pertemuan, yaitu pertemuan penanya dan orang yang diwawancarai. pewawancara dan orang yang diwawancarai yang menjawab.⁵² Dalam hal ini peneliti mengamati Analisis Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi KSU Buah Ketakasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan tentang peristiwa masa lalu yang kemudian ditulis atau digambar atau hasil karya seseorang, berupa tulisan, gambar, cerita, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumentasi berupa gambar, seperti foto, gambar, sketsa dan lainnya.⁵³ Metode ini bermaksud memperjelas dari metode-metode observasi dan wawancara seperti :

- a. Bagaimana Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember ?
- b. Apa Saja Kendala Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember ?

⁵² Moleong, J lexy, 186.

⁵³ Moleong, J Lexy, 216.

E. Analisis Data

Analisis data adalah cara memperoleh informasi melalui wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi yang disebut analisis data. Artinya mengelompokkan data dalam beberapa klasifikasi, mendeskripsikannya dalam satuan-satuan, merangkai data ke dalam aspek tertentu guna memilih objek kajian serta menarik kesimpulan sehingga lebih mudah dipahami oleh individu maupun individu lainnya.⁵⁴

Analisis data deskriptif adalah jenis analisis yang memanfaatkan kata-kata untuk menggambarkan fenomena atau informasi diperoleh dalam penelitian ini. Reduksi data, penyajian data, dan inferensi atau verifikasi data merupakan langkah-langkah pengumpulan data.

1. Pengumpulan Data

Pada tahapan ini ialah pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan hasil dokumentasi berdasarkan kategori yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan melalui pencarian data selanjutnya yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Reduksi Data

Reduksi data ialah proses kualifikasi beberapa hal misalnya ringkasan, pemusatan perhatian pada topik-topik penting dan pencarian tema dan pola untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang informasi yang dipilih dan juga memudahkan peneliti untuk mendapatkan lebih banyak informasi.

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif* (Bandung Alfabeta, 2022), 132.

3. Penyajian Data

Penyajian informasi adalah proses di mana data digabungkan menjadi satu, proses menganalisis informasi yang diperoleh dari penyajian dan/atau menindaklanjutinya.

4. Penarikan Kesimpulan Atau Verifikasi Data

Pada tahap akhir ialah kesimpulan. Proses ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi dan menganalisis data kemudian memverifikasi informasi berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, menarik kesimpulan dari semua materi penelitian analisis strategi pasar KSU Buah Ketakasi di industri pengolahan kopi.

F. Keabhasan Data

Keabhasan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi sumber yaitu peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda agar mendapatkan informasi dari sumber. Peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi secara bersamaan untuk sumber data yang sama. Sumber triangulasi yakni untuk menghasilkan informasi dari sumber yang berbeda tetapi dengan teknik yang sama.⁵⁵ Jadi keabhasan data yang digunakan peneliti yaitu teknik triangulasi sumber yang merupakan teknik perbandingan data yang diperoleh melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

⁵⁵ Sugiyono, 125.

G. Tahap-tahap Penelitian

Pembahasan ini menjelaskan proses penelitian, dimulai dengan penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian aktual, dan penulisan laporan.⁵⁶ Adapun langkah penelitian ini sebagai berikut:

- a. Tahap Pra-Lapangan
 1. Menyusun rencana penelitian
 2. Memilih objek penelitian
 3. Mengurus perizinan
 4. Memilih Informan
 5. Memahami etika
- b. Tahap Penelitian Lapangan

Pada tahap ini peneliti melakukan observasi dengan beberapa informan yang sudah di persiapkan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan Analisis Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi KSU Buah Ketakasi di Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember.

- c. Tahap Penyelesaian

Pada tahap penelitaian menggunakan penghalusan data dalam penyelesaiannya menggunakan subjek, informan, maupun dokumen dengan memperbaiki segi bahasa dan sistematikanya supaya dalam pelaporan hasil penelitian tidak terjadi kesalah pahaman.

⁵⁶ Moleong, J Lexy, 127.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Desa Sidomulyo

Desa Sidomulyo ialah sebuah dusun yang merupakan sebagian dari Desa Garahan. Nama Sidomulyo berasal dari dua kata, yaitu "Sido" yang berarti jadi atau menjadi dan "mulyo" yang berarti Mulia atau Sejahtera. Bila digabungkan, "Sidomulyo" berarti mulia atau makmur dengan harapan masyarakat Desa Sidomulyo suatu saat akan menjadi daerah dimana penduduknya sejahtera, gemah ripah lohjinawi, toto tentrem kerto raharjo.

Dulu Desa Sidomulyo terkenal dengan sebutan "Jaranan" karena di sekitar sini ada peternakan hewan yang kemudian jaranan menjadi tempat pengembangan utama, selain disini ada juga masyarakat yang benar-benar berkembang. pengerjaan, khususnya pengerjaan Jaranan.

Wilayah Desa Sidomulyo disebut juga "Selasaan" atau "Selosoan" karena di sekitar sini terdapat pasar tradisional yang mengadakan kegiatan setiap hari Selasa, dan pasar ini sampai saat ini merupakan jiwa keuangan masyarakat Desa Sidomulyo.

Desa Sidomulyo adalah desa kesembilan di kecamatan Silo, yang merupakan desa pecahan dari Desa Garahan yang dimulai sekitar tahun 1990, dan berubah menjadi desa definitif pada tahun 1994. Sejak saat itu,

telah didelegasikan seorang kepala kota yang dipandang sebagai cakap dan diperlengkapi untuk mengemudi dan menyelesaikan kewajibannya.

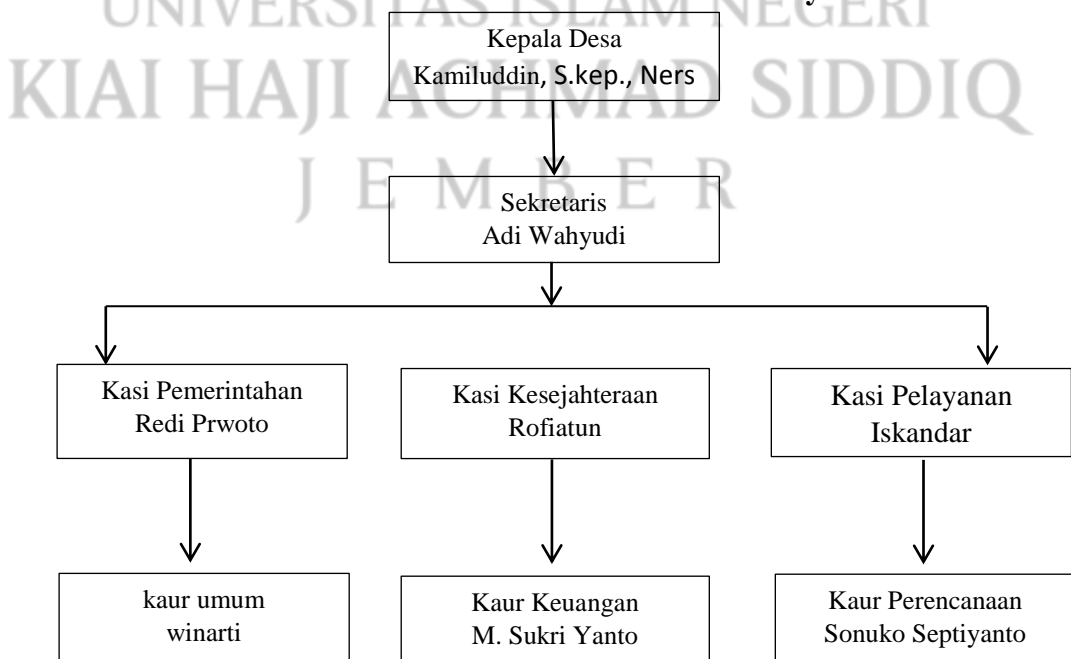
2. kepala Desa Sidomulyo dari masa ke masa

Tabel: 4.1
Kepala Desa Sidomulyo 1990-2025

| No | Nama | Masa Jabatan | Ket |
|----|-------------------------|--------------|-----|
| 1 | Hoesin | 1990-1998 | |
| 2 | Kusnandar | 1998-2000 | Pjs |
| 3 | Drs Sudiyono | 2000-2006 | |
| 4 | Marjono | 2006-2014 | |
| 5 | Toha | 2014-2020 | |
| 6 | Kamiluddin S.Kep., Ners | 2020-2025 | |

3. Struktur pemerintahan Desa Sidomulyo 2021/2025

Gambar 4.1
Struktur Pemerintahan Desa Sidomulyo



4. visi dan misi Desa Sidomulyo

a. Visi

Terciptanya pelayanan aparatur pemerintahan yang kreatif, bersih serta berwibawa dalam mewujudkan masyarakat yang sejahtera, religius, dan bermanfaat.

b. Misi

- a. menyelenggarakan pemerintahan yang berkualitas
- b. memberdayakan pendidikan dan meningkatkan kesehatan masyarakat.
- c. mengembangkan potensi desa secara optimal.
- d. menekan angka kemiskinan dan pengangguran.
- e. memperkuat sarana dan prasarana pembangunan keadaan masyarakat Sidomulyo.

5. Kondisi Geografis Desa Sidomulyo

Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember berada diantara 113.923878 BT dan -8.257213 LS dengan memiliki luas wilayah seluas 4027.325 hektar dan berada pada 678 meter di atas permukaan laut yang berada pada ketinggian 560 m dpl dengan curah hujan rata-rata 2.000 mm/tahun, keadaan suhu rata-rata 23°C serta kelembahan 75-90%.⁵⁷

Desa Sidomulyo merupakan wilayah paling timur Kabupaten Jember yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Banyuwangi. Batas kota Sidomulyo adalah sebagai berikut:

⁵⁷ Media Center Sidomulyo, *Profil Desa Sidomulyo 2022*, Februari 2022.

- a. Sebelah timur berbatasan dengan desa Curahleduk, Kecamatan Kalibaru-Kabupaten Bayuwangi.
- b. Pada arah barat, dibatasi oleh desa Garahan
- c. Pada arah utara dibatasi oleh desa Sumberjati
- d. Pada arah selatan dibatasi oleh desa Pace dan desa Mulyorejo

6. Profil KSU Buah Ketakasi Industri Pengolahan Kopi

Koperasi Serba Usaha Buah Ketakasi berada di jalan gunung gending RT. 02 RW. 09 Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur. KSU Buah Ketakasi berdiri sejak tahun 2007, dengan jumlah anggota 178 anggota. Komoditas unggulan dari Ketakasi adalah produk kopi robusta.

Tanaman kopi robusta di Desa Sidomulyo merupakan tanaman yang berlangsung secara turun temurun. Penanaman dan pengembangan kopi diprogram mulai tahun 1987 melalui program PRPTE (Program Rehabilitasi dan Pengembangan Tanaman Ekspor) pada tahun 1999, Selanjutnya pada tahun 2002 terdapat program pengolahan kopi yang tujuan utamanya untuk pengendalian jamur *ochratoxin A*.

Pada tahun 2007 terbentuklah Koperasi Serba Usaha Buah Ketakasi yang kemudian menjalin kerjasama pemasaran dengan mengikuti program sertifikasi kopi berkelanjutan berstandar Utz. Mitra kerja sama KSU Buah Ketakasi berlangsung 2004 samapai dengan sekarang dengan PT. Indokom Citra Persada.

7. Visi dan Misi

a. Visi

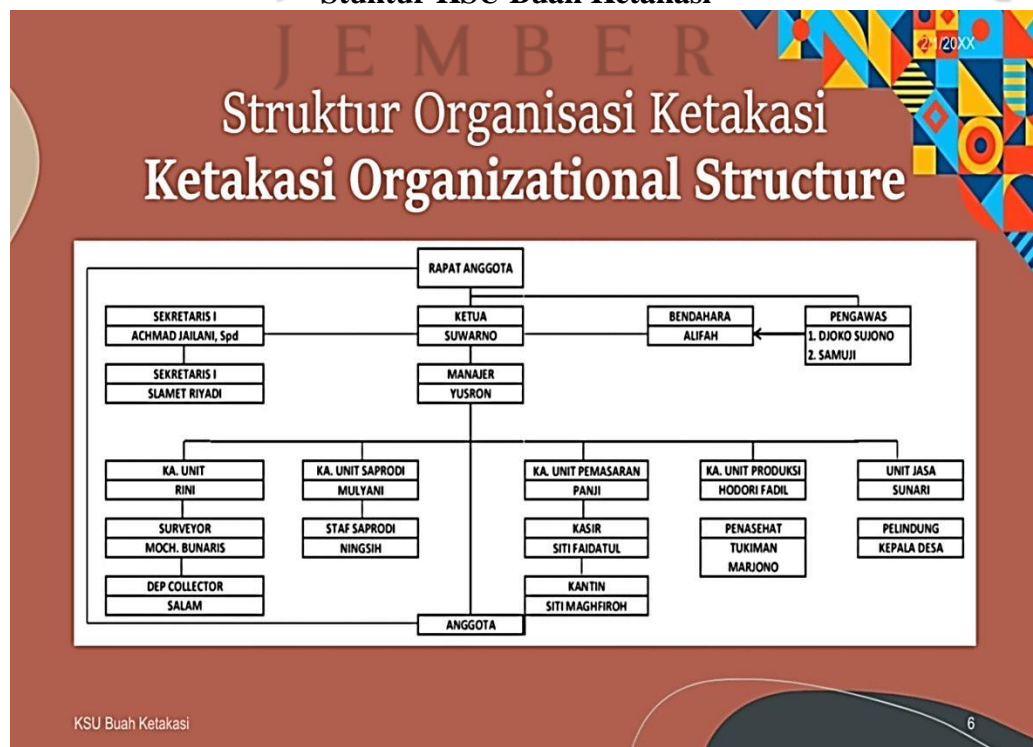
Membawa perubahan sosial dan budaya masyarakat hulu hilir yang berkelanjutan

b. Misi

1. Menciptakan Produk lokal yang mampu bersaing global
2. Menjadi penyedia kopi khas Jember yang berkualitas dengan harga terjangkau
3. Menjadi alat promosi potensi kawasan kebun kopi
4. Menumbuhkan wirausaha baru khususnya yang terkait dengan kopi

8. Struktur KSU Buah Ketakasi

Gambar 4.2
Struktur KSU Buah Ketakasi



B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data adalah bagian yang mengemukakan informasi yang disampaikan dalam pemeriksaan yang diubah sesuai dengan definisi masalah dan penyelidikan informasi penting. Seperti yang telah diungkapkan, menggunakan prosedur pengumpulan informasi melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Setiap eksplorasi harus disertai dengan teknik pemeriksaan informasi yang digunakan, untuk mencapai tujuan, sehingga disesuaikan dengan rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

Strategi pemasaran di KSU Buah Ketakasi ada dua aspek yakni skala kecil dan skala besar Hal tersebut disampaikan oleh bapak Sunari selaku Unit Jasa di KSU Buah Ketakasi, pada saat wawancara Tanggal 10 Desember 2022, beliau menyatakan:

“Terkait strategi pemasaran di Industri Pengolahan Kopi KSU Buah Ketakasi itu melalui dua aspek pemasaran yaitu dalam skala kecil dan besar. dalam pemasaran skala kecil KSU Buah Ketakasi menyuplai ke beberapa Cafe yang berada Jember dan mengirim produknya ke berbagai kota diantaranya Surabaya, Semarang, Banyuwangi, dan Bali. Produk yang dikirim dalam skala kecil perharinya sekitar 200 Kg.”⁵⁸

Adapun pernyataan dari Bapak Panji selaku KA Unit Pemasaran beliau menyatakan :

“Kalau dalam pemasaran skala besar yaitu dengan cara melakukan ekspor ke beberapa negara yang diantaranya ialah Malaysia, Singapura, India dan Amerika.”⁵⁹

⁵⁸ Sunari, Wawancara, Jember, 10 Desember 2022.

⁵⁹ Panji, Wawancara, Jember, 18 Mei 2023.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran di KSU Buah Ketakasi yaitu ada dua aspek yakni skala kecil yang dimana dengan cara menyuplai poduk ke beberpai kafe yang berada di kota Jember, dan mengirim produk ke luar kota, sedangkan skala besar yaitu dengan cara melakukan pengiriman ke luar negeri atau ekspor.

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7P

a. Produk (*product*)

Dalam mengatasi berbagai produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen KSU Buah Ketakasi mengutamakan rasa dan kualitas kopi di KSU Buah Ketakasi tidak hanya ada satu macam produk yang di antaranya ada kopi Kopi robusta, Kopi Arabika, Kopi Hijau, dan Kopi Lanang. Sebagaimana pernyataan dari bapak Sunari selaku Unit Jasa yaitu:

“Untuk mengatasi berbagai produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, KSU Buah Ketakasi lebih mengutamakan rasa dan kualitas kopinya. Sehingga dari hasil pengolahan itu menciptakan berbagai macam produk, yakni: Kopi robusta, Kopi Arabika, Kopi Hijau, dan Kopi lanang. Selain itu KSU Buah Ketakasi di dalam packingnya menyesuaikan dengan permintaan konsumen, sehingga dari berbagai permintaan itu pengelola kopi memberikan harga ynag sesuai dengan kriteria permintaan pasar atau konsumen.”⁶⁰

Adapun pernyataan dari Bapak Hodori Fadil selaku KA Unit Produksi di KSU Buah Ketakasi beliau menyatakan yaitu:

”Dari berbagai empat produk yaitu Kopi Robusta, Kopi Arabika, Kopi Hijau, dan Kopi lanang. KSU Buah Ketakasi memperoleh biji kopi tersebut dari kebun petani yang ada Di Desa Sidomulyo, biji kopi tersebut kemudian dikelola sebagai bahan jadi untuk mewujudkan strategi pemasaran KSU Buah Ketakasi untuk

⁶⁰ Sunari, Wawancara, Jember, 10 Desember 2022.

menciptakan pangsa pasar. Menariknya, dari empat produk olahan kopi bubuk yang paling diminati oleh konsumen yaitu Kopi Robusta, dikarenakan bahan baku mentah kopi robusta sangat mudah dan rata-rata petani kopi yang ada di Desa Sidomulyo yaitu bertani buah kopi robusta.”⁶¹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa produk yang ada di KSU Buah Ketakasi itu langsung mengelola dari hasil petani kopi Desa Sodomulyo, ada empat jenis produk yakni kopi robusta, kopi arabka, kopi hijau, dan kopi lanang. dan setiap bubuk kopi itu memiliki varian yang berbeda mulai dari 160 gram sampai 500 gram. Dengan adanya empat jenis varian tersebut maka konsumen lebih mudah memilih produk yang mereka butuhkan.

Tabel 4.2 Produk

| No | Produk Kopi Bubuk | Kemasan Produk |
|----|-------------------|----------------------------------|
| 1 | Kopi Robusta | 160 gram 250 gram 500 gram |
| 2 | Kopi Arabika | 160 gram 200 gram 500 gram |
| 3 | Kopi Hijau | 500 gram |
| 4 | Kopi Lanang | 200 gram 250am |

b. Harga (*Price*)

Harga yang ada di KSU Buah Ketakasi itu tergantung dari ukuran kemasannya kemasan tersebut mulai dari 160 gram sampai 500 gram sebagaimana pernyataan dari bapak Sunari Selaku Unit Jasa yaitu :

“Untuk Penetapan harga produk di KSU Buah Ketakasi mempunyai tingkatan masing-masing, seperti kopi robusta yang per 160 gram sampai 500 gram berkisaran harga mulai dari

⁶¹ Hodori Fadil, Wawancara, Jember, 20 Mei 2023.

Rp.15.000- Rp.50.000, Kopi Arabika per 160 gram sampai 500 gram berkisaran mulai Rp.20.000, Kopi Hijau per 500 gram berkisaran di harga Rp.80.000 Kopi Lanang per 160 gram sampai 250 gram berkisaran di harga Rp.35.000. sebagai sebuah instrumen aktif untuk mencapai tujuan spesifik, antara lain target untuk memperoleh keuntungan, target pangsa pasar dan lainnya.⁶²

Adapun pernyataan dari Bapak Panji selaku KA Unit Pemasaran beliau menyatakan hal yang serupa yaitu :

“Penetapan Harga di KSU Buah Ketakasi yaitu sesuai dari ukuran kemasan, berikut beberapa harga produk kopi bubuk yang ada di KSU Buah Ketakasi:⁶³

Tabel 4.3 Harga :

| No | Produk Kopi | Ukuran | Harga (Rp) |
|----|--------------|----------|------------|
| 1 | Kopi Robusta | 160 gram | Rp. 15.000 |
| | | 250 gram | Rp. 20.000 |
| | | 500 gram | Rp. 50.000 |
| 2 | Kopi Arabika | 160 gram | Rp. 20.000 |
| | | 200 gram | |
| | | 500 gram | |
| 3 | Kopi Hijau | 500 gram | Rp. 80.000 |
| 4 | Kopi Lanang | 160 gram | Rp. 35.000 |
| | | 250 gram | Rp. 45.000 |

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa harga pada KSU Buah Ketakasi mempunyai tingkatan masing-masing yang sesuai dengan berat varian di antara empat macam bubuk kopi tersebut atau sesuai dengan tabel diatas.

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh KSU Buah Ketakasi melalui *soft marketing* dan *hard marketing*. Sebagaimana Pernyataan dari bapak Panji selaku KA. Unit Pemasaran:

⁶² Sunari, Wawancara, Jember, 10 Desember 2022.

⁶³ Panji, Wawancara, Jember, 18 Mei 2023.

“Promosi pemasaran yang dilakukan KSU Buah Ketakasi Desa Sidomulyo yaitu dengan bantuan dari mahasiswa Universitas Jember yang pemasarannya melalui media buka lapak, Shopee, dan Facebook. selain itu, mahasiswa Universitas Jember sering melakukan pameran, dimana mahasiswa juga ikut sumbangsi *event* di berbagai daerah atau kota yakni Surabaya, Jakarta, Banyuwangi, Bali dan sekitarnya. sehingga dari berbagai *event* yang diikuti para pengunjung dari berbagai daerah dan kota akhirnya mereka juga ikut berpartisipasi membeli berbagai macam produk kopi yang dipasarkan oleh KSU Buah Ketakasi. Adanya event tersebut juga memberi peluang terhadap KSU Buah Ketakasi karena dari berbagai event yang mereka ikuti ada sebagian pengunjung yang meminta kontak agar lebih mudah komunikasinya untuk datang ke tempat. Menariknya adanya promosi melalui *event* tersebut tidak lain memperluas jangkauan pasar sehingga produk dapat memberikan segmen pasar yang luas baik ditingkat nasional maupun internasional.”⁶⁴

Adapun Pernyataan Promosi dari Bapak Sunari selaku unit jasa beliau menyatakan :

“Dari hasil bebrbagai event yang diikuti oleh KSU Buah ketakasi ada beberapa konsumen yang menghubungi KSU Buah Ketakasi dengan cara datang langsung ketempat yang akhirnya bisa melihat proses pembuatan bubuk kopi dari awal sampai akhir dan konsumen tertarik untuk membeli beberapa produk yang ada di KSU Buah Ketakasi.”⁶⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan KSU Buah Ketakasi yaitu dengan bantuan dari Mahasiswa Universitas Jember yang pemasarannya melalui media sosial. dan mengikuti acara pameran event di berbagai daerah atau kota. Dengan adanya pemasaran yang diikuti tersebut dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ada di KSU Buah Ketakasi.

⁶⁴ Panji, Wawancara, Jember, 18 Mei 2023.

⁶⁵ Sunari, Wawancara, Jember, 10 Desember 2022.

d. Tempat (*Place*)

Tempat KSU Buah Ketakasi memiliki keunggulan lokasi yang strategis yang dimana dekat dengan Jalan lintas Provinsi Jember-Bali yang tepatnya di Jalan Suwarno, Curah Manis, Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68184. Sebagaimana hasil Observasi pada 10 Desember 2022 yakni:

“KSU Buah Ketakasi ini merupakan salah satu tempat yang menjadi bagian penting dalam pemasaran yang digunakan untuk mengupayakan agar produk bisa sampai ketangan konsumen. Salah satu keputusan ditempat ini yakni distribusi melalui saluran pemasaran. Pemasaran yang dilakukan KSU Buah Ketakasi yakni melalui pemasaran secara langsung yaitu menjual kopi kepada konsumen atau menyuplai ke berbagai kedai atau warung kopi di desa. Pengolahan dan Distribusi dari Kopi Robusta, Kopi Arabika, Kopi Hijau, dan Kopi Lanang itu bertempat di KSU Buah Ketakasi Desa Sidomulyo. Tempat pengolahan kopi ini berdiri 2007 yang diketuai Suwarno, sejak tahun 2007 KSU Buah Ketakasi sudah memiliki pabrik pengolahan kopi sendiri, pabrik pengolahan kopi dengan mesin yang kualitasnya cukup baik.”⁶⁶

Adapun dari pernyataan Tempat dari bapak Hodori Fadil selaku

KA. Unit Poduksi Beliau menyatakan :

“KSU Buah Ketakasi memilik tempat yang cukup baik dikarenakan dekat dengan wisata pinus dan raja domba apalagi di tahun sekarang yang telah di bangun argopuro besar dan plang di pintu masuk Sidomulyo akan lebih mudah terlihat oleh konsumen atau orang melintas di jalan provinsi Jember-Banyuwangi-Bali.”⁶⁷

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa tempat KSU Buah Ketkasi merupakan tempat yang strategis selain dekat dengan wisata KSU Buah Ketakasi juga berada dijalan Provinsi Jember-Banyuwangi-Bali. Sehingga dapat menarik minat konsumen bisa lebih mudah.

⁶⁶ Observasi, Jember, 10 Desember 2022.

⁶⁷ Panji, Wawancara, Jember, 18 Mei 2023.

e. Orang (*People*)

Orang yaitu orang yang mengerjakan semua kegiatan mulai dari bahan mentah sampai menjadi kopi bubuk yang dimana meliputi karyawan dan konsumen di KSU Buah Ketakasi.

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Bapak Sunari selaku Unit Jasa beliau menyatakan:

“Pelaku usaha menjadi salah satu pelaku yang sangat diperhatikan untuk menjaga hubungan erat antara konsumen dengan penjual dalam menjaga kualitas pelayanan yang cepat dan tempat serta menjaga citarasa supaya konsumen dapat datang kembali. Selain itu di KSU Buah Ketakasi para pelaku usaha diwajibkan menerapkan berbagai prinsip, diantaranya: Prinsip kejujuran, Prinsip keadilan, Prinsip saling menguntungkan, Prinsip integritas moral. prinsip diatas tersebut yakni sebagai tuntunan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjelaskan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan maupun perusahaan”.⁶⁸

Adapun pernyataan dari Ibu Lusi selaku Konsumen atau Pelanggan beliau menyatakan yaitu:

“Orang-orang atau karyawan disini sudah ahli karena memang ada pelatihan dari awal, namun walaupun mereka sudah ahli semua dalam pembuatan bubuk kopi setiap karyawan itu ada bagiannya sendiri jadi setiap karyawan fokus ke bidangnya masing-masing dengan mereka fokus ke bidangnya sendiri maka akan menghasilkan produk bubuk kopi yang lebih sempurna.”⁶⁹

Adapun Pernyataan dari Ibu Indah Selaku Konsumen atau Pelanggan beliau menyatakan:

“Dari segi kemasan sangat menarik dan untuk harga standar *quality*, terutama untuk kopi robustanya sangat enak dan telah menjadi kopi terbaik di Jember, apalagi kalau kita datang kesana

⁶⁸ Sunari, Wawancara, Jember, 22 Desember 2022.

⁶⁹ Lusi, Wawancara, Jember, 18 Mei 2023.

kita disuguhkan segelas kopi dan pelayanannya di KSU Buah Ketakasi sangat ramah sekali.”⁷⁰

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan orang-orang yang ada di KSU Buah Ketakasi yaitu meliputi konsumen dan pelaku usaha yang dimana pelaku usaha diwajibkan menerapkan berbagai prinsip sebagai tuntunan internal dalam berprilaku usaha atau bisnis agar hubungan erat dan menjaga kualitas pelayanan antara konsumen dan pelaku usaha yang ada di KSU Buah Ketakasi.

f. Proses (*Process*)

Proses yang dilakukan oleh KSU Buah Ketakasi yaitu ada dua metode pengolahan kopi yakni proses pengolahan kering dan proses pengolahan basah.

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Bapak Hodori Fadil selaku KA.

Unit Produksi beliau menyatakan:

“Di Ksu Buah Ketakasi dalam proses pengelolaan kopinya itu melalui dua cara, yakni pengolahan kering dan pengolahan basah. Metode pengolahan kering dikerjakan dengan mengeringkan buah kopi sampai kadar air mencapai 12-13%, selanjutnya baru dikupas kulitnya. Selain itu pengolah kopi kering dapat memperoleh biji kopi yang teksturnya bagus karena pengeringannya dilakukan saat kopi masih berbentuk gelondong. Sedangkan pengolahan basah dikerjakan dengan pengupasan kulit buah kopi terlebih dahulu, selanjutnya dicuci dan dikeringkan sampai kadar air 12-13% agar setelah pengupasan kulit buah dan pencucian lendir dapat menghasilkan biji kopi yang bagus.”⁷¹

⁷⁰ Indah, Wawancara, Jember, 18 Mei 2023.

⁷¹ Hodori Fadil, Wawancara, Jember, 20 Mei 2023.

Adapun Pernyataan dari Bapak Sunari Selaku Unit Jasa menyatakan hal yang serupa tentang proses pengolahan kopi yaitu :

“Proses pengolahan kering dikerjakan dengan mengeringkan buah kopi sampai kadar air mencapai 12-13%, selanjutnya baru dikupas kulitnya. Proses pengolahan basah dilakukan dengan pengupasan kulit buah kopi terlebih dahulu, selanjutnya dicuci dan dikeringkan sampai kadar air 12-13% agar setelah pengupasan kulit buah dan pencucian lendir dapat menghasilkan biji kopi yang bagus.”⁷²

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa proses pengolahan kopi di KSU Buah Ketakasi ada dua metode yaitu pengolahan kering dan pengolahan basah yang dimana diantara kedua metode tersebut buah kopi dikeringkan sampai kadar air mencapai 12-13%.

g. Bentuk Fisik (*Physical Evidence*)

Bentuk fisik atau Lingkungan Fisik Pada KSU Buah Ketakasi sebagaimana yang dinyatakan oleh Bapak Hodori Fadil beliau menyatakan:

“Bentuk Fisik yang menjadi salah satu simbol di KSU Buah Ketakasi ialah dengan memperkenalkan jenis-jenis kopi, harga kopi, dan lain-lain. dalam memperkenalkan jenis kopi tersebut pihak KSU Buah Ketakasi membuat pelayanan khusus di media sosial seperti Facebook, Instagram, web.ketakasi.id. dari berbagai media tersebut KSU Buah Ketakasi memberikan dampak positif terhadap konsumen sehingga lebih mudah melihat produk di berbagai media sosial yang ada.”⁷³

Adapun Pernyataan dari Bapak Sunari selaku Unit Jasa beliau juga mengatakan:

“Bentuk fisik ini juga menjadi bagian terpenting bagi pelaku usaha untuk memberikan layanan penuh terhadap konsumen untuk

⁷² Sunari, Wawancara, Jember, 22 Desember 2022.

⁷³ Hodori Fadil, Wawancara, Jember, 20 Mei 2023.

menjaga citarasa di antara keduanya, selain itu pembelian produk di KSU Buah Ketakasi itu sudah di sediakan bingkisan yang bertuliskan “Kopi Ketakasi” sebagai tanda bentuk fisik.”⁷⁴

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa bentuk fisik di KSU Buah Ketakasi membuat ruangan yang berbeda mulai dari ruangan penjualan, gudang, dan produksi hal itu ditujukan agar konsumen nyaman dalam melakukan pembelian selain itu penataan produknya juga dibuat sedemikian rupa agar konsumen lebih mudah dalam memilih produk.

2. Kendala Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan terdapat beberapa kendala pada KSU Buah Ketakasi yang diantaranya:

Fluktuasi harga harga tergantung dari perubahan yang terjadi pada permintaan dan penawaran. Sesuai dengan pernyataan dari Bapak Panji selaku KA Unit Pemasaran beliau menyatakan:

“Pada budidaya kopi di Desa Sidomulyo, KSU Buah Ketakasi menghadapi permasalahan Fluktuasi harga. solusi untuk mengatasi permasalahan yang mengakibatkan kerugian anggota atas anjloknya harga kopi atau fluktuasi harga salah satunya dengan mengumpulkan hasil panen kopi yang kemudian dilakukan kegiatan ekspor. Sehingga dengan ekspor tersebut KSU Buah Ketakasi dapat meningkatkan nilai ekonomi kopi yang sedang mengalami fluktuasi harga.”⁷⁵

⁷⁴ Sunari, Wawancara, Jember, 22 Desember 2022.

⁷⁵ Panji, Wawancara, Jember, 18 Mei 2023.

Adapun pernyataan dari bapak Sunari selaku Unit Jasa beliau menyatakan :

“Penyebab terjadinya fluktuasi harga yaitu ketika panen raya kopi sangat banyak dan harga kopi turun drastis sehingga banyak menyebabkan para petani merugi. Selain itu terjadinya fluktuasi harga disebabkan antara kelompok tani dengan pengepul, dimana keduanya tidak seimbang didalam memberikan harga sehingga berimbas kepada harga yang terjadi dipasar.”⁷⁶

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa fluktuasi harga terjadi karena kopi yang terlalu banyak disaat musim panen sehingga harga kopi turun drastis, selain itu bisa juga disebabkan karena petani dan pengepul yang dimana keduanya tidak seimbang dalam memberikan harga.

Selanjutnya ada kendala pengolahan kopi baik itu metode pengolahan kering dan pengolahan basah pada KSU Buah Ketakasi hal ini dinyatakan oleh Bapak Sunari selaku Unit Jasa dan Bapak Febriyanto selaku Petani di Desa Sidomulyo:

“Sebenarnya yang menjadi salah satu kendala dari pengolahan kopi tersebut, baik yang kering atau yang basah itu pertama, terletak atau tergantung kepada petani dan cuaca hujan yang begitu serius. Selain itu, dalam pemecahan kulit kopi sering dikena hujan sehingga hasilnya jelek. kedua, disebabkan petaninya yang asal-asalan atau keburu untuk memanen kopi meskipun kopi masih berkulit hijau atau masih muda.”⁷⁷

Bapak Febriyanto selaku petani di Desa Sidomulyo beliau menyatakan:

“Para petani memulai panen kopi biasanya dilakukan dua kali setiap panen yang dimana pertama dipanen buah yang merah dulu,

⁷⁶ Sunari, Wawancara, Jember, 22 Desember 2022.

⁷⁷ Sunari, Wawancara, Jember, 22 Desember 2022.

kedua dipanen secara campur baik kopi yang sudah merah, kuning dan hijau sehingga itu menjadi salah satu kendala didalam pengolahan kopi karena tidak sesuai dengan kriteria pengolahan dan imbasnya bisa menyebabkan kualitas harga menurun.”⁷⁸

Ibu Rahmani selaku Petani di Desa Sidomulyo juga menyatakan:

“Petani biasanya memulai panen buah kopi yang merah di bulan Mei, dan untuk panen rayanya atau panen keseluruhannya baik itu kopi yang merah, kuning, dan Hijau tua itu biasanya di bulan Juni-Juli.”⁷⁹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala pengolahan kopi baik yang kering ataupun basah, itu tergantung kepada petani dan cuaca hujan, selain itu disebabkan oleh petani yang asal-asalan dalam memulai panen kopi yang dimana kopi masih terlalu muda sudah dipetik atau dipanen.

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi Ksu Buah Ketaksi Desa Sidomulyo Kecamatan Jember

Teori yang dikemukakan oleh Kolter dan Amstrong bahwa strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang diikuti oleh adanya pemasaran. tujuannya untuk perusahaan dapat mencapai target yang sudah ditentukan.

Faktanya Strategi pemasaran di industri pengolahan kopi KSU Buah Ketaksi Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember yaitu melalui dua cara pemasaran, yakni pemasaran skala kecil dan besar. Skala kecil tersebut mencakup di level kedai atau cafe, dan pengiriman ke

⁷⁸ Febriyanto, Wawancara, Jember, 23 Juni 2023.

⁷⁹ Rahmani, Wawancara, Jember, 23 Juni 2023.

luar kota sedangkan skala besar dengan melakukan ekspor ke berbagai negara.

Teori tersebut sesuai dengan fakta dilapangan yang dimana KSU Buah Ketakasi melakukan strategi pemasaran dengan suatu rencana yang diikuti oleh adanya pemasaran yang tujuannya untuk dapat mencapai target yang sudah ditentukan hal ini dapat dilihat dengan startgi pemasaran yang dilakukan oleh KSU Buah Ketakasi.

Teori yang dikemukakan oleh Kotler tentang bauran pemasaran untuk produk jasa berbeda dengan produk barang. Letak perbedaannya terdapat elemen-elemen tambahan didalam bauran pemasaran itu sendiri. Bauran pemasaran dalam produk barang terdiri dari 4P yaitu produk, harga, promosi, tempat, didalam jasa dirasa kurang karena karakteristik jasa berbeda dengan barang maka perlu ditambah tiga unsur yaitu orang, proses, dan bentuk fisik.

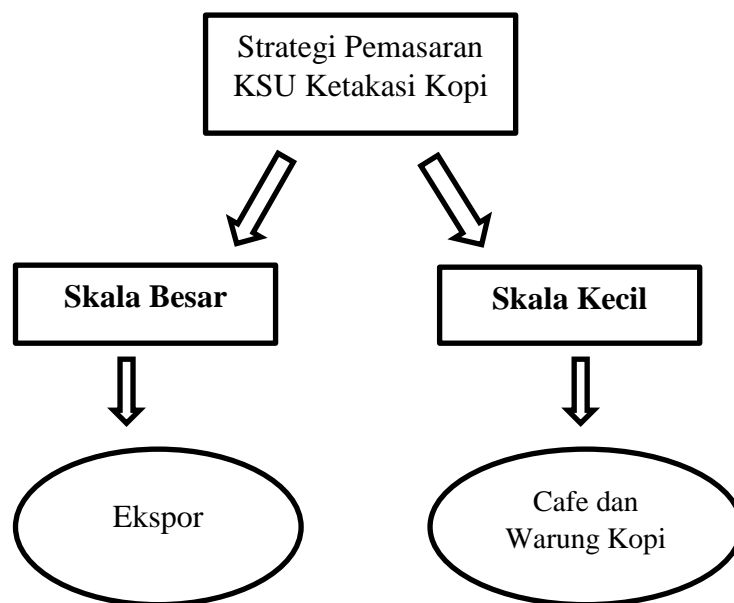
Fakta dilapangan KSU Buah Ketakasi menerapkan atau melakukan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yakni produk, harga, promosi, tempat, proses, orang dan bentuk fisik. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan dengan adanya pelanggan atau konsumen yang berasal dari berbagai wilayah dan luar kota, hal tersebut juga dibuktikan oleh karyawan KSU Buah Ketakasi yang dimana pelanggan atau konsumen yang berkunjung ke KSU Buah Ketakasi cukup banyak dan yang memesan secara online juga banyak, seta pengiriman produk ke luar

kota juga cukup banyak, dan pengiriman ke luar negeri juga cukup banyak.

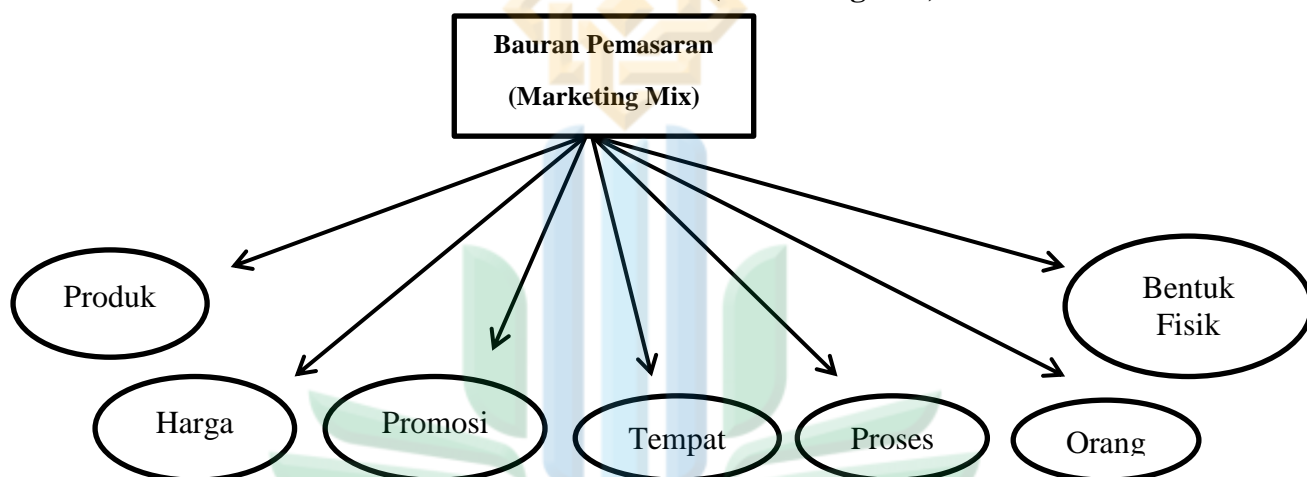
Teori tersebut sesuai dengan fakta dilapangan yang dimana KSU Buah Ketakasi sudah menerapkan atau melakukan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yakni produk, harga, promosi, tempat, proses, orang dan bentuk fisik.

Kesimpulannya tentang Analisis strategi pemasaran di KSU Buah Ketakasi, Strategi pemasaran di industri pengolahan kopi KSU Buah Ketakasi Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember yaitu melalui dua cara pemasaran, yakni pemasaran skala kecil dan besar. Selain itu KSU Buah Ketakasi menerapkan atau melakukan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yakni produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bentuk fisik.

Gambar 4.3: Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi KSU Buah Ketakasi Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember



Gambar 4.4: Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P



2. Kendala Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember

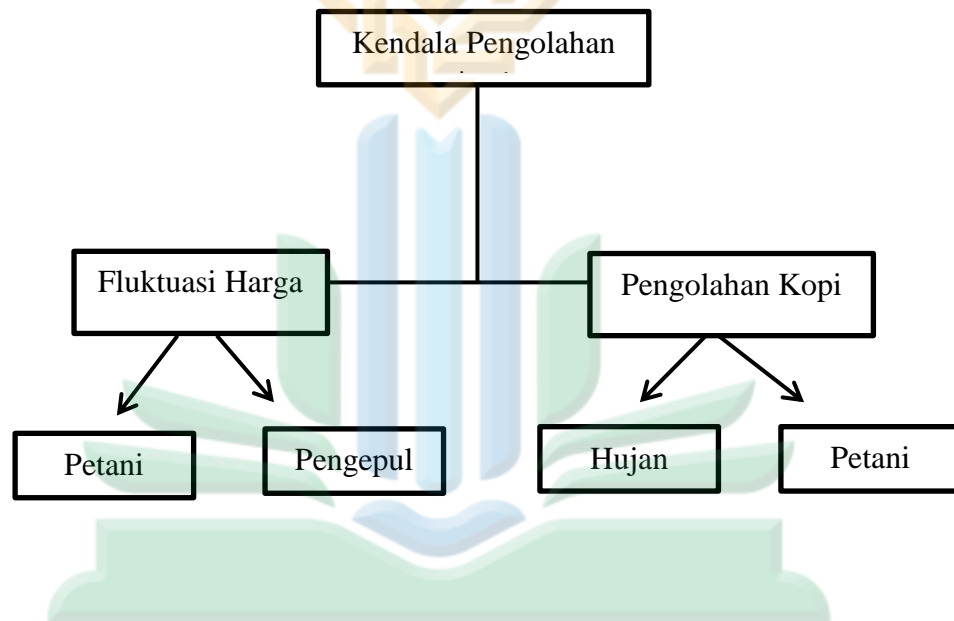
Teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller bahwa dalam pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai tujuan yang diinginkan pihak lain.

Fakta dilapangan startegi pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) memiliki kendala dalam pemasarannya ialah terjadinya fluktuasi harga yang mencangkup kurang seimbangny antara petani dan pengepul serta pengolahan kopi yang mencangkup musim hujan dan petani. Dengan adanya kendala fluktuasi harga tersebut KSU Buah Ketakasi mengumpulkan hasil panen kopi yang kemudian dilakukan kegiatan ekspor kebeberapa Negara. Dan untuk mengatasi kendala pengolahan kopi KSU Buah Ketakasi memberikan arahan kepada petani yang khususnya Ketakasi (Kelompok Tani Asli Sidomulyo) yang dimana pada saat panen kopi buah kopi yang masih terlalu muda atau masih

berwarna hijau muda jangan di petik terlebih dahulu agar bisa mendapatkan kualitas bubuk kopi yang terbaik. Dalam implementasinya di KSU Buah Ketakasi menggunakan strategi pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan agar lebih unggul.

Teori tersebut sesuai dengan fakta lapangan yang dimana KSU Buah Ketakasi mengalami beberapa kendala yang diantaranya fluktuasi harga dan pengolahan kopi yang mencakup musim hujan dan petani, hal ini bisa dilihat dari KSU Buah Ketakasi yang dimana dengan adanya kendala tersebut KSU Buah Ketakasi berusaha untuk meningkatkan strategi pemasarannya dalam memilih pasar sasaran, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan agar lebih unggul.

Kesimpulannya tentang kendala strategi pemasaran, KSU Buah Ketakasi mengalami kendala fluktuasi harga dan pengolahan kopi serta mencakup musim hujan dan petani, dengan adanya kendala tersebut KSU Buah Ketakasi menggunakan strategi pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan agar lebih unggul.

Gambar 4.5 Kendala Pengolahan Kopi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian sebagaimana yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dengan mengacu pada fokus masalah, dengan menggunakan metode kualitatif maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

Strategi Pemasaran yang dilakukan KSU Buah Ketakasi dalam memasarkan produknya yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran dalam skala besar dan kecil serta menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bentuk fisik.

2. Kendala-kendala Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU BUAH KETAKASI) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.

Kendala strategi Pemasaran Pada budidaya kopi di Desa Sidomulyo, ada dua kendala yaitu:

Fluktuasi harga. Solusi untuk mengatasi permasalahan yaitu dengan mengumpulkan hasil panen kopi yang kemudian dilakukan kegiatan ekspor. Sehingga dengan ekspor tersebut KSU Buah Ketakasi dapat meningkatkan nilai ekonomi kopi yang sedang mengalami fluktuasi harga.

Kendala dari pengolahan kopi baik yang kering atau yang basah itu pertama. terletak atau tergantung kepada petani dan cuaca hujan yang begitu serius. Selain itu, dalam pemecahan kulit kopi sering dikena hujan sehingga hasilnya jelek. Kedua, disebabkan petaninya yang keburu untuk memanen kopi meskipun kopi masih berkulit hijau atau masih muda. sehingga itu menjadi salah satu kendala didalam pengolahan kopi karena tidak sesuai dengan kriteria yang dapat menyebabkan kualitas harga menurun.

B. Saran

Kesimpulan yang diperoleh, penulis mengasihkan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan yaitu disarankan kepada KSU Buah Ketakasi:

1. KSU Buah Ketakasi diharapkan dalam menerapkan strategi pemasaran lebih produktif untuk memakai platfrom media sosial yang sedang trending seperti Tiktok, Twitter.
2. Untuk menanggulangi berbagai kendala yang terjadi terhadap pengolahan kopi di KSU Buah Ketakasi diharapkan para petani dan pengepul saling bersinergi untuk membangun optimalisasi pangsa pasar yang memberikan pelayan penuh terhadap konsumen atas pengolahan yang kurang maksimal untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Choirul Akbar. “Analisis Strategi Pemasaran Pada Pedagang Warung Mie Indomie (Warmindo) Kecamatan Kaliawates Kabupaten Jember”. Skripsi UIN Khas Jember, 2023.
- Angga Aji Nursahid. “Strategi Pemasaran *Break Cafe* Semarang”. Skripsi Universitas Semarang, 2019.
- Alma Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Anis Mujiasih. “Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Serba Tiga Lima di Kedungadem Bojonegoro.” Skripsi, UIN Khas Jember, 2022.
- Fakhrudin Arif, Roellyanti Valeria Maria, dan Awan. *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022.
- Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rinika Cipta, 2008.
- Dian Nurmasari. “Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Percetakan 9studi Kasus UKM Percetakan *The Bejos Screen Printing*, Kota Palopo, Sulawesi Selatan).” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019.
- Emmia Tambarta Kembaren dan Muchsin, “Pengelolaan Pasca Panen Kopi Arabika Gayo Aceh,” *Jurnal Visioner dan Strategis* 10 No. 1 (Maret 2021): 30.
- Fawzi-Haque Grace Marissa, Iskandar Syarief Ahmad, Erlangga Heri, Nurjaya, dan Sunarsi Denok. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Books, 2022.
- Fatihudin Didin dan Firmansyah Anang. *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Gefriansyah. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Pada Usaha UMKM di Kota Jambi (Studi Pada Exotis Coffee).” Skripsi, UIN Sulthan Tahaha Saifuddin Jambi, 2021.
- Ilmil Zawawi. “Strategi Pemasaran Madrasah Ibtidaiyah Nurul Islam 02 Balung Jember”. Skripsi UIN Khas Jember, 2022.
- Ismanto Juli. *Manajemen Pemasaran*. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Unpam Press, 2020.

- Julianto Trisanto Foengsitanjoyo dan Suparno. "Aalisis pengaruh Jumlah Industri Besar Dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Surabaya." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1 No. 2 (September 2016): 232.
- Junaedi Ruspindi Wawan. *Manajemen Pemasaran Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022.
- Kholis Nur Ahmad dan Nugroho Sulistianto. "Perancangan Buku Panduan Seduh Kopi Manual Untuk *Home Brewers*." *Jurnal e-Pocceeding of Art&Design* 6 No. 3 (Desember, 2019): 3607.
- Maulida Shafta Nahzhifah, Agustina Titin, "Analisis Perilaku Konsumen Produk Kopi Robusta Organik Koperasi Serba Usaha (KSU) Buah Ketakasi di Kabupaten Jember," *Jurnal Analisis Perilaku Konsumen* No. 2 (Oktober 2022): 106-108.
- Mubasit, *Manajemen Pemasaran* Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung: Fakultas Dakwah, 2012.
- Mawar Putri Sahman. "Strategi Pemasaran Jual Beli Kopi (Studi Di Desa Dandang Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara)." Skripsi IAIN Palopo, 2019.
- Moleong, J Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif* Bandung: PT. Rosdakarya, 2018.
- Napitulu Sabar, dkk. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis Dengan Teori-teori Para Ahli*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco, 2021.
- Ngatno. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: E.F Press Digimedia Pondok Bakti Agung, 2018.
- Nikensari Sri Indah. *Ekonomi Industri Teori dan Kebijakan*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2018.
- Nurmi. "Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Telor Ayam Pada PT Cahaya Anugrah Sentosa Di Kota Makassar." *Jurnal Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNM*, 3.
- Priangga Dimas, Setiowati Tasha, dan Sari Risma Retalia, "Modal Sosial di Koperasi Serba Usaha Buah Ketakasi Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember," *Jurnal Ilmu Pertanian Tritayasa* No. 2 (Februari 2020): 175-176.
- Prihatminingtyas Budi. *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*. Malang: CV IRDH, 2019.

- Purnamasari, dkk. *Perencanaan Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian)*. Bandung: Widia Bhakti Persada, 2022.
- Putra Saka. "Analisis Industri Pangan Sub Sektor Industri Makanan Ringan Kue Bangkit Dan Bolu." *Jurnal Online Mahasiswa Fekon* 4 No.1 (Februari 2007): 560.
- Rifqan Noparianda. "Analisis Strategi Pemasaran Industri Kopi Di Aceh (Studi Kasus Di Solong Cofee Banda Aceh)." Skripsi, UIN Ar-raniry Banda Aceh, 2019.
- Rino Elda Krismanto. "Strategi Komunikasi Pemasaran *Coffee Toffee* Pekanbaru Dalam Menarik Minat Pelanggan." Skripsi, Universitas Islam Riau, 2019.
- Saleh Yusuf Muhammad dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media, 2019.
- Saparso. *Marketing Process*. Jakarta: Ukrida Press, 2019.
- Selang Christian. "Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Fresh Mart Bahu Mall* Manado." *Jurnal Emba* 1 No.3 (Juni 2013): 72.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Sumari, *Diktat Bahan Ajar Etika Bisnis*. Jakarta: Univrsitas Persada Indonesia, 2021.
- Sunarsasi dan Nanang Rudi Hartono. "Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar," *Jurnal Translitra* No.1 (2020): 23.
- Tim Penyusun. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press, 2019.
- Tjipytono Fandy. *Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2000.
- Wibowo Hendika Dimas. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo," *Jurnal Administrasi Bisnis* No.1 (Desember 2015): 61.
- Wibowo Yuli dan Cita Bella Palupi. "Analisis Nilai Tambah Pengolahan Biji Kopi Arabika (Studi Kasus Rumah Kopi Banjarsengon Jember." *Jurnal Agroteknologi* No.1 (2022): 40.
- Widia Resti Ayu. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko *Bag Corner* Ponorogo." Skripsi, IAIN Ponorogo, 2020.

Yatminiwati Mimin. *Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan bagi mahasiswa*. Lumajang: Gama Press, 2019.

Yulianti Farida, Lamsah, dan Periyadi. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Budi Utama, 2019.

Zainurossalamia Saida. *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Nusa Tenggara Barat: FP. Aswaja, 2020.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

MATRIK PENELITIAN

| JUDUL | VARIABEL | SUB VARIABEL | INDIKATOR | SUMBER DATA | METODE PENELITIAN | FOKUS PENELITIAN |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI PENGOLAHAN KOPI (KSU BUAH KETAKASI) DI DESA SIDOMULYO KECAMATAN SILO KABUPATEN JEMBER | STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI PENGOLAHAN KOPI | Strategi Pemasaran Etika Bisnis Industri Pengolahan Kopi | 1. Strategi Pemasaran 2. Strategi Pemasaran 3. Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P 1. Pengertian Etika Bisnis 2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis 1. Industri Besar 2. Industri Sedang 3. Industri Kecil 1. Pengolahan Kopi | 1. Observasi 2. Wawancara 3. Dokumentasi | 1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif 2. Jenis Penelitian: Deskriptif 3. Subyek Penelitian: Purposive 4. Lokasi Penelitian: Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember 5. Teknik Pengumpulan Data : a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 6. Teknik Analisis Data: Deskriptif 7. Teknik Keabsahan Data : Triangulasi Sumber | 1. Bagaimana Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU Buah Ketakasi) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember ? 2. Apa Saja Kendala Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU Buah Ketakasi) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember ? |



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alan Maulana Malik Ibrahim
NIM : E20192007
Prodi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : UIN KHAS Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi KSU Buah Ketakasi di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember**" Adalah Benar-benar Hasil Penelitian Dan Karya Saya Sendiri Kecuali Kutipan-kutipan Yang Diambil Dan Disebutkan Sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 13 September 2023

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



Alan Maulana Malik Ibrahim
NIM E20192007



PEDOMAN WAWANCARA

A. Profil KSU Buah Ketakasi

1. Bagaimana sejarah Industri Pengolahan Kopi KSU Buah Ketakasi?
2. Apa visi dan misi KSU Buah Ketakasi?
3. Bagaimana ruang lingkup kegiatan KSU Buah Ketakasi?
4. Bagaimana struktur organisasi KSU Buah Ketakasi?

B. Strategi Pemasaran KSU Buah Ketakasi

1. Bagaimana strategi pemasaran KSU BUAH Ketakasi?
2. Ada berapa Strategi pemasaran yang dilakukan KSU Buah Ketakasi?
3. Siapa saja yang menjadi sasaran dalam memasarkan produk ?

C. Pengolahan Kopi KSU Buah Ketakasi

1. Berapa banyak varian bubuk kopi di KSU Buah Ketakasi?
2. Apa varian bubuk Kopi yang menjadi unggulan di KSU Buah Ketakasi ?
3. Apa saja kendala-kendala dalam proses pengolahan kopi?
4. Dalam setahun ada berapa kali proses panen buah kopi?



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

| No | Tanggal | Uraian Penelitian | Paraf |
|----|------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 1. | 10 Desember 2022 | Wawancara dengan Bapak Sunari Selaku Unit Jasa di KSU Buah Ketakasi. | |
| 2. | 18 Mei 2023 | Wawancara dengan Bapak Panji Selaku KA. Unit Pemasaran di KSU BUAH Ketakasi. | |
| 3. | 18 Mei 2023 | Wawancara dengan Ibu Lusi Selaku Konsumen di KSU BUAH Ketakasi. | |
| 4. | 18 Mei 2023 | Wawancara dengan Ibu Indah Selaku Konsumen di KSU BUAH Ketakasi. | |
| 5. | 20 Mei 2023 | Wawancara dengan Bapak Hodori Fadil Selaku KA. Unit Produksi | |
| 6. | 23 Juni 2023 | Wawancara dengan Bapak Febriyanto Selaku Petani di Desa Sidomulyo. | |
| 7. | 23 Juni 2023 | Wawancara dengan Ibu Rahmani Selaku Petani di Desa Sidomulyo. | |

UNIVERSITAS KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.09/12/2022 19 Desember 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Pemohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala Pengelola KSU Buah Ketakasi
Jl. Suwarno, Curah Manis, Sidomulyo, Kec. Silo, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68184

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Alan Maulana Malik Ibrahim
NIM : E20192007
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI PENGOLAHAN KOPI (KSU BUAH KETAKASI) di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

a. a. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik.

Nurul Widyawati Islami Rah





SURAT SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini kepala atau pihak KSU Buah Ketakasi Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember menerangkan bahwa :

Nama : Alan Maulana Malik Ibrahim
Tempat, Tanggal Lahir : Pamekasan, 28 April 2001
Nim : E20192007
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian di KSU Buah Ketakasi Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember, guna untuk penulisan tugas akhir (Skripsi) dengan judul "**Analisis Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU Buah Ketakasi) Di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember**".

Demikian surat keterangan dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

Jember 23 Juni 2023
Unit Jasa

Bapak sunari





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-11.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Alan Maulana Malik Ibrahim
NIM : E20192007
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Industri Pengolahan Kopi (KSU Buah Ketakasi) di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 08 November 2023

An. Dekan
Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kalwates, Jember, Jawa Timur, Kode Pos: 68136
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Alan Maulana Malik Ibrahim
NIM : E20192007
Semester : IX

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 08 November 2023
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I. M.S.I
NIP. 19760812 200801 1 015

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Sunari (Unit Jasa)
(Tanggal 22 Desember 2022)



Wawancara dengan Ibu Lusi (Konsumen)
(Tanggal 18 Mei 2023)



Wawancara dengan Bapak Hodori Fadil (KA. Unit Produksi)
(Tanggal 20 Mei 2023)



Wawancara dengan Bapak Febriyanto (Petani Kopi Sidomulyo)
(Tanggal 23 Juni 2023)

BIODATA PENULIS



1. IDENTITAS PENULIS

Nama : Alan Maulana Malik Ibrahim

Tempat, Tanggal Lahir : Pamekasan, 28 April 2001

Kelamin : Laki-laki

Status : Belum Kawin

Email : amaulan572@gmail.com

No. Hp : 082338777241

2. RIWAYAT PENDIDIKAN

TK Bustanul Muhtadiin : 2005-2007

SDN Pakong 1 : 2007-2013

MTsN 3 Sumber Bungur : 2013-2016

MA Sumber Bungur : 2016-2019

UIN KHAS Jember : 2019-2023