

ABSTRAK

Di era modern penyajian kopi tidak hanya disajikan kopi sekedar kopi dan gula (Kopi Hitam), akan tetapi kopi telah dikombinasikan dengan berbagai bahan dan teknologi. Salah satunya kopi dicampur dengan kapulaga yang tentunya menimbulkan cita rasa berbeda. Kopi kapulaga dapat menghasilkan beberapa manfaat yang baik bagi tubuh seperti meningkatkan kekebalan tubuh, menambah stamina, meringankan batuk, dan masih banyak manfaat lainnya. Tujuan penelitian yaitu (1) untuk mengetahui saluran pemasaran kopi herbal kapulaga di Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember; (2) untuk mengetahui faktor faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan kopi herbal kapulaga; (3) untuk mengetahui strategi pengembangan produk kopi herbal kapulaga di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode studikasus. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive Method*) yakni di di Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan alat deskriptif kualitatif, matriks IE dan saluran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan ; (1) Saluran pemasaran yang digunakan kelompok tani Santoso II ada 2 jenis yaitu kelompok tani langsung ke konsumen dan kelompok tani melalui perantara pedagang pengecer yang langsung ke konsumen.; (2) faktor dengan skor tertinggi meliputi faktor internal yakni kekuatan dan kelemahan dan eksternalnya meliputi peluang dan ancaman (3) ; strategi pengembangan agroindustri kopi herbal kapulaga berada pada kuadran 1 pada posisi yaitu bangun dan tumbuh (*grow and build*).

Kata Kunci : Agroindustri, Kopi Herbal, Matriks IE, Saluran Pemasaran

ABSTRACT

In the modern era, serving coffee is not only serving coffee and sugar (black coffee), but coffee has been combined with various ingredients and technology. One of them is coffee mixed with cardamom which of course gives a different taste. Cardamom coffee can produce several good benefits for the body such as increasing immunity, increasing stamina, relieving coughs, and many other benefits. The aims of the study were (1) to find out the marketing channels for cardamom herbal coffee in Sumber Pakem Village, Sumberjambe District, Jember Regency; (2) to find out the internal and external factors that influence the development of cardamom herbal coffee; (3) to find out the strategy for developing cardamom herbal coffee products in Sumberpakem Village, Sumberjambe District, Jember Regency. The method used in this research is the case study method. The determination of the research area was carried out purposively (purposive method), namely in Sumber Pakem Village, Sumberjambe District, Jember Regency. The data analysis method used is descriptive qualitative tools, IE matrix and marketing channels. The results of this study show; (1) There are 2 types of marketing channels used by the Santuso II farmer group, namely direct-to-consumer farmer groups and farmer groups through direct-to-consumer retailer traders; (2) factors with the highest score include internal factors, namely strengths and weaknesses and external factors, including opportunities and threats (3); The cardamom herbal coffee agroindustry development strategy is in quadrant 1 in the position of growing and building.

Keywords: Agroindustry, Herbal Coffee, IE Matrix, Marketing channel