

**STRATEGI PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI PERUSAHAAN UMUM
DAERAH (PERUMDA) PERKEBUNAN KAHYANGAN JEMBER**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Pertanian



Oleh :

Syarah Lubnani Rahman

NIM. 2110321043

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2025

SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN KOPI ROBUSTA DI PERUSAHAAN UMUM
DAERAH (PERUMDA) PERKEBUNAN KAHYANGAN JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Syarah Lubnani Rahman
NIM. 2110321043

Telah dipertahan di depan tim penguji pada tanggal 26 Juni 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Tim Penguji

Ketua,


Dr. Syamsul Hadi, SP.,MP
NPK. 9608017

Sekretaris,


Retno Murwanti, S.TP.,MP
NPK. 1980030411511645

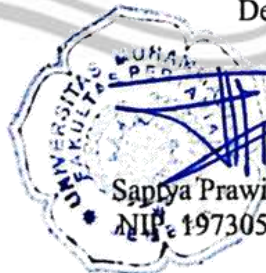
Anggota I,


Dr. Ir. Henik Prayuginingsih, M.P
NPK. 9110376

Anggota II,


Saptia Prawitasari, S.P., M.P
NIP. 197305242005012006

Jember, 21 Juli 2025
Universitas Muhammadiyah Jember
Fakultas Pertanian
Dekan,



Saptia Prawitasari, S.P., M.P
NIP. 197305242005012006



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

FAKULTAS PERTANIAN

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS



Jl. Karimata No.49 Jember 68121 Jawa Timur Indonesia

Kotak Pos 104 Telp. 0331-336728 Fax. 0331-337957

Website : <http://www.unmuhjember.ac.id> e-mail: kantorpusat@unmuhjember.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Judul Skripsi: Strategi Pemasaran Kopi Robusta Pada Perusahaan Umum Daerah
(Perumda) Perkebunan Kahyangan Jember

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam Naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur- unsur PLAGIASI, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana Pertanian) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jember, 26 Juni 2025

Mahasiswa,



Syarah Lubnani Rahman

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kelancaran, dan petunjuk sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Dengan penuh rasa syukur, penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Kopi Robusta Di Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Perkebunan Kahyangan Jember" sebagai bagian dari persyaratan memperoleh gelar sarjana pertanian.

Penulis sampaikan terimakasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini. Penghargaan dan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Saptya Prawitasari, S.P., M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Fefi Nurdiana Widjayanti, S.P., M.P selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Syamsul Hadi, SP., MP. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Retno Murwanti, S.TP., MP. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang sepenuh hati memberikan bimbingan, arahan dan masukan berharga sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan tepat dan cepat.
5. Keluarga tercinta, orang tua, dan saudara yang senantiasa memberikan dukungan moral, material dan doa yang tiada henti kepada penulis.

Penulis sangat menyadari terdapat kekurangan dan kesalahan dalam proses penyusunan skripsi, maka penulis memohon maaf atas kekurangan dan kesalahan yang telah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai referensi dalam mengembangkan penelitian yang lebih baik lagi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Ridha-Nya kepada kita semua.

Jember, 26 Juni 2025

Penulis

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim, dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas seluruh karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Kopi Robusta Di Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Perkebunan Kahyangan Jember” sebagai bagian dari persyaratan memperoleh gelar sarjana pertanian. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah berhasil menyelesaikan skripsi ini. kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

1. Teristimewa untuk orang tua tercinta, Bapak Abd Rahman, dan terkhusus untuk Ibunda tercinta, Ibu Hamidah sebagai saksi hidup penulis dalam menghadapi segala suka dan duka. Terimakasih telah ikhlas mendoakan, telah menolong, tidak menuntut dan selalu mendukung penulis dalam segi emosional dan finansial. Jika bukan karena kalian mungkin penulis sudah lama menyerah. Semoga Allah membalasnya dengan berlipat lipat kebaikan. Semoga Allah selalu lindungi kami dan semoga penulis bisa selalu memenuhi keinginan orang tua tercinta.
2. Terimakasih kepada keluarga tercinta yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih telah memberikan semangat dan mengapresiasi segala upaya yang telah penulis lakukan.
3. Terimakasih kepada Alvin Abrari, S. Pd yang selalu bersedia membantu dan membersamai penulis dalam suka duka selama pengerjaan skripsi.
4. Terimakasih kepada sepuluh saudara tak sedarah saya dan seluruh teman-teman Angkatan 2021 yang sudah saling memberi dukungan satu sama lain dan pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan bersedia membersamai, semoga tuhan selalu memudahkan urusan kita semua.
5. Terakhir terimakasih kepada diri saya sendiri, Syarah Lubnani Rahman yang telah bersedia dan berusaha sekuat tenaga untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

MOTTO

وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ

“ Dan berbuat baiklah sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu”

(QS. Al-Qashash : 77)

Jika tidak bisa berbuat baik setidaknya jangan pernah berprasangka buruk kepada orang lain.

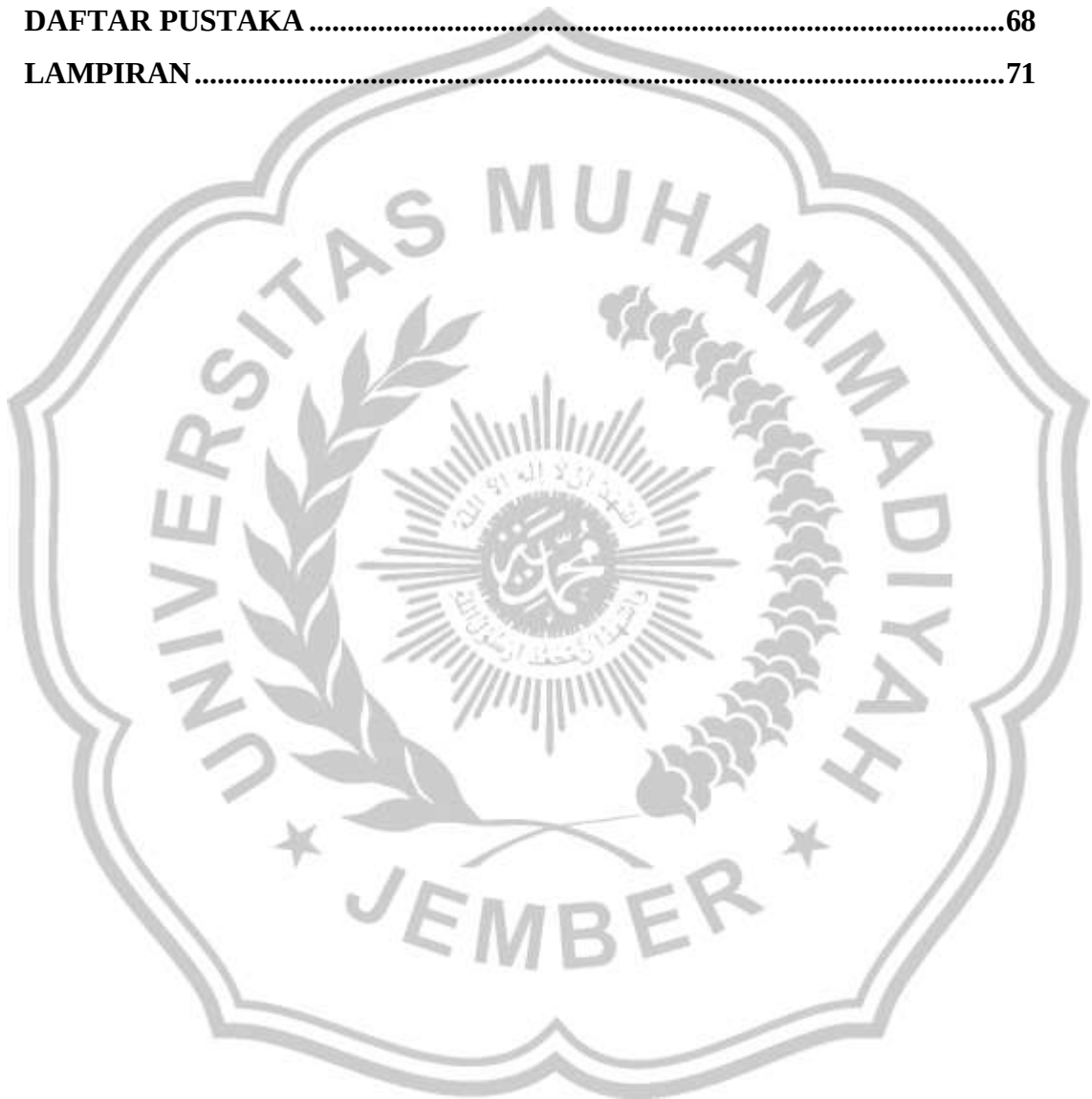


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGSAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Efektifitas Digital Marketing pada Industri Kopi	9
2.2 Preferensi Konsumen.....	11
2.3 Strategi Pemasaran.....	12
2.4 Segmentasi Pasar	14
2.5 Analisis SWOT	16
2.6 Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	18
2.7 Penelitian Terdahulu	18
III. KERANGKA PEMIKIRAN.....	20
3.1 Kerangka Pemikiran	20
3.2 Hipotesis.....	22
IV. METODOLOGI PENELITIAN.....	23
4.1 Metode Penelitian	23
4.2 Daerah Dan Waktu Penelitian.....	23
4.3 Metode Pengambilan Sampel.....	23
4.4 Metode Pengumpulan Data.....	24

4.5	Metode Analisis Data.....	24
4.5.1	Skala Likert	24
4.5.2	Analisis SWOT.....	27
4.5.3	Analisis QSPM	32
4.6	Definisi Dan Pengukuran Variabel.....	32
V.	GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	34
5.1	Perusahaan Umum Daerah Perkebunan Kahyangan Jember	34
5.2	Visi dan Misi	35
5.2.1	Visi Perusahaan	35
5.2.2	Misi Perusahaan.....	35
5.3	Prinsip Dasar Pengolahan Perusahaan.....	35
5.4	Struktur Organisasi Perusahaan	36
VI.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
6.1	Profil Responden <i>Expert</i> Perusahaan	40
6.2	Profil Responden Konsumen	40
6.2.1	Profil Responden Berdasarkan Umur	40
6.2.2	Profil Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	41
6.2.3	Profil Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	41
6.3	Efektifitas Penggunaan Digital Marketing	42
6.3.1	Indikator Aksesibilitas.....	43
6.3.2	Indikator Interaktivitas.....	44
6.3.3	Indikator <i>Entertainment</i> (Hiburan).....	45
6.3.4	Indikator <i>Credibility</i> (Kepercayaan).....	46
6.3.5	Indikator <i>Irritation</i> (Gangguan).....	47
6.3.6	Indikator <i>Informativeness</i> (Kemampuan).....	48
6.4	Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Kahyangan.....	49
6.4.1	Indikator Harga Produk	50
6.4.2	Indikator Kualitas Produk.....	51
6.4.3	Indikator Promosi	52
6.4.4	Indikator Lokasi.....	53
6.5	Strategi Pemasaran Kopi Robusta Pada Perumda Kahyangan Jember	54
6.5.1	Analisis SWOT (<i>Strenght, Weakness, Opportunity, Threats</i>).....	54
6.5.2	IFAS Dan EFAS Perumda Perkebunan Kahyangan Jember	59

6.5.3	Kuadran Matriks SWOT.....	62
6.5.4	Diagram Matriks SWOT	63
6.5.5	Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	65
VII.	KESIMPULAN DAN SARAN	65
7.1	Kesimpulan.....	65
7.2	Saran.....	65
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN	71



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Ekspor Kopi Indonesia Periode Tahun 2020-2023.....	2
Tabel 1.2 Produksi kopi (ton) di Kabupaten Jember tahun 2022-2023.....	3
Tabel 1.3 Konsumsi Kopi Kabupaten Jember Tahun 2021-2024	4
Tabel 1.4 Produksi Kopi Perumda Kahyangan Tahun 2020-2023.....	5
Tabel 2.1 Matriks SWOT	17
Tabel 4.1 Indikator Efektifitas Penggunaan <i>Digital Marketing</i>	25
Tabel 4.2 Indikator Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen.....	27
Tabel 4.3 <i>Eksternal Strategic Analysis Summary</i> (EFAS)	29
Tabel 4.4 <i>Internal Strategic Analysis Summary</i> (IFAS).....	29
Tabel 4.5 Diagram Matriks SWOT	31
Tabel 4.6 Matriks AS dan TAS	32
Tabel 6.1 Profil Responden <i>Expert</i> Perumda Kahyangan Jember.....	40
Tabel 6.2 Profil Konsumen Berdasarkan Umur	41
Tabel 6.3 Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 6.4 Profil Konsumen Berdasarkan Status Perkawinan	42
Tabel 6.5 Hasil Analisis Efektifitas Penggunaan <i>Digital Marketing</i>	42
Tabel 6.6 Hasil Analisis Indikator Aksesibilitas	44
Tabel 6.7 Hasil Analisis Indikator Interaktivitas	45
Tabel 6.8 Hasil Analisis Indikator <i>Entertainment</i> (Hiburan)	46
Tabel 6.9 Hasil Analisis Indikator <i>Credibility</i> (Kepercayaan)	47
Tabel 6.10 Hasil Analisis Indikator <i>Irritation</i> (Gangguan).....	48
Tabel 6.11 Hasil Analisis Indikator <i>Informativeness</i> (Kemampuan)	49
Tabel 6.12 Hasil Analisis Preferensi Konsumen Kopi Kahyangan.....	49
Tabel 6.13 Hasil Analisis Indikator Harga Produk	50
Tabel 6.14 Hasil Analisis Indikator kualitas Produk.....	51
Tabel 6.15 Hasil Analisis Indikator Promosi	52
Tabel 6.16 Hasil Analisis Indikator Lokasi.....	53
Tabel 6.17 Matriks IFAS Kopi Kahyangan Jember 2025	59
Tabel 6.18 Matriks EFAS Kopi Kahyangan Jember 2025	60
Tabel 6.19 Diagram Matriks SWOT	64
Tabel 6.20 Hasil Analisis QSPM Perumda Kahyangan Jember.....	65
Tabel 6.21 Strategi Prioritas Berdasarkan Peringkat.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Alur Kerangka Berpikir	22
Gambar 4.1 Kuadran SWOT	30
Gambar 5.1 Struktur Organisasi Perumda Kahyangan Jember	39
Gambar 6.1 Kuadran Matriks SWOT	62



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisioner Penelitian Efektifitas Penggunaan <i>Digital Marketing</i>	71
2. Kuisioner Penelitian Preferensi Konsumen.....	73
3. Kuisioner SWOT	74
4. Kuisioner QSPM	75
5. Identitas Responden Kopi Kahyangan	78
6. Tabulasi Efektifitas Penggunaan <i>Digital Marketing</i>	81
7. Tabulasi Preferensi Konsumen Terhadap Produk Kopi Kahyangan	87
8. Hasil Analisis SWOT	93
9. Tabulasi QSPM	95
10. Hasil Analisis QSPM.....	97
11. Dokumentasi kegiatan	99

