

RINGKASAN

Iqbal Saktiaji Indra Hartono, Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember, Maret 2026. “Analisis Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Robusta Dengan Metode SOAR dan AHP Pada UD. Rumah Kopi Banjarsengon. Dosen pembimbing utama dan Andika Putra Setiawan, S.ST., M.T dan dosen pembimbing anggota Danu Indra Wardhana, S.TP., M.P.

Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar di dunia dengan kopi robusta sebagai komoditas unggulan yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Kabupaten Jember menjadi salah satu daerah penghasil kopi robusta dengan potensi besar dan dalam konteks UMKM seperti UD. Rumah Kopi Banjarsengon. UD. Rumah Kopi Banjarsengon masih menghadapi permasalahan promosi yang kurang maksimal, oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing usahanya.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan dan menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi UD. Rumah Kopi Banjarsengon menggunakan metode SOAR dan AHP. Metode SOAR digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pemasaran sedangkan AHP digunakan untuk menentukan prioritas strategi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. Rumah Kopi Banjarsengon memiliki kekuatan berupa kualitas kopi robusta yang konsisten, ketersediaan bahan baku lokal, citra merek yang dikenal di wilayah Jember, serta tenaga kerja yang berpengalaman. Peluang yang dimanfaatkan berupa meningkatnya tren konsumsi kopi, perkembangan pemasaran digital, dukungan pemerintah daerah terhadap UMKM, serta peluang kerja sama dengan cafe dan toko oleh-oleh. Berdasarkan analisis AHP, kriteria promosi memiliki bobot tertinggi sehingga strategi prioritas yang dipilih adalah mengoptimalkan promosi digital melalui media sosial untuk meningkatkan jangkauan pasar dan visibilitas produk.

SUMMARY

Iqbal Saktiaji Indra Hartono, *Study Program of Agroindustrial Technology, Faculty of Agriculture, Universitas Muhammdiyah Jember, March 2026. "Marketing Strategy Analysis of Robusta Ground Coffe Using the SOAR and AHP methods at UD. Rumah Kopi Banjarsengon."* Supervised by Andika Putra Setiawan, S.ST., M.T. as the main advisor and Danu Indra Wardhana, S.TP., M.P. as the co-advisor.

Indonesia is one of the largest coffe producers in the world, with robusta coffee as a leading comodity that has high economic value. Jember Regency is of the robusta coffee-producing areas with great potential, including within the context of Micro, Small, and Medium Entrprises (MSMeS) such as UD. Rumah Kopi Banjarsengon. However, UD. Rumah Kopi Banjarsengon still facess challanges in terms of less optimal promotional activities. Therefore, an appropriate marketing strategy is needed to improve the competitiveness of the business.

This study aims to formulate and determine the appropriate marketing strategy for UD. Rumah Kopi Banjarsengon using the SOAR and AHP methods. The SOAR method is used to formulate alternative marketing strategis, while the AHP method is used to determine the priority of the marketing strategis.

The results of the study show that UD. Rumah Kopi Banjarsengon has several strengths, including consistent robusta coffee quality, availaility of local raw materials, a brand image that is well recognized in the Jember, and experienced labor. The opportunities that can be utilized include the increasing trend of coffe consumption, the development of digital marketing, support from the local government for MSMeS, and opportunities for collaboration with cafes and souvenir shops. Based on the AHP analysis, the promotion criterion has the highest weight therefore the priority strategy selected is optimizing digital promotion through social media to increase market reach and product visibility.