

## RINGKASAN

**Manajemen Pemasaran Kopi Bubuk Dan Sangrai Pada Perusahaan Daerah Perkebunan (PDP) Kahyangan Kabupaten Jember.** Imelda Prisca Krishanti, NIM D41171773, 67 Halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, Dr. Dhanang Eka Putra, SP, MSc. (Dosen Pembimbing).

Praktek Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu kegiatan yang harus dilakukan oleh mahasiswa Politeknik Negeri Jember yang dilaksanakan di suatu perusahaan dalam waktu  $\pm 540$  jam. Kegiatan PKL ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman dan keterampilan khusus di dunia kerja. Salah satu lokasi pelaksanaan PKL yaitu Perusahaan Daerah Perkebunan (PDP) Kahyangan Jember yang beralamat di Jl. Gajah Mada No. 245 Kaliwates Kidul, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68131.

Perusahaan Daerah Perkebunan (PDP) Kahyangan Jember merupakan salah satu perusahaan BUMD Jember yang melakukan pengolahan biji kopi menjadi kopi sangrai dan kopi bubuk. Kegiatan PKL ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan dan solusi serta mengklasifikasi penerapan manajemen pemasaran produk kopi PDP Kahyangan. Kopi bubuk dan sangrai yang diproduksi berbahan baku kopi ose (*green bean*) dari jenis kopi robusta yang kemudian diolah melalui beberapa proses hingga menjadi kopi bubuk dan sangrai serta dikemas dan diberi label dengan merek dagang “Kopi Kahyangan”. Setelah itu, produk “Kopi Kahyangan” dipasarkan ke beberapa titik di wilayah Jember.

Pada pemasaran produk kopi bubuk dan sangrai PDP Kahyangan terdapat beberapa masalah yang disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu promosi produk kurang optimal, tempat pemasaran produk kurang luas, adanya pandemi virus *Covid19* dan kurangnya SDM pada bagian pelayanan pemasaran. Namun permasalahan tersebut dapat diatasi dengan lebih aktif melakukan promosi di media sosial, memperluas jangkauan wilayah pemasaran dengan menambah jaringan kemitraan, lebih aktif menanggapi dan melayani konsumen yang melakukan pemesanan secara *online* serta menambah SDM pada bagian

pelayanan konsumen agar pelayanan baik secara *offline* dan *online* dapat dilakukan secara optimal.