

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Kopi Premium di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember, Roudhotul Zahro, NIM D31222386, Tahun 2025, 44 hlm, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember. Canggih Nailil Maghfiroh SP. M.Sc (Dosen Pembimbing Utama) dan Nurul Hidayat S.TP (Pembimbing Lapangan di Perumda perkebunan Kahyangan Jember).

Kegiatan magang mahasiswa Program Studi Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember dilaksanakan selama empat bulan, mulai 1 Maret hingga 30 Juni 2025, di Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Perkebunan Kahyangan Jember. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah menghubungkan teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan praktik langsung di dunia kerja, khususnya dalam bidang pemasaran produk kopi. Fokus magang diarahkan pada analisis strategi pemasaran Kopi Kahyangan Premium, yang mencakup segmentasi pasar, pemilihan media promosi, serta aktivitas branding untuk meningkatkan daya saing produk. Selama magang, mahasiswa menerapkan berbagai metode seperti praktik lapang, observasi, wawancara, diskusi, pencatatan harian, studi pustaka, dan dokumentasi visual. Kegiatan ini tidak hanya memperkaya pemahaman dan pengalaman mahasiswa, tetapi juga menghasilkan rekomendasi strategis untuk mendukung peningkatan efektivitas pemasaran kopi premium sebagai produk unggulan daerah.

Perumda Perkebunan Kahyangan Jember merupakan Badan Usaha Milik Daerah yang berdiri sejak tahun 1969 dan telah mengalami beberapa perubahan bentuk hukum hingga menjadi Perusahaan Umum Daerah (Perumda) pada tahun 2022. Perusahaan ini mengelola Hak Guna Usaha seluas 3.800 hektar dengan komoditas utama berupa karet dan kopi serta komoditas pendukung seperti cengkeh dan tanaman non-perkebunan bernilai ekonomi. Dalam operasionalnya, Perumda Kahyangan menerapkan prinsip *Good Corporate Governance* dengan visi menjadi perusahaan yang transparan, berdaya saing, serta berkontribusi pada peningkatan PAD dan kesejahteraan masyarakat. Struktur organisasinya menggunakan sistem garis dengan pembagian tugas yang jelas mulai dari Badan Pengawas, Direksi, unsur staf hingga manajer kebun, mencakup berbagai bagian seperti keuangan,

umum, produksi, pemasaran, hingga pengembangan bisnis. Kantor pusat terletak di Jl. Gajah Mada No. 245, Kecamatan Kaliwates, Jember, dan lokasi kebun tersebar di lima area dalam Kabupaten Jember, yakni Kebun Induk Sumberwadung, Gunung Pasang, Sumberpandan serta Kebun Bagian Kalimrawan dan Sumbertenggulun.

Kegiatan magang di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember mencakup pengenalan lokasi, proses *roasting*, *grinding*, pengemasan, serta pemasaran kopi, baik secara manual maupun otomatis. Mahasiswa terlibat dalam produksi berbagai varian seperti kopi sangrai kemasan 500 gram, kopi bubuk kemasan 150 gram, kopi premium kemasan 100 gram, dan kopi lanang kemasan 75 gram. Produk dipasarkan secara *offline* di kantor dan *online* melalui *shopee*, dengan kopi bubuk 150 gram dan kopi sangrai 500 gram sebagai produk terlaris. Strategi pemasaran Kopi Kahyangan Premium difokuskan untuk meningkatkan penjualan dan membangun citra produk unggulan, dengan segmentasi usia 20–50 tahun dan wilayah Jember. Branding diperkuat lewat kemasan elegan, *tagline*, dan label informatif. Pemasaran dilakukan melalui penjualan langsung, *reseller* toko oleh-oleh, dan *e-commerce*. Kendala seperti belum adanya sales, terbatasnya *platform online*, dan belum terbentuknya tim penjualan diatasi dengan merekrut sales, memperluas *platform e-commerce*, serta membentuk tim khusus pemasaran.