

RINGKASAN

Wirausaha Produk Kopi Celup Original Robusta “Rakopi” Khas Kalibaru Di Desa Kalibaru Kulon, Fitri Aulia Dewi, NIM D31231642, Tahun 2025, 60 Halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Luluk Cahyo Wiyono, S.Sos., M.Sc Selaku Dosen Pembimbing.

Kopi robusta merupakan komoditas unggulan di Kecamatan Kalibaru, Kabupaten Banyuwangi. Inovasi pengolahan kopi menjadi bentuk celup dinilai dapat meningkatkan nilai tambah, kepraktisan penyajian, dan daya saing produk. Tugas akhir ini bertujuan untuk: mendeskripsikan proses produksi kopi celup robusta “Rakopi”, menganalisis kelayakan usahanya, dan mendeskripsikan strategi pemasarannya. Kegiatan wirausaha dilaksanakan selama 6 bulan (01 Juni 2025 –30 November 2025) di Desa Kalibaru Kulon. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis kelayakan usaha menggunakan metode *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (*R/C Ratio*), dan *Return On Investment* (ROI).

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa proses produksi meliputi persiapan bahan baku, pencucian, pengeringan, *roasting*, penggilingan, pengisian ke kantong *tea bag*, dan pengemasan dalam *standing pouch*. Satu kali proses produksi menggunakan 3 kg biji kopi yang menghasilkan 33 kemasan. Berdasarkan analisis keuangan dengan harga jual Rp 15.000 per kemasan, diperoleh nilai BEP produksi sebesar 29,57 kemasan, BEP harga Rp13.439,67, *R/C Ratio* 1,12, dan ROI 0,57%. Hasil ini menunjukkan usaha tersebut layak dan menguntungkan untuk dijalankan. Strategi pemasaran menerapkan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Saluran distribusi yang digunakan adalah penjualan langsung kepada konsumen dan penjualan tidak langsung melalui *marketplace* Shopee dan juga pengecer (toko). Promosi dilakukan secara daring melalui media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*.

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah proses produksi kopi celup “Rakopi” telah berjalan dengan baik, usaha dinyatakan layak secara finansial, dan strategi pemasaran telah diimplementasikan meski penjualan masih didominasi melalui saluran langsung. Saran yang dapat diberikan adalah perlunya penyusunan SOP

produksi untuk menjaga konsistensi kualitas, optimasi biaya untuk meningkatkan profitabilitas, serta penguatan promosi digital untuk memperluas jangkauan pasar.