V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Informan

Informan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery dan 3 orang karyawan. Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara secara langsung kepada responden dengan bantuan kuesioner yang diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Identitas responden yaitu berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan jabatan. Adapun identitas informan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Identitas Informan Usaha Kopi Favoroast Coffee Roastery

No	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan	Status
1	Abdul Aziz Muis	28	L	S1	Pemilik
2	Erlangga	25	L	SMA	Produksi
3	Hasbi	26	L	SMA	Produksi
4	Awal	25	L	SMA	Pemasaran
	Rata-rata	**26**	**L**		

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa informan yang terlibat terdiri atas empat orang yang memiliki peran berbeda dalam usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery. Informan pertama adalah Abdul Aziz Muis yang berusia 28 tahun, berjenis kelamin laki-laki, dan berpendidikan Strata 1 (S1) dengan status sebagai pemilik usaha. Tiga informan lainnya yaitu Erlangga, Hasbi, dan Awal masing-masing berusia 25–26 tahun, berjenis kelamin laki-laki, dan berpendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA). Erlangga dan Hasbi bertanggung jawab di bagian produksi, sementara Awal bertugas pada bagian pemasaran. Keseluruhan informan berjenis

kelamin laki-laki dan memiliki latar dan memiliki rata-rata umur 26 tahun yang menunjukkan bahwa tenaga kerja di usaha usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery masih tergolong muda dan memiliki tingkat pendidikan yang cukup untuk mendukung kegiatan usaha.

5.2. Identitas Konsumen

Identitas meliputi karakteristik umum dan informasi tambahan terkait pembelian kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery. Karakteristik konsumen dilihat mulai dari usia, jenis kelamin dan jenis pekerjaan. Adapun identitas konsumen dapat di jelaskan pada sub bab berikut

5.2.1. Identitas Konsumen Berdasarkan Umur

Seiring dengan perubahan usia, keputusan pembelian suatu barang dan jasa oleh seseorang akan berubah. Perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan kesukaan atau selera konsumen terhadap suatu produk. Adapun identitas konsumen berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 9. Identitas Konsumen Berdasarkan Umur pada Usaha Kopi Favoroast Roestery

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	20 – 26	16	29
2.	27 – 33	24	43
3.	34 – 42	16	29
Jumlah		**56**	**100**
Maksimum	: 42 Tahun		
Minimum	: 20 Tahun		
Rata-rata	: 30 Tahun		

Sumber: Lampiran

Berdasarkan Tabel 9, dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen kopi bubuk berada pada kelompok umur 27–33 tahun**,** yaitu sebanyak 24 orang (43%)**.** Kelompok tersebut umumnya tergolong usia produktif yang aktif bekerja, memiliki pendapatan

tetap, serta cenderung memiliki preferensi terhadap kualitas dan cita rasa kopi yang sesuai dengan gaya hidup modern.

5.2.2. Identitas Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu karakteristik yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Adapun identitas konsumen berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 10. Identitas Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin pada Usaha Kopi Favoroast Roestery

No	**Jenis Kelamin**	**Jumlah (Orang)**	**Persentase (%)**
1	Laki-laki	42	77
2	Perempuan	14	23
	Jumlah	**56**	**100**

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 10, dapat diketahui bahwa dari total 56 orang konsumen, mayoritas berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 42 orang atau sebesar 77 persen. Sementara itu, konsumen perempuan berjumlah 14 orang atau sebesar 23 persen. Data ini menunjukkan bahwa produk bubuk kopi Favoroast Coffee Roastery lebih banyak dikonsumsi oleh laki-laki dibandingkan perempuan. Tingginya persentase konsumen laki-laki dapat mengindikasikan bahwa laki-laki memiliki kecenderungan yang lebih tinggi dalam mengonsumsi kopi sebagai bagian dari rutinitas atau gaya hidup sehari-hari.

5.2.3. Identitas Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi daya beli dan pola konsumsi seseorang terhadap suatu produk. Konsumen dengan jenis pekerjaan tertentu cenderung memiliki preferensi dan kemampuan yang berbeda

dalam melakukan pembelian, termasuk dalam memilih produk kopi bubuk. Adapun identitas konsumen berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 11. Identitas Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Mahasiswa	11	20
2	Wiraswasta	14	25
3	Wirausaha	15	27
4	PNS	4	7
5	Driver	2	4
6	Pedagang	3	5
7	Freelance	7	13
Jumlah		**56**	**100**

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 20, mayoritas konsumen Favoroast Coffee Roastery berasal dari kalangan wirausaha, yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 27% dari total responden. Selanjutnya, sebanyak 14 orang (25%) merupakan wiraswasta, dan 11 orang (20%) berprofesi sebagai mahasiswa. Sementara itu, profesi lainnya seperti freelance berjumlah 7 orang (13%), PNS sebanyak 4 orang (7%), pedagang sebanyak 3 orang (5%), dan driver sebanyak 2 orang (4%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen berasal dari kalangan produktif yang memiliki fleksibilitas dalam aktivitas harian maupun pola konsumsi. Kalangan wirausaha dan wiraswasta yang mendominasi cenderung memiliki kebebasan dalam pengeluaran serta kemungkinan besar mengonsumsi kopi sebagai bagian dari gaya hidup maupun kebutuhan kerja.

5.3. Jenis Produk,Volume Penjualan dan Harga Kopi Bubuk Favoroast Coffee

Usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang pengolahan dan penjualan kopi bubuk robusta dan arabica di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang. Usaha tersebut memproduksi dan memasarkan berbagai varian produk kopi bubuk dengan kemasan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Adapun rincian jenis produk, volume penjualan dan harga jual dari masing-masing jenis produk dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 12. Jenis Produk, Volume Penjualan dan Harga Kopi Bubuk Favoroast Coffee

No	Jenis Produk	Kemasan	Volume Penjualan (Pcs/Bulan)	Harga Jual (Rp/Pcs)
1	Kopi Bubuk Robusta	180 gram	120	**25.000**
2	Kopi Bubuk Robusta	400 gram	105	**45.000**
3	Kopi Bubuk Arabica	200 gram	68	**55.000**
4	Kopi Bubuk Arabica	500 gram	45	**105.000**

Sumber: Lampiran 3,4

Berdasarkan Tabel 9, hasil wawancara dan observasi langsung di lapangan menunjukkan bahwa usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery memproduksi dan memasarkan dua jenis kopi, yaitu kopi bubuk robusta dan kopi bubuk arabica, yang masing-masing dikemas dalam berbagai ukuran. Jenis produk yang ditawarkan meliputi empat variasi kemasan, yaitu kemasan 180 gram dan 400 gram untuk kopi robusta, serta kemasan 200 gram dan 500 gram untuk kopi arabica.

Volume penjualan, produk kopi bubuk robusta kemasan 180gram merupakan produk dengan jumlah penjualan tertinggi, yaitu sebanyak 120 pcs per bulan dengan harga jual Rp 25.000 per bungkus. Sementara itu, kopi bubuk robusta kemasan 400 gram terjual sebanyak 105 pcs per bulan dengan harga Rp 45.000 per bungkus. Untuk jenis kopi arabica, kemasan 200 gram terjual sebanyak 68 pcs per bulan dengan harga

Rp 55.000, dan kemasan 500 gram terjual sebanyak 45 pcs per bulan dengan harga tertinggi, yakni Rp 105.000 per bungkus.

Secara keseluruhan, total volume penjualan dari keempat produk tersebut mencapai 338 bungkus per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa produk kopi bubuk yang ditawarkan oleh Favoroast Coffee Roastery cukup beragam dan mampu menjangkau segmen pasar yang berbeda, mulai dari konsumen dengan daya beli menengah hingga konsumen premium. Menurut Davala dan Rachman (2024) bauran pemasaran pada UMKM kopi di Kabupaten Bandung yang menyimpulkan bahwa keberhasilan usaha kopi sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menyediakan produk yang bervariasi dan fleksibel terhadap permintaan pasar

5.4. Proses Pengolahan Kopi Bubuk Favoroast Coffee Roastery

Usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery mendapatkan pasokan biji kopi dari petani lokal di wilayah Kabupaten Enrekang dan juga dari pengepul. Biji kopi yang dibeli umumnya adalah jenis robusta dan arabika dalam bentuk green bean (biji kopi yang telah dikeringkan namun belum dipanggang). Setelah biji kopi diterima, proses pengolahan dilakukan melalui beberapa tahap utama berikut:

1. **Sortasi Awal**

Biji kopi yang datang disortir kembali untuk memisahkan biji yang cacat, berjamur, atau memiliki ukuran tidak seragam. Tujuan tahap ini adalah memastikan kualitas biji kopi yang akan diolah agar sesuai standar mutu yang diinginkan

2. **Proses Roasting (Pemanggangan)**

Proses roasting umumnya dilakukan pada suhu antara 210°C hingga 205°C, dengan durasi pemanggangan sekitar 14 hingga 16 menit**,** tergantung pada tingkat kematangan yang diinginkan. Setelah proses roasting selesai, biji kopi yang telah

disangrai kemudian didinginkan dan disimpan untuk sementara sebelum masuk ke tahap selanjutnya.

3. Pendinginan

Setelah proses roasting selesai, biji kopi panas segera didinginkan menggunakan alat pendingin. Proses ini penting untuk menghentikan proses pemanggangan dan menjaga aroma khas kopi tetap stabil.

4. Grinding (Penggilingan)

Biji kopi digiling menggunakan mesin grinder menjadi bubuk kopi. Favoroast menyediakan beberapa tingkat kehalusan gilingan seperti gilingan kasar dan halus untuk espresso atau tubruk.

5. Pengemasan

Bubuk kopi yang telah digiling kemudian dikemas dalam berbagai ukuran kemasan, seperti 180 gram, 400 gram, 200 gram dan 500gram, Label pada kemasan juga mencantumkan informasi seperti jenis kopi, lokasi usaha dan label sertifkasi halal.

6. Penyimpanan dan Distribusi

Produk akhir disimpan di ruang yang kering dan sejuk sebelum didistribusikan. Favoroast Coffee Roastery memasarkan produk secara langsung di lokasi usaha, melalui media sosial, dan juga melalui reseller.

5.5. Produksi

Produksi merupakan salah satu indikator utama dalam menilai performa usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery. Produksi yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup jumlah kopi bubuk yang berhasil diolah dan dikemas dalam satuan bungkus selama satu bulan produksi. Adapun jumlah produksi pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Produksi per Bulan pada Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffee per Bulan

No	Jenis Produk	Produksi (Pcs/Bulan)
1	Kopi Bubuk Robusta 180 gram	120
2	Kopi Bubuk Robusta 400 gram	105
3	Kopi Bubuk Arabica 200 gram	68
4	Kopi Bubuk Arabica 500 gram	45

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 13, diketahui bahwa total jumlah produksi selama satu bulan mencapai 338 bungkus**.** Produk yang dihasilkan meliputi kopi bubuk robusta kemasan 180 gram, dan 400 gram serta kopi bubuk arabica kemasan 200 gram dan 500 gram. Di antara produk tersebut, kopi bubuk robusta kemasan 180 gram memiliki jumlah produksi tertinggi sebanyak 120 bungkus per bulan, disusul oleh kopi bubuk robusta kemasan 400 gram. Sementara kopi bubuk arabica kemasan 500 gram memiliki jumlah produksi terendah yaitu 45 bungkus per bulan**.**

5.6. Analisis Pendapatan Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffee

Analisis pendapatan dilakukan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usaha kopi bubuk Favoroast Coffe dengan cara menghitung selisih antara total penerimaan dan total biaya usaha, di mana struktur biaya dalam usaha ini terdiri atas biaya tetap seperti penyusutan alat, gaji karyawan, dan pajak, serta biaya variabel yang dikeluarkan untuk kebutuhan produksi yang bersifat berubah-ubah sesuai dengan jumlah output yang dihasilkan.

5.6.1. Biaya Tetap

Biaya tetap usaha kopi bubuk Favoroast Coffe yang dikeluarkan merupakan biaya selama satu bulan produksi yang jumlahnya tetap dan tidak dipengaruhi oleh tingkat produksi. Beberapa komponen biaya yang digolongkan ke dalam biaya tetap Favoroast Coffe adalah penyusutan alat, pajak perbulan, dan gaji karyawan. Adapun biaya tetap usaha kopi bubuk Favoroast Coffe dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 14. Biaya Tetap pada Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffe per Bulan

No	Komponen Biaya Tetap	Nilai (Rp/Bulan)
1	Penyusutan Alat	865.007
2	Gaji Karyawan	2.500.000
3	Pajak	5.000
	Total	**3.370.007**

Sumber: Lampiran 6,7,8

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa total biaya tetap yang dikeluarkan oleh usaha kopi bubuk Favoroast Coffe setiap bulannya sebesar Rp.3.370.007. Biaya tetap tersebut terdiri dari penyusutan alat sebesar Rp.865.007, Upah karyawan sebesar Rp.2.500.000 dan pajak usaha sebesar Rp.5.000/bulan.

5.6.2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang digunakan pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffe yang besarnya berubah-ubah sesuai dengan jumlah produksi keu kacang dan kerupuk yang dihasilkan. Adapun biaya variabel usaha kopi bubuk Favoroast Coffe dapat dilihat pada Tabel 10

Tabel 15. Biaya Variabel pada Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffe per Bulan

No	Komponen Biaya Variabel	Kuantitas (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Nilai (Rp/Bulan)

1.	Bahan baku			
	• Biji kopi robusta	48kg	75.000	3.600.000
	• Biji kopi arabica	35kg	115.000	4.025.000
	Total Biaya Bahan Baku			**7.625.000**
2.	Kemasan	338 pcs	1.500	500.000
3.	Gas isi ulang (bahan bakar roasting)	1 Unit	-	22.000
4.	Transportasi (Distribusi, bensin)	-	-	100.000
5.	Label/Stiker	-	-	150.000
	Total Biaya Variabel			**8.397.000**

*Sumber: Lampiran 9***,** 10, 11

Berdasarkan Tabel 15, total biaya variabel usaha kopi bubuk Favoroast Coffe dalam satu bulan adalah sebesar Rp.8.397.000. Komponen biaya variabel terbesar berasal dari bahan baku utama sebesar Rp.7.625.000 yang mencerminkan tingginya ketergantungan usaha pada ketersediaan bahan baku untuk menjaga kontinuitas produksi. Selanjutnya, biaya kemasan menghabiskan biaya sebesar Rp.500.000, biaya isi ulang gas LPG sebesar Rp.22.000, transportasi sebesar Rp.100.000 dan biaya label/stiker sebesar Rp.150.000.

5.6.3. Total Biaya

Total biaya diperoleh dengan menjumlahkan total biaya tetap dan total biaya variabel. Total biaya produksi pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffe dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 16. Total Biaya pada Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffe per Bulan

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp/Bulan)

1	Biaya Tetap	3.370.007
2	Biaya Variabel	8.397.000
	Total	**11.767.007**

Sumber: Lampiran 12

Berdasarkan Tabel 16. menunjukkan bahwa total biaya produksi pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffe sebesar Rp. 11.422.993 per bulan. Biaya tetap yang dikeluarkan dari satu bulan produksi terdiri dari biaya penyusutan alat, gaji karyawan dan pajak, sedangkan biaya variabel yang dikeluarkan terdiri dari dari biaya bahan baku utama, kemasan, gas isi ulang, transportasi dan label/stiker.

5.6.4. Penerimaan

Penerimaan usaha kopi bubuk Favoroast Coffe adalah perkalian antara produksi kopi bubuk yang diperoleh dengan harga jual kopi bubuk per kemasan Semakin tinggi jumlah produksi dan harga satuan produk yang dihasilkan maka penerimaan semakin besar. Adapun penerimaan pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffdapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 17. Penerimaan per Bulan pada Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffee

No	Jenis Produk	Jumlah Produksi (Pcs/Bulan)	Harga (Rp/Pcs)	Penerimaan (Rp/Bulan)
1	Kopi Bubuk Robusta 180 gram	120	25.000	3.000.000
2	Kopi Bubuk Robusta 400 gram	105	45.000	4.725.000
3	Kopi Bubuk Arabica 200 gram	68	55.000	3.740.000
4	Kopi Bubuk Arabica 500 gram	45	105.000	4.725.000
	Total	**338**		**16.190.000**

Sumber: Lampiran 13

Berdasarkan Tabel 17, penerimaan usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery per bulan diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah produksi masing-

masing jenis produk dengan harga jual per kemasan. total penerimaan usaha kopi bubuk Favoroast Coffee dalam satu bulan mencapai Rp16.190.000**.**

5.6.5. Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha

Pendapatan merupakan selisih antara total penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan selama satu periode usaha. Dalam hal ini, pendapatan yang diperoleh oleh usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery dihitung dari total penerimaan penjualan seluruh produk dikurangi dengan total biaya produksi per bulan. Adapun pendapatan selama satu bulan dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 18. Pendapatan Usaha Kopi Bubuk Bubuk Favoroast Coffee Roastery

No	Uraian	Kuantitas (Pcs)	Harga (Rp/pcs)	Total (Rp)
A	Produksi Bubuk Kopi:			
	1. Kopi bubuk robusta 180 gr/Pcs	120	25.000	3.000.000
	2. Kopi bubuk robusta 400 gr/Pcs	105	45.000	4.725.000
	3. Kopi bubuk arabica 200 gr/Pcs	68	55.000	3.740.000
	4. Kopi bubuk arabica 500 gr/Pcs	45	105.000	4.725.000
	Jumlah (A)			**16.190.000**
B	Biaya Tetap:			
	Penyusutan alat (Rp)	-	-	865.007
	Gaji Karyawan (Rp)	-	-	2.500.000
	Pajak (Rp)	-	-	5.000
	Jumlah (B)			**3.370.007**
C	Biaya Variabel:			
	1. Bahan baku			
	a. Biji Kopi Robusta (kg)	48	75.000	3.600.000
	b. Biji Kopi Arabica (kg)	35	115.000	4.025.000
	Kemasan	-	-	500.000
	Gas isi ulang (3 kg)	-	-	22.000
	Transportasi	-	-	100.000
	Label	-	-	150.000
	Jumlah C			**8.397.000**
D	**Total Biaya (B + C)**			**11.767.007**
	Pendapatan (A-D)			**4.422.993**

Sumber: Lampiran 14

Berdasarkan Tabel 18. hasil analisis pendapatan menunjukkan bahwa total pendapatan usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery selama satu bulan sebesar Rp.4.422.993 dengan total biaya yaitu sebesar Rp.11.767.007

Adapun kelayakan usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 19. Kelayakan Usaha

Uraian	**Nilai (Rp)**
Total Penerimaan (Rp)	**16.190.000**
Total Biaya (Rp)	**11.767.007**
R/C Ratio	**1,38**

Sumber: Lampiran 14

Berdasarkan Tabel 19. diketahui bahwa total penerimaan usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery sebesar Rp.16.190.000, sedangkan total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.11.767.007. Dengan demikian, diperoleh nilai R/C Ratio sebesar 1,38, yang berarti bahwa setiap pengeluaran sebesar Rp1.000 akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp1.380. Karena nilai R/C Ratio lebih besar dari 1, maka usaha ini dinyatakan layak dan menguntungkan secara finansial, Berdasarkan analisis pendapatan dan kelayakan usaha dapat disimpulkan pendapatan usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang menguntungkan dan layak diusahakan sehingga **hipotesis 1 diterima**

5.7. Strategi Bauran Pemasaran pada Usaha Favoroast Coffee Roastery

Strategi bauran pemasaran merupakan kombinasi dari berbagai elemen pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dan meningkatkan daya saing produk. Dalam usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery, strategi pemasaran dilakukan dengan pendekatan bauran pemasaran (marketing mix) 4p yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*),

dan promosi (*promotion*). Adapun analisis deskriptif kuantitatif strategi bauran pemasaran, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi dapat dijelas pada sub bab berikut:

5.7.1. Produk (*Product*)

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Berikut rekapitulasi analisis deskriptif variabel produk pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery.

Tabel 20. Analisis Bauran Pemasaran Variabel Produk pada Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffe Roastery

No	Produk	Skor	Ketegori
1	Rasa	168	Menerapkan
2	Kualitas	150	Menerapkan
3	Kemasan	168	Menerapkan
4	Varian/Ukuran	168	Menerapkan
	Total Skor	**654**	**Menerapkan**

Sumber: Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 20, menunjukkan bahwa seluruh indikator produk memperoleh skor yang tinggi dan masuk dalam kategori “Menerapkan”. Indikator rasa, kemasan, dan varian/ukuran masing-masing memperoleh skor sebesar 168, sedangkan indikator kualitas mendapatkan skor 150. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery telah berhasil memenuhi harapan konsumen terhadap karakteristik produk yang ditawarkan.

Adapun penilaian konsumen pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery terhadap masing-masing indikator produk adalah sebagai berikut:

1. Rasa

Kopi Favoroast Coffe Roestery sebagai varietas kopi spesial yang menonjol dengan cita rasa dan aroma yang unik. Kopi Favoroast menghasilkan rasa manis dengan sentuhan pedas yang lembut. Cita rasa kopi yang khas dan konsisten menjadi daya tarik utama dalam menjaga loyalitas konsumen.

2. Kualitas

Produk kopi bubuk yang dihasilkan Favoroast Coffe Roestery memiliki mutu yang baik, bersih, serta bebas dari kotoran atau campuran bahan asing. Kualitas produk menjadi salah satu prioritas utama dalam proses produksi guna menjamin kepuasan pelanggan.

3. Kemasan

Kemasan produk dinilai sangat sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kemasan yang digunakan mampu menjaga aroma dan kualitas kopi, serta tampil dengan desain menarik dan informatif, sehingga turut mendukung pemasaran produk. Berdasarkan observasi, kemasan kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery menggunakan pouch berbahan kraft yang terlihat ramah lingkungan, sederhana namun profesional.

4. Varian/Ukuran

Kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang telah menyediakan berbegai jenis produk kopi yang cukup beragam hingga ukuran kemasan yang berbeda. Jenis produk yang tersedia di Favoroast Coffee Roastery yaitu kopi bubuk robusta 180gram, 400 gram, dan kopi bubuk arabika 200 gram,500 gram.

5.7.2. Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu unsur penting dalam strategi bauran pemasaran yang berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen. Penetapan harga yang tepat akan mencerminkan nilai produk serta daya saing di pasar. Berikut rekapitulasi analisis deskripif variabel produk pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery

Tabel 21. Analisis Bauran Pemasaran Variabel Harga pada Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffe Roastery

No	Harga	Skor	Kategori
1	Kesesuian harga dengan produk	168	Menerapkan
2	Harga terjangkau	157	Menerapkan
3	Variasi harga	168	Menerapkan
Jumlah Skor		**493**	**Menerapkan**

Sumber: Lampiran 1

Berdasarkan Tabel 21 menunjukkan bahwa seluruh indikator harga berada dalam kategori “Menerapkan”. Indikator kesesuaian harga dengan produk dan variasi harga masing-masing memperoleh skor tertinggi sebesar 168, sementara indikator harga terjangkau mendapatkan skor 157 yang menandakan bahwa aspek penetapan harga pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery telah diterapkan secara efektif. Hal ini mencerminkan bahwa produk kopi yang ditawarkan dinilai layak dan sebanding dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, harga produk juga relatif terjangkau, serta tersedia dalam berbagai variasi yang memberi pilihan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.

Adapun penilaian konsumen pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery terhadap masing-masing indikator harga adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harga dengan Produk

Kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery sudah mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas produk yang baik, baik dari segi rasa, aroma, maupun pengemasan, dinilai telah sebanding dengan harga yang ditetapkan, sehingga tidak menimbulkan kesan harga atau terlalu rendah di mata konsumen

2. Harga Terjangkau

Harga produk kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery tergolong terjangkau oleh berbagai kalangan konsumen, baik konsumen tetap maupun konsumen baru. Tingkat keterjangkauan ini dinilai memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan loyalitas pelanggan terhadap produk.

3. Variasi Harga

Usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery telah menyediakan variasi harga berdasarkan ukuran kemasan, jenis kopi (robusta dan arabika), serta metode pengolahan. Dengan adanya variasi harga, konsumen memiliki keleluasaan untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan daya beli masing-masing, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan volume penjualan dan kepuasan pelanggan.

Adapun rincian harga produk yang ditawarkan oleh Favoroast Coffee Roastery yaitu: kopi bubuk robusta 180 gram seharga Rp25.000; kopi bubuk robusta 400 gram seharga Rp45.000 kopi bubuk arabika 200 gram seharga Rp55.000 dan kopi bubuk arabika 500 gram seharga Rp105.000 Harga-harga tersebut dinilai kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk, sehingga mampu menjangkau berbagai segmen konsumen di pasar lokal.

5.7.3. Tempat/ Distribusi (*Place*)

Distribusi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang berkaitan dengan bagaimana produk dapat dijangkau oleh konsumen secara efektif dan efisien. Berikut rekapitulasi analisis deskripif variabel distribusi pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery

Tabel 22. Analisis Bauran Pemasaran Variabel Tempat/Distribusi pada Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffe Roastery

No	Tempat/Distribusi	Skor	Kategori
1	Lokasi strategis	168	Menerapkan
2	Pemesanan secara online	168	Menerapkan
3	Produk selalu tersedia	168	Menerapkan
Jumlah Skor		**504**	**Menerapkan**

Sumber: Lampiran 16

Berdasarkan Tabel 22 menunjukkan bahwa seluruh indikator tempat/distribusi memperoleh skor yang tinggi, masing-masing sebesar 168 untuk tiga indikator, yaitu lokasi strategis, pemesanan secara online, dan ketersediaan produk yang menunjukkan bahwa strategi distribusi yang diterapkan oleh usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery berada dalam kategori “Menerapkan”. Hal ini mengindikasikan bahwa produk kopi bubuk Favoroast mudah dijangkau oleh konsumen baik secara langsung di lokasi usaha maupun melalui pemesanan daring. Selain itu, ketersediaan produk yang selalu terjaga menjadi nilai tambah dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

Adapun penilaian konsumen pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery terhadap masing-masing indikator tempat/disribusi adalah sebagai berikut:

1. Lokasi Strategis

Produk kopi bubuk Favoroast mudah diperoleh oleh konsumen melalui toko langsung. Lokasi usaha yang strategis, yakni terletak di pusat Kecamatan Alla, tepat di poros Kabupaten Enrekang Toraja, turut mendukung kemudahan akses bagi konsumen dari berbagai wilayah sekitar. Letak geografis ini memberikan keuntungan tersendiri dalam hal distribusi dan keterjangkauan produk oleh masyarakat lokal maupun pengunjung dari luar daerah.

2. Produk dapat dipesan melalui media online

Selain penjualan secara langsung, Favoroast Coffee Roastery juga menyediakan layanan pemesanan secara online melalui media sosial dan platform pesan singkat seperti WhatsApp dan Instagram @favoroast. Hal ini memberikan alternatif bagi konsumen yang berada di luar daerah atau memiliki keterbatasan waktu untuk tetap dapat memperoleh produk. Kemudahan dalam sistem pemesanan online ini dinilai sangat membantu konsumen dan menambah nilai dalam aspek distribusi produk.

3. Produk Selalu Tersedia

Ketersediaan produk yang konsisten menjadi salah satu keunggulan distribusi dari Favoroast Coffee Roastery. Konsumen mengapresiasi bahwa produk kopi bubuk hampir selalu tersedia kapan pun mereka ingin membeli, baik secara langsung maupun melalui pemesanan online. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen stok berjalan dengan baik, sehingga permintaan pasar dapat dipenuhi secara maksimal tanpa adanya kelangkaan produk.

5.7.4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran yang berperan untuk memperkenalkan dan menginformasikan produk kepada konsumen, serta mempengaruhi mereka agar tertarik untuk melakukan pembelian. Strategi promosi yang tepat dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperluas jangkauan pasar. Berikut rekapitulasi analisis deskripif variabel promosi pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery

Tabel 23. Analisis Bauran Pemasaran Variabel Promosi pada Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffe Roastery

No	Promosi (*Promotion*)	Skor	Kategori
1	Aktif mempromosikan produk di media sosial	168	Menerapkan
2	Mengetahui informasi produk melalui media sosial dan teman	168	Menerapkan
3	Diskon	113	Kurang Menerapkan
Jumlah Skor		**449**	**Menerapkan**

Sumber: Lampiran 16

Berdasarkan Tabel 23, menunjukkan bahwa dua dari tiga indikator promosi memperoleh skor sebesar 168 dan termasuk dalam kategori "Menerapkan", sedangkan satu indikator yaitu Diskon memperoleh skor 113 dan termasuk dalam kategori Kurang Menerapkan. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan lebih banyak bersifat informatif melalui media sosial dan komunikasi dari mulut ke mulut, namun belum maksimal dalam menawarkan insentif seperti potongan harga.

Adapun penilaian konsumen pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery terhadap masing-masing indikator promosi adalah sebagai berikut:

1. Promosi melalui media sosial

Usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery dinilai aktif oleh konsumen dalam melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, dan WhatsApp. Konsumen menyatakan bahwa mereka sering melihat konten promosi yang menarik,

seperti foto produk, video proses produksi, hingga testimoni pelanggan. Keaktifan dalam promosi ini turut memperkuat citra merek di mata konsumen dan membantu memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan anak muda yang aktif di dunia digital.

2. Informasi produk diketahui melalui media sosial dan teman

Konsumen pertama kali mengetahui produk Favoroast Coffee Roastery dari media sosial dan rekomendasi dari teman atau keluarga. Ini menunjukkan bahwa selain promosi langsung oleh pemilik usaha, strategi promosi dari mulut ke mulut juga berperan penting dalam menarik konsumen baru. Kredibilitas informasi yang diperoleh dari orang terdekat turut memengaruhi keputusan pembelian.

Masyarakat di Kabupaten Enrekang, khususnya di Kecamatan Alla, umumnya telah mengenal produk kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery melalui rekomendasi dari kerabat, teman, atau tetangga yang sebelumnya telah mencoba produk tersebut. Testimoni positif yang beredar secara langsung di lingkungan sosial masyarakat setempat telah membantu memperluas jangkauan pemasaran dan memperkuat kepercayaan terhadap kualitas produk.

3. Pemberian Diskon

Program diskon pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery masih jarang diterapkan atau belum cukup dikenal oleh konsumen, sehingga menjadi salah satu aspek promosi yang perlu ditingkatkan ke depannya.

5.7.5. Rekapitulasi Strategi Bauran Pemasaran

Rekapitulasi strategi bauran pemasaran pada usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang, mencakup empat komponen utama dari bauran pemasaran 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*),

tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Hasil rekapitulasi tersebut dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 24. Rekapitulasi Strategi Bauran Pemasaran pada Usaha Kopi Bubuk Favoroast Coffee Roastery

No.	Bauran Pemasaran 4P	Jumlah Skor
1	Produk (*Product*)	654
2	Harga (*Price*)	493
3	Tempat (*Place*)	504
4	Promosi (*Promotion*)	449
Total Skor		**2.100**
Kategori		**Menerapkan**

Sumber: Lampiran 19

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat (distribusi), dan promosi, dapat disimpulkan bahwa usaha kopi bubuk Favoroast Coffee Roastery telah menerapkan strategi bauran pemasaran 4P dalam memasarkan produknya. Hal ini terlihat dari total skor yang diperoleh sebesar 2.100, yang berada dalam rentang interval 1.698–2.183 yang termasuk dalam kategori menerapkan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raudhatul, dkk (2021) dalam studinya berjudul "Analisis Kelayakan Finansial Usaha Bubuk Kopi Pinang Instan (Studi Kasus CV. Siwahradja) di Desa Geulanggang Kota Juang Kabupaten Bireuen". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendekatan bauran pemasaran (Marketing Mix 4P) merupakan strategi yang tepat dan relevan dalam memasarkan produk kopi bubuk, karena mampu mencakup seluruh aspek penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, **hipotesis 2 diterima** yang menyatakan bahwa Favoroast Coffee Roastery telah menerapkan bauran pemasaran dalam memasarkan produknya.