



RINGKASAN

ANANTA YUSFARIZKY. Perluasan Pemasaran melalui *Marketplace* pada Rumah Kopi Palalargon Kab Bandung. *The Marketing Extension through Marketplace at Rumah Kopi Palalargon in Kab Bandung*. Dibimbing oleh UDING SASTRAWAN

Kopi merupakan salah satu tanaman penting bagi beberapa negara di dunia termasuk Indonesia, secara ekonomi maupun lingkungan. Sajian kopi pada zaman dulu identik dengan orang tua, namun sekarang kopi bisa disajikan dimana saja, bukan saja hanya disajikan dirumah, warung kopi ataupun kedai/*cafe* juga sudah banyak tersedia. Adanya perkembangan teknologi saat ini yang semakin pesat mendukung kegiatan pemasaran pada saat ini. Hal ini adalah peluang untuk sebagian perusahaan memasarkan produknya melalui perkembangan teknologi yang ada salah satunya yaitu *marketplace*. *Marketplace* merupakan sebuah pasar virtual dimana pasar tersebut menjadi tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi. Dengan adanya *marketplace* juga dapat mengurangi modal untuk melakukan promosi. Rumah kopi palalargon merupakan UMKM yang bergerak di bidang produksi kopi dan hanya menjual produknya dengan cara *offline*/datang langsung ketempat. Total produksi Rumah Kopi Palalargon adalah 700 kg/tahun. Sebelum masa pandemi covid 19 penjualan masih berjalan dengan baik, tetapi setelah adanya pandemi covid 19 ini membuat pemasukan pada perusahaan berkurang, yang menyebabkan pemasukan Rumah Kopi Palalargon berkurang yaitu karena adanya peraturan pemerintah tentang pembatasan mobilitas dimana masyarakat harus banyak dirumah saja yang menjadikan konsumen tidak dapat datang langsung ketempat untuk membeli produk dari Rumah Kopi Palalargon. Hal ini menjadi sebab munculnya ide pengembangan bisnis untuk memperluas pemasaran melalui *marketplace*, karena pada *marketplace* ini konsumen dapat membeli produk secara *online* atau dari rumah. Rumah Kopi Palalargon memilih menggunakan *marketplace* Shopee untuk memasarkan produknya, karena pada *marketplace* shopee penjualan kopi lebih tinggi dibandingkan dengan *marketplace* yang lainnya, hal ini menjadikan peluang bagi Rumah Kopi Palalargon agar bisa bersaing dengan perkembangan teknologi yang ada pada saat ini.

Rumah Kopi Palalargon yang didirikan oleh bapak Ayi Sutedja pada 31 Desember 2012, terletak di Jl. Gn. Puntang KM 27 pasirmulya banjaran, kab Bandung, Jawa barat. Usaha ini didirikan bertujuan untuk mengolah, memproduksi, dan menjual kopi.

Data yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini berdasarkan data primer hasil wawancara, observasi selama Praktik Kerja Lapangan (PKL), dan data sekunder. Pada pengembangan bisnis ini dilakukan analisis kelayakan berdasarkan aspek non finansial dan finansial. Aspek non finansial meliputi perencanaan produk, perencanaan pemasaran, perencanaan produksi, perencanaan organisasi dan manajemen, perencanaan sumber daya manusia, dan perencanaan kolaborasi. Aspek finansial yang dikaji meliputi analisis anggaran parsial dengan keuntungan tambahan 76.033.333, pada laporan laba rugi nilai *R/C ratio* > 1 yaitu 2,7 dan *B/C ratio* > 1 yaitu 1,7. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa pengembangan bisnis dengan perluasan pemasaran melalui *marketplace* ini layak untuk dijalankan.

Kata kunci : kopi puntang, *marketplace*, perluasan pemasar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang memungut dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.