

RINGKASAN

Kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis yang lumayan tinggi. Pelaksanaan di lakukan pada bulan Desember 2024. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis kelayakan dan bauran pemasaran UMKM kopi bubuk di Kecamatan Mekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan. Hasil penelitian Besar nilai kelayakan UMKM kopi di KecamatanMekakau Ilir Kabupaten OKU Selatan dengan menggunakan B/C Rasio sebesar 3,08 artinya setiap investasi yang dilakukan sebesar Rp. 1 uang akan menghasilkan keuntungan Rp. 3,08, sehingga kegiatan agroindustri kopi bubuk tersebut layak untuk dijalankan. Bauran pemasaran diklasifikasikan menjadi empat kelompok yang luas yang disebut sebagai 4 P dalam pemasaran, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) yang dilakukan oleh pelaku usaha bubuk kopi belum diterapkan secara keseluruhan, hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan yang dalam menggunakan teknologi serta keterbatasan modal yang dimiliki oleh usaha bubuk kopi tersebut.

Hasil dari penelitian ini sudah di publikasikan pada jurnal Internasional IJSS (Internasional Journal Of Social Science).

Kata Kunci: *UMKM Kopi Bubuk, Kelayakan, Bauran Pemasaran*

SUMMARY

Coffee is a type of plantation crop that has been cultivated for a long time and has quite high economic value. Implementation will be carried out in December 2024. The aim of this research is to analyze the feasibility and marketing mix of ground coffee MSMEs in Mekakau Ilir District, South OKU Regency. The research results show the feasibility value of coffee MSMEs in Mekakau Ilir District, South OKU Regency using a B/C ratio of 3.08, meaning that each investment made is IDR. 1 money will produce a profit of Rp. 3.08, so that the ground coffee agro-industry activity is feasible to carry out. The marketing mix is classified into four broad groups which are referred to as the 4 Ps of marketing, namely product, price, place and promotion carried out by coffee powder business actors which have not been implemented in their entirety, p. This is caused by a lack of knowledge in using technology and limited capital owned by the coffee powder business.

The results of this research have been published in the international journal IJSS (International Journal of Social Science).

Keywords: *MSME Coffee Grounds, Feasibility, Marketing Mix*