

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN
USAHA KOPI JANGGUT DI JORONG SUNGAI LAMBAI
NAGARI LUBUK GADANG SELATAN
KECAMATAN SANGIR KABUPATEN SOLOK SELATAN**

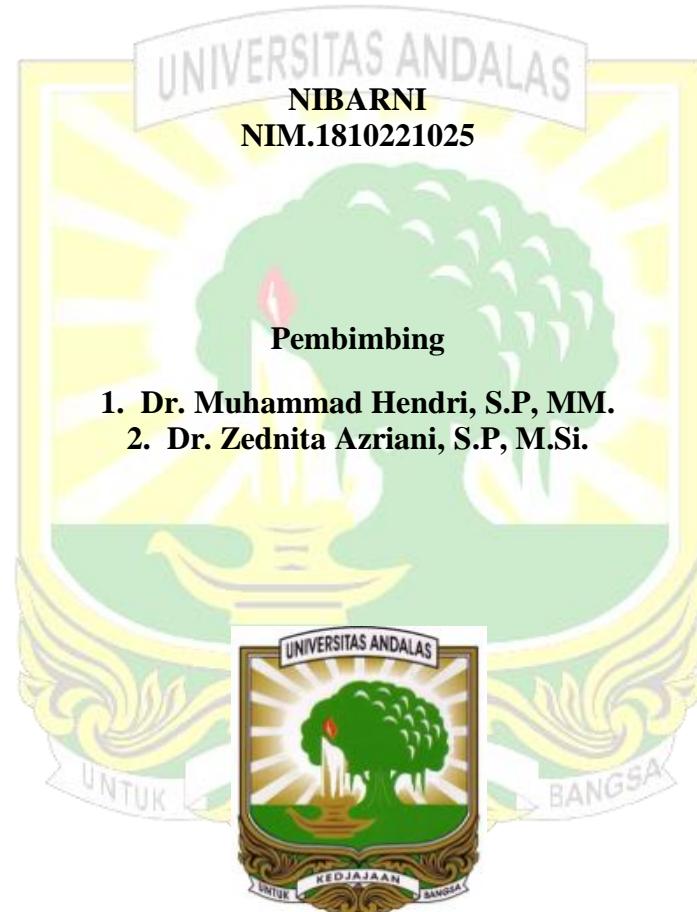
SKRIPSI

Oleh

**NIBARNI
NIM.1810221025**

Pembimbing

- 1. Dr. Muhammad Hendri, S.P, MM.**
- 2. Dr. Zednita Azriani, S.P, M.Si.**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN USAHA KOPI JANGGUT DI JORONG SUNGAI LAMBAI NAGARI LUBUK GADANG SELATAN KECAMATAN SANGIR KABUPATEN SOLOK SELATAN

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan profil Usaha Kopi Janggut, menganalisis lingkungan internal dan eksternal Usaha dan merumuskan alternatif strategi kegiatan pemasaran dalam upaya pengembangan Usaha. Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Kopi Janggut di Jorong Sungai Lambai Nagari Lubuk Gadang Selatan Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Analisis data pada penelitian ini bersifat kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan matriks IFE, matriks EFE, SWOT, SPACE dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Kopi Janggut merupakan usaha industri rumah tangga tertua di Solok Selatan yang berdiri sejak tahun 1930 dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 4 orang. Proses produksi pada Usaha Kopi Janggut dilakukan secara tradisional dengan produk kopi yaitu kopi bubuk asalan, kopi *roasted* dan bubuk *arabica specialty* dan *fine robusta* (arabika dan robusta petik merah). Pada faktor internal dan eksternal Usaha Kopi Janggut didapatkan nilai *Internal Factor Evaluation* (IFE) sebesar 3,00 dan nilai *External Factor Evaluation* (EFE) sebesar 3,30 dan matriks SWOT didapatkan pada posisi sel I yang artinya usaha mendukung strategi Agresif. Analisis matriks SPACE Usaha Kopi Janggut berada di nilai X= 3,1 dan Y=2,25 yaitu usaha berada pada kondisi agresif, sebanding dengan posisi analisis matriks SWOT. Berdasarkan hasil pencocokan analisis SWOT, SPACE dan analisis QSPM maka didapatkan rekomendasi strategi utama yang harus dilakukan oleh Usaha Kopi Janggut yaitu memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi untuk menghindari hambatan dan memperluas pasar usaha (TSK = 22,942).

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Kopi, SWOT dan SPACE

ANALYSIS OF THE MARKETING STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF KOPI JANGGUT BUSINESS IN JORONG SUNGAI LAMBAI NAGARI LUBUK GADANG SELATAN SANGIR DISTRICT SOUTH SOLOK REGENCY

Abstrac

This study aims to describe the business profile of Kopi Janggut, analyze the internal and external environment of the business, and formulate alternative strategies for marketing activities in business development efforts. This research was conducted at the Kopi Janggut Business in Jorong Sungai Lambai Nagari Lubuk Gadang Selatan, Sangir District, South Solok Regency. This study uses a qualitative descriptive method with a case study approach. Data analysis in this study is qualitative and quantitative using the IFE matrix, EFE matrix, SWOT, SPACE, and QSPM. The research found that Kopi Janggut Business is the oldest home industry business in South Solok, established in 1930 with a workforce of 4 people. The production process at the Kopi Janggut Business is still carried out traditionally. This business produces grounded, roasted, special arabica grounded, and fine robusta coffee. The research analysis found that an Internal Factor Evaluation (IFE) value was 3.00 and an External Factor Evaluation (EFE) value was 3.30. The SWOT matrix was obtained in quadrant 1, which means the business supports an aggressive strategy. Then for the SPACE matrix analysis of Kopi Janggut, the value X was 3.1 and Y was 2.25, which means the business is in an aggressive condition. This value is in line with the position of the SWOT matrix analysis. Based on the matching results of the SWOT analysis, SPACE, and QSPM analysis, the main strategy recommendations for Kopi Janggut is utilizing information and communication technology developments to avoid obstacles and expand the business market ($TSK = 22.942$).

Keywords: Marketing Strategy, Coffee, SWOT, and SPACE