

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA KOPI SOLOK CAP  
BINTANG DI NAGARI PANYAKALAN KECAMATAN KUBUNG  
KABUPATEN SOLOK**

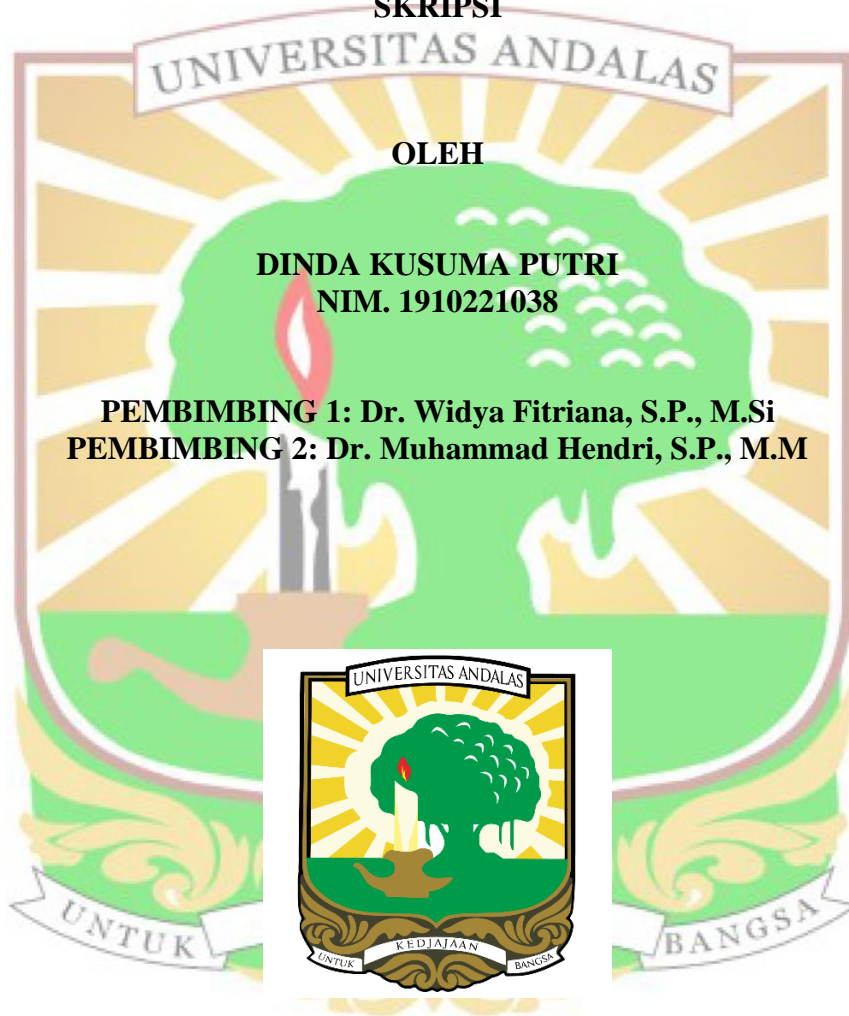
**SKRIPSI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**OLEH**

**DINDA KUSUMA PUTRI  
NIM. 1910221038**

**PEMBIMBING 1: Dr. Widya Fitriana, S.P., M.Si  
PEMBIMBING 2: Dr. Muhammad Hendri, S.P., M.M**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**

# STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA KOPI SOLOK CAP BINTANG DI NAGARI PANYAKALAN KECAMATAN KUBUNG KABUPATEN SOLOK

## Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Kopi Solok Cap Bintang yang beralamat di Nagari Panyakalan, Kecamatan Kubung, Kabupaten Solok. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan usaha Kopi Solok Cap Bintang (2) Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang terdapat pada usaha Kopi Solok Cap Bintang (3) Merumuskan strategi pemasaran untuk usaha Kopi Solok Cap Bintang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan metode studi kasus. Analisis data pada penelitian ini bersifat kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai matriks IFE yang diperoleh yaitu 2,856 dan nilai matriks EFE yaitu 3,015. Alternatif strategi pemasaran yang bisa diterapkan yaitu (1) Memperluas jaringan pasar dengan membuat kerjasama dengan para pengecer yang berada di daerah lain dan menggiatkan kembali pemasaran secara *online* (2) Mempertahankan kualitas dan variasi produk untuk menjaga kepercayaan serta loyalitas konsumen dan memudahkan dalam memasuki pasar baru (3) Meningkatkan promosi melalui media *online* dan *offline* (4) Melengkapi informasi pada kemasan atau label seperti informasi masa kadaluwarsa, dan informasi penting lainnya (5) Menjalin kerjasama dengan pemasok agar selalu bisa mendapatkan bahan baku yang berkualitas (6) Menjalin hubungan baik dan kerjasama dengan pemerintah atau dinas terkait sehingga memperoleh informasi dan program penting lainnya. Sedangkan strategi prioritas utama yaitu memperluas jaringan pasar dengan membuat kerjasama dengan para pengecer yang berada di daerah lain dan menggiatkan kembali pemasaran secara *online*.

Kata Kunci: Kopi Solok, Strategi Pemasaran, Strategi Prioritas

# **MARKETING STRATEGIES OF USAHA KOPI SOLOK CAP BINTANG IN NAGARI PANYAKALAN KUBUNG SUBDISTRICT SOLOK REGENCY**

## ***Abstract***

*This research was conducted at Usaha Kopi Solok Cap Bintang in Nagari Panyakalan, Kubung District, Solok Regency. This study aims to describe the business, Identify internal and external factors, and formulate a marketing strategy. This research uses a descriptive analysis method with a case study method. Data analysis in this study is qualitative and quantitative using the VIFE, EFE, SWOT, and QSPM matrices. The results showed that the value of internal factors (IFE) and external factors (EFE) of the Usaha Kopi Solok Cap Bintang was 2.856 and 3.015, respectively. Alternative marketing strategies that can be applied are (1) expanding the market network by collaborating with retailers in other areas and reactivating online marketing, (2) maintaining product quality and variety to maintain consumer trust and loyalty and make it easier to enter new markets, (3) increase promotion through online and offline media, (4) completing the information on packaging or labels such as expiration information, and other important information, (5) establish partnerships with suppliers so that can always get good quality raw materials, and (6) developing good relations and cooperation with the government or related agencies to get information and other vital programs. Meanwhile, the primary priority strategy is to expand the market network by collaborating with retailers in other areas and reactivating online marketing.*

*Keywords: Marketing Strategy, Priority Strategy, Solok Coffee*

