

**STRATEGI PEMASARAN KOPI ARABIKA DI KECAMATAN
PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL
(Studi Kasus Pada Usaha Kopi Kopinta)**

**NUR HAFNISYAH PASARIBU
1910221064**



PEMBIMBING :

**Prof. Ir. Rahmat Syahni Z, MS, M.Sc. PhD
Cipta Budiman, S.Si, MM**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

**STRATEGI PEMASARAN KOPI ARABIKA DI KECAMATAN
PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL
(Studi Kasus Pada Usaha Kopi Kopinta)**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran pada usaha Kopinta dan merumuskan strategi pemasaran pada usaha Kopinta. Metode analisis data dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan alat analisis berupa matriks IFE dan matriks EFE, matriks IE dan QSPM. Faktor internal usaha Kopinta berupa kekuatan memiliki gerai usaha dengan lokasi yang strategis, memiliki mesin produksi, dan memiliki kualitas produk yang baik. Faktor internal usaha Kopinta memiliki kelemahan belum tersedia label kadaluarsa dalam kemasan produk usaha Kopinta dan harga yang ditawarkan lebih mahal dari produk pesaing. Faktor eksternal usaha Kopinta memiliki peluang adanya tren minum kopi di kalangan masyarakat, adanya dukungan pemerintah terhadap pemasaran produk usaha Kopinta dan ketersediaan pedagang pengecer. Faktor eksternal usaha Kopinta memiliki ancaman adanya fluktuasi harga bahan baku dan persaingan usaha sejenis dengan daerah pemasaran yang sama. Untuk itu dirumuskan alternatif strategi, yaitu melakukan promosi secara berkala melalui sosial media dan endorsement, pendekatan pedagang pengecer, peningkatan gaya produk dan peningkatan keistimewaan produk.

Kata kunci: Faktor Internal dan Faktor Eksternal, Kopi Arabika, Strategi

