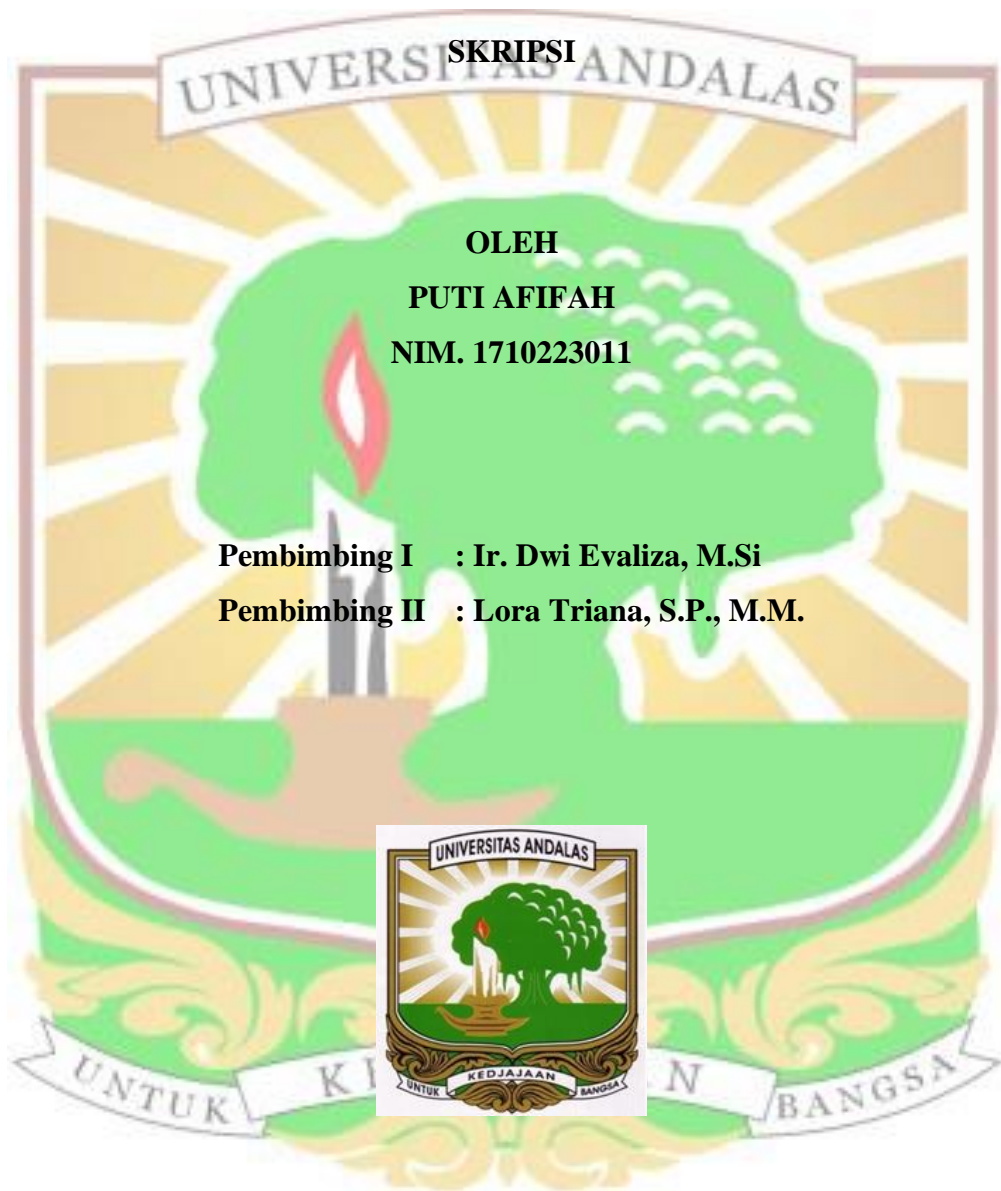


**STRATEGI PEMASARAN KERINCI VOLCANO COFFEE  
PADA BISNIS *COFFEE SHOP* DI KOTA SUNGAI PENUH**



**SKRIPSI**

**OLEH**

**PUTI AFIFAH**

**NIM. 1710223011**

**Pembimbing I : Ir. Dwi Evaliza, M.Si**

**Pembimbing II : Lora Triana, S.P., M.M.**

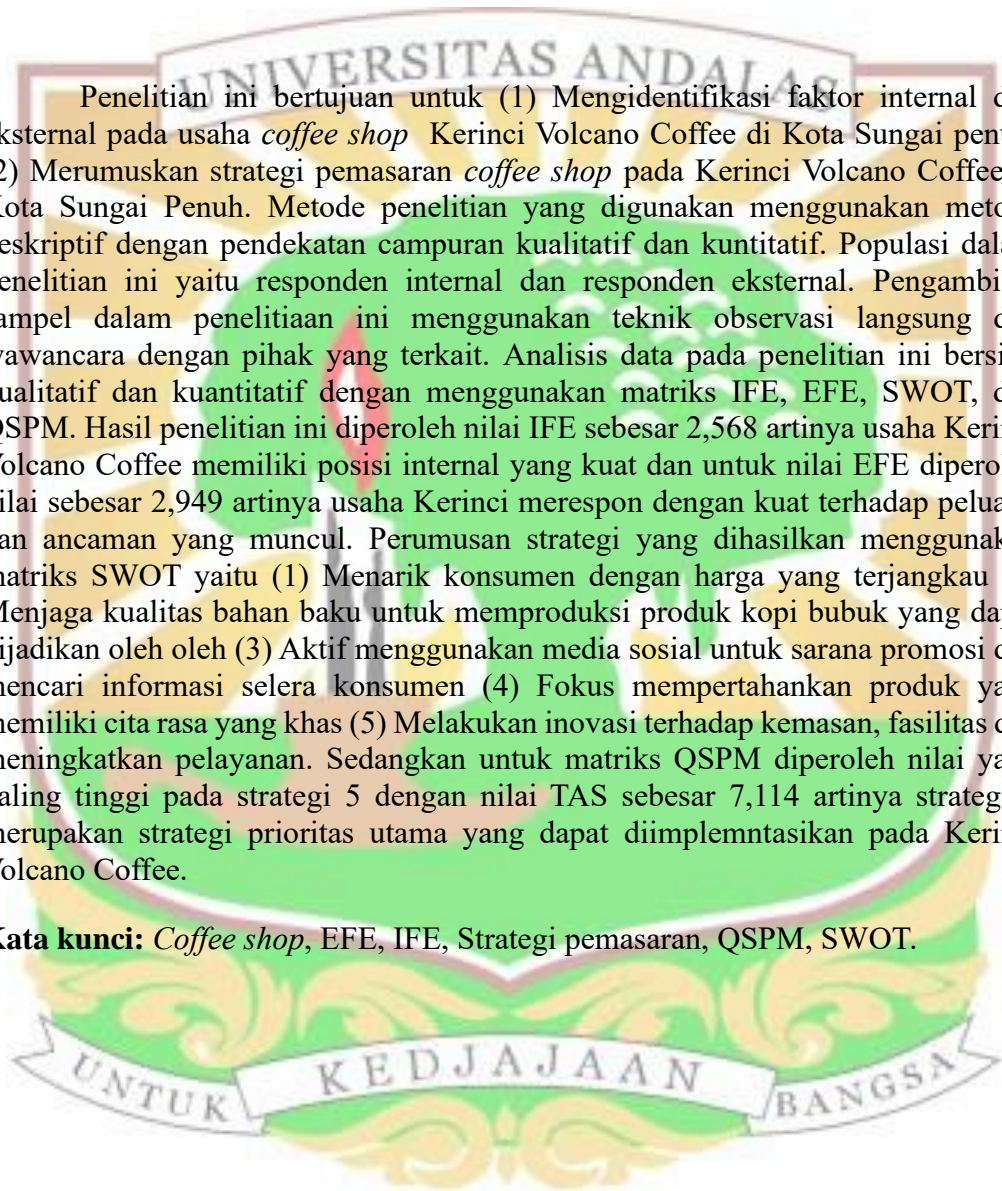
**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2024**

# STRATEGI PEMASARAN KERINCI VOLCANO COFFEE DALAM MENGHADAPI PESAING BISNIS *COFFEE SHOP* DI KOTA SUNGAI PENUH

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada usaha *coffee shop* Kerinci Volcano Coffee di Kota Sungai penuh, (2) Merumuskan strategi pemasaran *coffee shop* pada Kerinci Volcano Coffee di Kota Sungai Penuh. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan campuran kualitatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu responden internal dan responden eksternal. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi langsung dan wawancara dengan pihak yang terkait. Analisis data pada penelitian ini bersifat kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian ini diperoleh nilai IFE sebesar 2,568 artinya usaha Kerinci Volcano Coffee memiliki posisi internal yang kuat dan untuk nilai EFE diperoleh nilai sebesar 2,949 artinya usaha Kerinci merespon dengan kuat terhadap peluang dan ancaman yang muncul. Perumusan strategi yang dihasilkan menggunakan matriks SWOT yaitu (1) Menarik konsumen dengan harga yang terjangkau (2) Menjaga kualitas bahan baku untuk memproduksi produk kopi bubuk yang dapat dijadikan oleh oleh (3) Aktif menggunakan media sosial untuk sarana promosi dan mencari informasi selera konsumen (4) Fokus mempertahankan produk yang memiliki cita rasa yang khas (5) Melakukan inovasi terhadap kemasan, fasilitas dan meningkatkan pelayanan. Sedangkan untuk matriks QSPM diperoleh nilai yang paling tinggi pada strategi 5 dengan nilai TAS sebesar 7,114 artinya strategi 5 merupakan strategi prioritas utama yang dapat diimplemntasikan pada Kerinci Volcano Coffee.

**Kata kunci:** *Coffee shop*, EFE, IFE, Strategi pemasaran, QSPM, SWOT.



# MARKETING STRATEGY OF KERINCI VOLCANO COFFEE IN FACING COFFEE SHOP BUSINESS COMPETITORS IN SUNGAI PENUH CITY

## Abstract

This study aims to identify internal and external factors in Kerinci Volcano Coffee coffee shop and formulate a marketing strategy for the coffee shop. The research method used is descriptive, with a mixed qualitative and quantitative approach. The respondents in this study consist of internal and external respondents. The data gathering in this research used direct observation techniques and interviews with related parties. The data were analyzed qualitatively and quantitatively using the IFE, EFE, SWOT, and QSPM matrices. The results of the IFE value of 2.568 mean that Kerinci Volcano Coffee has a strong internal position. The value of EFE was 2.949, meaning that Kerinci Volcano Coffee responds strongly to the opportunities and threats. The formulation strategies generated using the SWOT matrix consist of attracting consumers at affordable prices, maintaining the quality of raw materials to produce ground coffee products that can be used as souvenirs, actively using social media for promotion, and seeking information on consumer tastes, focusing on maintaining products that have a distinctive taste, innovating packaging, facilities and improving services. Meanwhile, for the QSPM matrix, the highest value is obtained in innovating packaging, facilities, and improving services with a TAS value of 7.114, meaning that the strategy is the top priority that can be implemented at Kerinci Volcano Coffee.

**Keywords:** Coffee shop, EFE, IFE, Marketing strategy, QSPM, SWOT.

