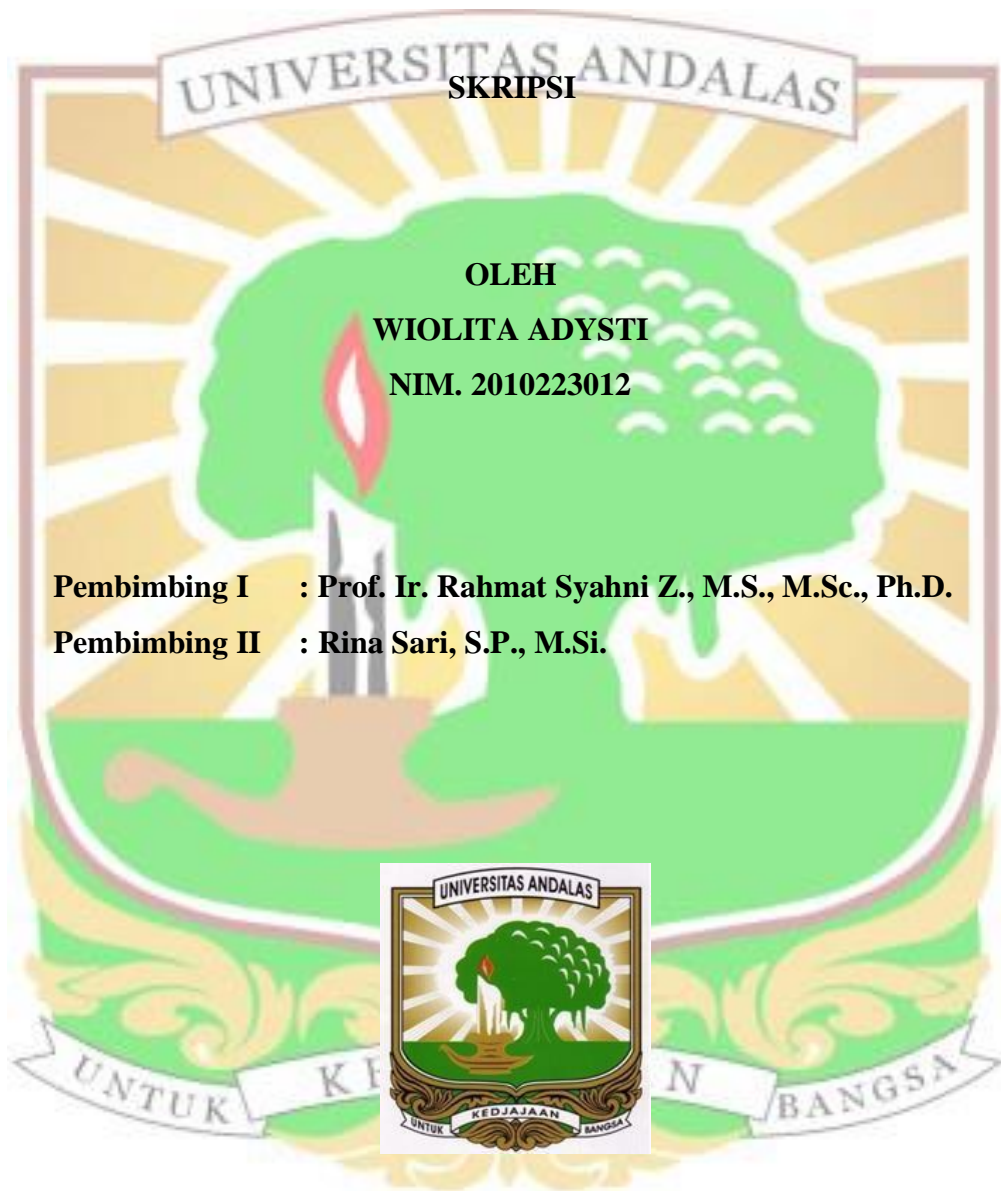


**STRATEGI PEMASARAN KOPI BUBUK DUO POETRI DI
NAGARI TABEK KECAMATAN PARIANGAN KABUPATEN
TANAH DATAR**



SKRIPSI

OLEH

WIOLITA ADYSTI

NIM. 2010223012

Pembimbing I : Prof. Ir. Rahmat Syahni Z., M.S., M.Sc., Ph.D.

Pembimbing II : Rina Sari, S.P., M.Si.

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

STRATEGI PEMASARAN KOPI BUBUK DUO POETRI DI NAGARI TABEK KECAMATAN PARIANGAN KABUPATEN TANAH DATAR

Abstrak

Kopi Bubuk Duo Poetri merupakan salah satu usaha kopi yang berlokasi di Nagari Tabek, Kecamatan Pariangan, Kabupaten Tanah Datar. Usaha ini telah berkembang selama satu tahun, namun mengalami penurunan dalam penjualan produk. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal pada Kopi Bubuk Duo Poetri, (2) merumuskan strategi pemasaran Kopi Bubuk Duo Poetri. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Populasi penelitian terdiri dari responden internal dan eksternal. Data primer dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dan pengamatan lapangan. Informan kunci dalam penelitian ini terdiri dari pemilik usaha (1 orang), tenaga kerja (2 orang), konsumen tetap (5 orang), dan pesaing utama. Data sekunder diperoleh dari Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Tanah Datar. Analisis data pada penelitian ini bersifat kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian ini diperoleh Kopi Bubuk Duo Poetri memiliki faktor internal kualitas produk yang baik dan manajemen yang berpengalaman. Namun, terdapat kelemahan seperti pemanfaatan teknologi yang belum optimal. Dari sisi eksternal, terdapat peluang dari meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi dan dukungan dari pemerintah, meskipun ada tantangan seperti persaingan yang ketat di pasar lokal. Strategi terbaik untuk Kopi Bubuk Duo Poetri adalah memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau konsumen lebih banyak. Strategi ini dipilih setelah mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi perusahaan.

Kata kunci: Kopi bubuk, Pemasaran, Strategi pemasaran.



MARKETING STRATEGY OF DUO POETRI GROUND COFFEE IN NAGARI TABEK, PARIANGAN SUB-DISTRICT, TANAH DATAR DISTRICT

Abstract

Kopi Bubuk Duo Poetri is a coffee business located in Nagari Tabek, Pariangan Sub-District, Tanah Datar Regency. This business has developed over the past year but has experienced a decline in product sales. Therefore, this research was conducted to analyze the appropriate marketing strategy to increase sales. The objectives of this study are (1) to identify internal and external factors of Kopi Bubuk Duo Poetri, and (2) to formulate a marketing strategy for Kopi Bubuk Duo Poetri. The research used a descriptive method with both qualitative and quantitative approaches. The research population consisted of internal and external respondents. Data was collected through structured interviews and field observations. The key informants in this study include the business owner (1 person), workers (2 people), regular customers (5 people), and the main competitor, Bubuk Kopi Asli Cap Jempol (1 person). Additional data was sourced from Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Tanah Datar. The data analysis utilized both qualitative and quantitative methods with IFE, EFE, SWOT, and QSPM matrices. The results of the study showed that Kopi Bubuk Duo Poetri has internal strengths, such as good product quality and experienced management. However, it also has weaknesses, such as the suboptimal use of technology. Externally, there are opportunities due to the growing public interest in coffee and government support, although there are challenges like intense competition in the local market. The best strategy for Kopi Bubuk Duo Poetri is to leverage digital technology to reach more consumers. This strategy is chosen after considering various factors affecting the business.

Keywords: Ground coffee, Marketing, Marketing strategy.

