

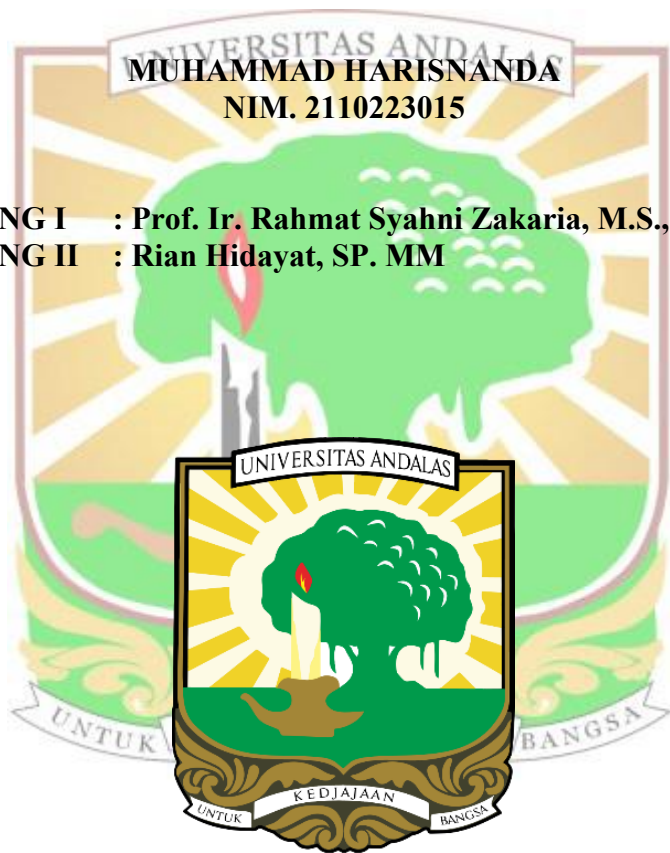
**STRATEGI PEMASARAN SERAT KELAPA
DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN EKSPOR
(STUDI KASUS KOPERASI KOSAPA PMG)**

SKRIPSI

OLEH

MUHAMMAD HARISNANDA
NIM. 2110223015

PEMBIMBING I : Prof. Ir. Rahmat Syahni Zakaria, M.S., M.Sc., Ph.D
PEMBIMBING II : Rian Hidayat, SP. MM



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

STRATEGI PEMASARAN SERAT KELAPA DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN EKSPOR (STUDI KASUS KOPERASI KOSAPA PMG)

Abstrak

Koperasi Kosapa PMG merupakan salah satu usaha yang masih aktif mengolah sabut kelapa menjadi serat kelapa di Kabupaten Padang Pariaman. Namun, usaha ini menghadapi penurunan volume penjualan ekspor sejak tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran serat kelapa di Koperasi Kosapa PMG. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Jenis sumber data yang diaplikasikan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang diterapkan meliputi analisis lingkungan internal dan eksternal menggunakan pendekatan matriks IE serta pemilihan strategi dengan metode QSPM. Hasil analisis menggambarkan bahwa matriks IFE memiliki total skor 2,743. Hal ini mengindikasikan bahwa Koperasi Kosapa PMG memiliki posisi internal yang kuat. Selanjutnya matriks EFE memiliki total skor 2,897. Hal ini mengindikasikan bahwa Koperasi Kosapa PMG mampu memberikan respon baik terhadap peluang dan ancaman yang datang. Berdasarkan hasil analisis melalui matriks IE didapatkan posisi Koperasi Kosapa berada di wilayah V dengan strategi hold & maintain. Hasil alternatif strategi prioritas matriks QSPM adalah membuat merek dan kemasan produk serat kelapa. Dengan implementasi strategi ini, Koperasi Kosapa PMG dapat meningkatkan jumlah pembeli dan sekaligus volume penjualan ekspornya.

Kata kunci: *Ekspor, Matriks IE, QSPM, Serat kelapa, Strategi Pemasaran*



MARKETING STRATEGY OF COCOFIBER IN PADANG PARIAMAN REGENCY TO INCREASE EXPORT SALES VOLUME (A CASE STUDY OF THE KOSAPA PMG COOPERATIVE)

Abstract

Kosapa PMG Cooperative is one of the remaining enterprises actively processing coconut husks into cocofiber in Padang Pariaman Regency. However, this enterprise has experienced a decline in export sales volume since 2022. This study aims to formulate a marketing strategy for cocofiber at the Kosapa PMG Cooperative. This study used a descriptive qualitative approach. Data were collected through interviews, observations, and a review of the literature, using both primary and secondary sources. The study employed the IE matrix for internal and external environmental analysis and the QSPM method for strategy selection. The results indicate that the IFE matrix obtained a total score of 2.743, signifying a strong internal position of the cooperative. Furthermore, the EFE matrix's total score of 2.897 indicates the cooperative is effectively responding to external opportunities and threats. Based on the IE matrix analysis, the cooperative is positioned in cell V, which corresponds to a hold and maintain strategy. Moreover, based on QSPM analysis, the top priority strategy is to establish a brand and packaging for cocofiber products. This strategic action is expected to increase the number of buyers and, simultaneously,, increase the volume of export sales.

Keywords: *Cocofiber, Export, IE matrix, QSPM, Marketing strategy*

