

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN USAHA KOPI BUBUK
SUN GO KONG DI DESA SAMPUR KELURAHAN PADANG
BARU KECAMATAN PANGKALAN BARU KABUPATEN
BANGKA TENGAH**


SKRIPSI



**EVI NOVITASARI
2051311010**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN PERIKANAN DAN BIOLOGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2017**

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN USAHA KOPI BUBUK
SUN GO KONG DI DESA SAMPUR KELURAHAN PADANG
BARU KECAMATAN PANGKALAN BARU KABUPATEN
BANGKA TENGAH**



**EVI NOVITASARI
2051311010**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian
Di Program Studi Agribisnis

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN PERIKANANDAN BIOLOGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2017**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya, Evi Novitasari menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil karya sendiri dan skripsi ini belum pernah diajukan sebagai pemenuhan untuk memperoleh gelar atau derajat kesarjanaan strata satu (S1) dari Universitas Bangka Belitung maupun perguruan tinggi lainnya.

Semua informasi yang dimuat dalam skripsi ini berasal dari penulis lain, baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan telah penulis cantumkan nama sumber penulisnya secara benar dan semua isi skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis.

Balunjuk, Juli 2017



Evi Novitasari



© Hak Cipta milik UBB, Tahun 2017

Hak Cipta dilindungi Undang – undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah : pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UBB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa izin UBB.

HALAMAN PENGESAHAN

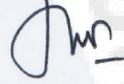
Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kopi Bubuk Sun Go Kong
di Desa Sampur Kelurahan Padang Baru Kecamatan
Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah


Nama : Evi Novitasari

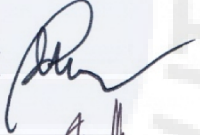
NIM : 205 1311 010

Skripsi ini, telah dipertahankan di hadapan majelis penguji pada hari Kamis,
tanggal 6 Juli 2017 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Pertanian.

Komisi penguji

Ketua : Dr. Endang Bidayani, S.Pi., M.Si ()

Anggota 1 : Dr. Fournita Agustina, S.P., M.Si ()

Anggota 2 : Haryono Moelyo, S.E., M.A ()

Anggota 3 : Yulia, S.Pt, M.Si ()

Balunujuk, Juli 2017

Mengetahui

Ketua Jurusan Agribisnis

Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi

Universitas Bangka Belitung



Dr. Fournita Agustina, S.P., M.Si

Tanggal Lulus : 28 JUL 2017

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN USAHA KOPI BUBUK
SUN GO KONG DI DESA SAMPUR KELURAHAN PADANG
BARU KECAMATAN PANGKALAN BARU KABUPATEN
BANGKA TENGAH**

**EVI NOVITASARI
2051311010**

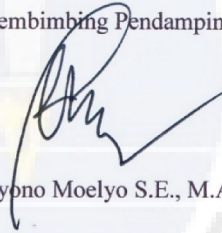
Telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

Pembimbing Utama



Dr. Fournita Agustina S.P., M.Si

Pembimbing Pendamping



Haryono Moelyo S.E., M.A

Balunjuk, Juli 2017

Dekan

Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi
Universitas Bangka Belitung



Dr. Tri Lestari S.P., M.Si

ABSTRAK

Evi Novitasari Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kopi Bubuk Sun Go Kong di Desa Sampur Kelurahan Padang Baru Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah dibimbing oleh **Fournita Agustina dan Haryono Moelyo**

Penelitian ini bertujuan untuk Bagaimana strategi bauran pemasaran usaha kopi bubuk Sun Go Kong di Desa Sampur Kelurahan Padang Baru Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah. Waktu dan tempat penelitian dilaksanakan pada bulan September 2016 sampai dengan Agustus 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah *purposive* (sengaja). Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran usaha kopi bubuk Sun Go Kong. Bahwa dari 7 bauran pemasaran yang dibahas terdapat 2 bauran yang harus diperhatikan yaitu bauran promosi dan distribusi karena ke 2 dari bauran pemasaran tersebut masih memiliki kendala yang menghambat perkembangan perusahaan sedangkan hasil analisis strategi pemasaran usaha kopi bubuk Sun Go Kong di Sampur Kabupaten Bangka Tengah setelah menggunakan metode SWOT. Strategi alternatif yang dihasilkan dari matrik SWOT adalah

1. Strategi SO yang terdiri dari 4 yaitu : Menambahkan jumlah produksi, meningkatkan sarana dan prasarana pendukung, menjaga dan meningkatkan kualitas produk (meliputi rasa), memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.
2. Strategi WO yang terdiri dari 4 yaitu : Menyetarakan harga produk, menjalin kerjasama dengan lembaga lain di bidang pemasaran, menambahkan jumlah pekerja dan meningkatkan keterampilan pekerja, memperluas jaringan pemasaran (memperbanyak lokasi distribusi).
3. Strategi ST yang terdiri dari 3 yaitu : Tetap menjaga kualitas produk (meliputi keaslian rasa), meningkatkan promosi dan periklanan, memperbanyak variasi produk yang dapat dipilih konsumen.
4. Strategi WT yang terdiri dari 4 yaitu : Menjaga kualitas produk, menetapkan harga yang murah dan terjangkau oleh

konsumen , melakukan promosi penjualan dan memperbaiki kemasan produk agar lebih menarik

Kata Kunci : Strategi Bauran Pemasaran Industri kopi , dan Analisis SWOT.



ABSTRACT

Evi Novitasari Marketing mix strategy off coffe powder bussiness in sampur villlage of padang baru, district of central Bangka regency .guided by founita agustina and Haryono Moelyo.

This study aims to find out now alternative marketing mix strategy by of coffe business powder sun go kong village sampur new padang baru village district of central bangka regency. Time and place of research conducted in september 2016 until august 2017. Research method used is case study method. The sampling method used is purposive. Method of data analisys using descriptive analysis. The results of research show that marketing mix strategy of sun go kong coffe bussiness from 7 marketing mix discussed there are 2 marketing mixes that must be considered that is. Promotion and distribution because the **promotion** and distribution still has obstacless that hinder the deveploment of the company. While the result of strategy analysis opf marketing mix of sun go kong after using SWOT analysis. The alternative strategy obtained from the SWOT marketing is : 1) SO strategy consisting of : adding production quantities, improving facilities and infrastructure, maintaining and improving product quality including taste and providing good service to consumers. 2) WO strategy consisting of : equalize the price of the product, establish cooperation with other institutions in the field of marketing, add the number of workers and improve job skills, expand the merketing network (multiply the distribution location). 3) ST strategy sonsisting of : while maintainning product quality including authenticity of taste, promotion and advertaising increase multiply the variety of product that people can choose. And 4) WT strategy consisting of : maintaining product quality, establishing cheap and afferdable prices by consumers, promotion, sales and improving product packaging to make it more attractive.

Keywords: Coffe and SWOT Analysis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAM JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRACK	
<i>ABSTRACT</i>	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Deskripsi Kopi.....	7
2. Proses Pengolahan Kopi.....	8
3. Teori Pemasaran.....	11
4. Teori Strategi Pemasaran.....	16
5. Manajemen Strategi.....	19
6. Analisis SWOT.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	31
D. Definisi Operasional.....	32
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	35

A.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
B.	Metode Penelitian.....	35
C.	Metode Penarikan Contoh.....	35
D.	Metode Pengumpulan Data.....	35
E.	Metode Pengolahan Data dan Analisis.....	37
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	44
B.	Struktur Organisasi Usaha Kopi Bubuk Sun Go Kong.....	46
C.	Bagan Aliran Proses Pengolahan Kopi Bubuk Sun Go Kong.....	48
D.	Strategi Bauran Pemasaran Kopi Sun Go Kong.....	53
E.	Strategi Analisis SWOT Industri Pengolahan Kopi Bubuk Sun Go Kong.....	61
1.	Identifikasi Faktor Internal.....	61
2.	Identifikasi Faktor Eksternal.....	67
3.	Evaluasi Faktor-Faktor Strategis.....	72
V.	SIMPULAN DAN SARAN.....	85
F.	Simpulan.....	85
G.	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah Industri Pengolahan Kopi Bubuk Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 2015	2
Tabel 2. Jumlah Produksi Pemasaran Kopi Bubuk Sun Go Kong Pada Tahun 2012-2015.....	3
Tabel 3. Matrik SWOT	25
Tabel 4. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 5. Faktor-Faktor Strategis Eksternal (<i>Eksternal Strategic Factors</i> <i>Analysi Summary / EFAS</i>	38
Tabel 6. Faktor-faktor strategis eksternal.....	39
Tabel 7. Analisis SWOT	41
Tabel 8. Harga Kopi	55
Tabel 9. Klasifikasi Variabel SWOT	62
Tabel 10. Faktor Internal Kekuatan Usaha Kopi Bubuk Sun Go Kong	63
Tabel 12. Faktor Internal Kelemahan Usaha Kopi Bubuk Sun Go Kong	65
Tabel 13. Faktor Eksternal Usaha Kopi Bubuk Sun Go Kong	68
Tabel 14. Faktor Eksternal Peluang Usaha Kopi Bubuk Sun Go Kong	68
Tabel 15. Faktor Eksternal Ancaman Usaha Kopi Bubuk Sun Go Kong	70
Tabel 16. Matrik Evaluasi Faktor Internal	72
Tabel 17. Matrik Evaluasi Faktor Eksternal	73
Tabel 18. Matriks SWOT	76



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Struktur Organisasi Usaha Kopi Bubuk Sun Go Kong	46
Gambar 2. Bagan Aliran Proses Pengolahan	48
Gambar 3. Biji kopi, Jagung, Garam Dan Gula Aren	49
Gambar 4. Proses Penggorengan.....	50
Gambar 5. Proses Penggilingan	50
Gambar 6. Proses Pembungkusan	52
Gambar 7. Kemasan Produk	54
Gambar 8. Saluran Pemasaran	57

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Pembobotan Faktor Strategis Internal dan Eksternal	89
Lampiran 2. Rating Faktor Strategis Internal dan Eksternal	91
Lampiran 3. Bobot Skor Faktor Strategis Internal dan Eksternal	93

