

**STRATEGI PEMASARAN USAHA KOPI DI IDDA COFFE TUTUR  
KECAMATAN TUTUR KABUPATEN PASURUAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Program Studi Agribisnis



Oleh :

**ZANDY BAGUS PRASTYO**  
NPM : 17024010014

Kepada

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2022**

**STRATEGI PEMASARAN USAHA KOPI DI IDDA COFFE TUTUR  
KECAMATAN TUTUR KABUPATEN PASURUAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Program Studi Agribisnis



Oleh :

**ZANDY BAGUS PRASTYO**  
NPM : 17024010014

Kepada

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2022**

**STRATEGI PEMASARAN USAHA KOPI DI IDDA COFFE TUTUR  
KECAMATAN TUTUR KABUPATEN PASURUAN**

oleh :

**ZANDY BAGUS PRASTYO**  
NPM : 17024010014

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

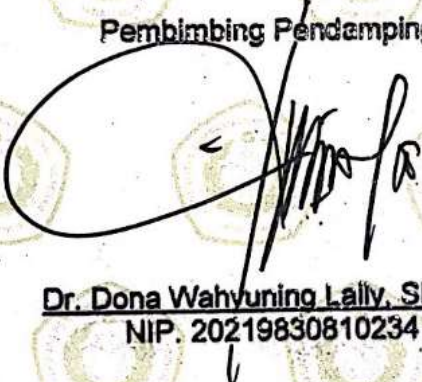
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Pada hari Jum'at Tanggal 11 bulan November Tahun 2022.

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

  
**Dr. Dona Wahyuning Lally, SP, MP**  
NIP. 20219830810234

  
**Dr. Ir. Sri Tiondro Winarno, MM**  
NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui :

Dekan Fakultas Pertanian

plt. Koordinator  
Program Studi Agribisnis

  
  
**Dr. Ir. RA. Nora Augustien K., MP**  
NIP. 19590824 198703 2001

  
**Dr. Ir. Nuriah Yullati, MP**  
NIP. 19620712 199103 2001

**STRATEGI PEMASARAN USAHA KOPI DI IDDA COFFE TUTUR  
KECAMATAN TUTUR KABUPATEN PASURUAN**

Oleh :

**ZANDY BAGUS PRASTYO**  
NPM : 17024010014

Telah diterima pada tanggal  
7 bulan Desember Tahun 2022

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



**Dr. Dona Wahyuning Laily, SP. MP**  
NIP. 20219830810234

Pembimbing Utama



**Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM**  
NIP. 19590211 198903 1001

## SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme

Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul :

Strategi Pemasaran Usaha Kopi di Idda Coffe Tuter Kecamatan Tuter Kabupaten Pasuruan

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku

Surabaya, 7 Desember 2022

Yang Membuat Pernyataan



Zandy Bagus Prastyo

NPM : 17024010014

## STRATEGI PEMASARAN USAHA KOPI DI IDDA COFFE TUTUR KECAMATAN TUTUR KABUPATEN PASURUAN

**Zandy Bagus Prastyo<sup>1</sup>, Sri Tjondro Winarno<sup>2\*</sup>, Dona Wahyuning Laily<sup>3</sup>**  
Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
e-mail : [zanzanpras300@gmail.com](mailto:zanzanpras300@gmail.com)

### ABSTRAK

Meningkatnya konsumsi kopi yang ada pada masyarakat dewasa ini berdampak terhadap persaingan kedai-kedai atau cafe yang memang menjual kopi, setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan atau inovasi yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Tujuan riset ini untuk memformulasikan alternatif strategi pemasaran usaha kopi di Idda Coffe. Lokasi riset ditentukan dengan sengaja di Idda Coffe Tuttur. Metode riset menggunakan analisis matriks IFE, matriks EFE, dan analisis SWOT. Hasil riset memperlihatkan hasil analisis matriks IFE didapatkan skor untuk faktor kekuatan sebesar 2,37 dan skor faktor kelemahan sebesar 1,27. Pada analisis matriks EFE diperoleh skor untuk faktor peluang sebesar 2,11, dan skor faktor ancaman sebesar 1,57. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT usaha Idda Coffe Tuttur berada pada kuadran I, dimana alternatif strategi yang dapat digunakan yaitu : Memperluas wilayah pemasaran dengan melakukan promosi yang intensif; Menambah lahan budidaya kopi atau petani-petani mitra; dan Mengedukasi masyarakat tentang cara konsumsi kopi yang baik untuk kesehatan.

**Kata Kunci:** Kopi, Strategi Pemasaran, SWOT

**COFFEE BUSINESS MARKETING STRATEGY IN IDDA COFFE TUTUR  
TUTUR DISTRICT PASURUAN REGENCY**

**Zandy Bagus Prastyo<sup>1</sup>, Sri Tjondro Winarno<sup>2\*</sup>, Dona Wahyuning Laily<sup>3</sup>**  
*Faculty of Agriculture, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur*  
e-mail : [zanzanpras300@gmail.com](mailto:zanzanpras300@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The increasing consumption of coffee in today's society has an impact on the competition in shops or cafes that do sell coffee, every business actor in each business category is required to have sensitivity to any changes or innovations that occur and place an orientation to customer satisfaction as the main goal. The purpose of this research is to formulate an alternative marketing strategy for the coffee business at Idda Coffee. The research location was deliberately determined at Idda Coffe Tuttur. The research method uses IFE matrix analysis, EFE matrix, and SWOT analysis. The results of the research show that the results of the IFE matrix analysis obtained a score for the strength factor of 2.37 and a score of 1.27 for the weakness factor. In the EFE matrix analysis, the score for the opportunity factor is 2.11, and the threat factor score is 1.57. Based on the results of the SWOT matrix analysis, Idda Coffe Tuttur's business is in quadrant I, where alternative strategies that can be used are: Expanding the marketing area by conducting intensive promotions; Adding coffee cultivation land or partner farmers; and Educate the public about how to consume coffee that is good for health.*

**Keywords:** *Coffee, Marketing Strategy, SWOT*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **STRATEGI PEMASARAN USAHA KOPI DI IDDA COFFE TUTUR KECAMATAN TUTUR KABUPATEN PASURUAN** tepat pada waktunya. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Strata-1 Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa semua keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari rahmat, karunia, serta pertolongan Allah SWT, tak luput juga bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih dari lubuk hati yang paling dalam kepada : Dr.Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Dona Wahyuning Laily, SP. MP selaku dosen pembimbing pendamping telah banyak memberikan pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu serta tenaganya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam membimbing penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Nora Agustien, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP selaku plt. Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Orang tua dan saudara penulis yang telah banyak memberikan dukungan, do'a, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.



Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Surabaya, Desember 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa .....	7
1.4.2 Manfaat Bagi Perguruan Tinggi .....	8
1.4.3 Manfaat Bagi Perusahaan .....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	14
2.2.1 Strategi Pemasaran .....	14
2.2.2 Agroindustri Kopi .....	16
2.2.3 Analisis SWOT .....	19
2.3 Kerangka Penelitian .....	25
III. METODE PENELITIAN .....	27
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian .....	27
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	27
3.3 Pengumpulan Data .....	28
3.4 Definisi Operasional .....	29
3.5 Analisis Data .....	30
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	40
4.1 Gambaran Umum Usaha Idda Coffe Tuttur .....	40
4.1.1 Sejarah Usaha Idda Coffe Tuttur .....	40
4.1.2 Profil Perusahaan .....	45
4.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal Usaha Idda Coffe Tuttur .....	50
4.2.1 Identifikasi Faktor Internal Usaha Idda Coffe Tuttur .....	51
4.2.2 Identifikasi Faktor Eksternal Usaha Idda Coffe Tuttur .....	68

4.3 Analisis Matriks IFE dan Matriks EFE.....	84
4.3.1 Analisis Matriks IFE .....	84
4.3.2 Analisis Matriks EFE .....	86
4.4 Formulasi Strategi dengan Matriks SWOT .....	89
4.5 Analisis Matriks SWOT .....	98
V. PENUTUP .....	105
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Saran .....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN .....	112

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Mapping Penelitian Terdahulu .....	9
2.	Matriks IFE .....	32
3.	Matriks EFE .....	34
4.	Matriks Analisis SWOT .....	36
5.	Hasil Matriks IFE .....	85
6.	Hasil Matriks EFE .....	87
7.	Hasil Analisis Matriks SWOT .....	89

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Contoh Diagram Matriks SWOT.....	21
2.	Kerangka Pemikiran .....	26
3.	Penentuan Matriks Grand Strategy.....	39
4.	Lokasi Usaha Idda Coffe Tuttur .....	47
5.	Struktur Organisasi CV. Kopi Citarasa Persada.....	50
6.	Variasi Produk Kopi di Idda Coffe Tuttur .....	52
7.	Label Organik dan Halal pada Kemasan Produk Idda Coffe Tuttur .....	54
8.	Sertifikat Organik Internasional Idda Coffe Tuttur .....	55
9.	SOP Idda Coffe Tuttur .....	58
10.	Wisata Edukasi, Homestay, dan Cafe Idda Coffe Tuttur .....	61
11.	Sertifikat Pemateri .....	65
12.	Bantuan Teknologi dari Instansi dan Pemerintah.....	70
13.	Proses Petik Merah dan Perambangan .....	72
14.	Hasil Diagram SWOT .....	99

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Internal.....	112
2.	Kuesioner Penelitian Eksternal .....	116
3.	Kuesioner Skala Likert.....	117
4.	Data Responden.....	118
5.	Hasil Analisis Jawaban Responden Pada Faktor Internal .....	119
6.	Hasil Analisis Jawaban Responden Pada Faktor Eksternal .....	120
7.	Dokumentasi.....	121