

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEH HITAM MENGGUNAKAN
ANALISIS SOAR DI PT. ROLAS NUSANTARA MANDIRI
SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

FADIA HANA NO KAURI

NPM: 19024010047

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEH HITAM MENGGUNAKAN
ANALISIS SOAR DI PT. ROLAS NUSANTARA MANDIRI
SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

FADIA HANA NO KAURI

NPM: 19024010047

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA**

2023

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEH HITAM MENGGUNAKAN
ANALISIS SOAR DI PT. ROLAS NUSANTARA MANDIRI
SURABAYA**

Oleh:


FADIA HANA NO KAURI
NPM: 19024010047


Telah diterima pada
Tanggal 07 Bulan Desember Tahun 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P.
NIP. 2011966083050


Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP.
NIP. 195606201987031004

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P.
NIP. 196207121991032001

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEH HITAM MENGGUNAKAN
ANALISIS SOAR DI PT. ROLAS NUSANTARA MANDIRI
SURABAYA**

Oleh:

FADIA HANA NO KAURI
NPM: 19024010047

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

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada hari Jumat tanggal 24 bulan November Tahun 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P.
NIP: 2011966083050

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP.
NIP: 195606201987031004

Mengetahui:

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P.
NIP: 19631208 199003 2001

**Koordinator Program Studi
Agribisnis**



Dr. Ir. Nuriyah Yuliaty, M.P.
NIP: 196207121991032001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarism Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan Judul: "Strategi Pemasaran Produk Teh Hitam Menggunakan Analisis SOAR di PT. Rolas Nusantara Mandiri Surabaya" Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 04 Desember 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Fadia Hana No Kauri
NPM: 19024010047

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Teh Hitam Menggunakan Analisis SOAR di PT. Rolas Nusantara Mandiri Surabaya” ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, bantuan, dan nasihat dari berbagai pihak selama proses penyusunan proposal skripsi berlangsung. Pada kesempatan ini penulis turut menyampaikan terimakasih dengan setulus-tulusnya kepada seluruh pihak terkait:

1. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P selaku dosen pembimbing skripsi utama yang telah memberikan bimbingan, nasihat, arahan, dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr. Ir. Taufiq Setyadi, M.P. selaku dosen pembimbing skripsi pendamping yang telah membantu memberikan bimbingan, nasihat, arahan, saran, dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM. selaku kepala jurusan program studi Agribisnis.
4. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. Selaku koordinator program studi Agribisnis S1.
5. PT. Rolas Nusantara Mandiri yang telah bersedia memberikan wadah bagi penulis sehingga dapat melaksanakan skripsi dengan bimbingan langsung dari para ahli di perusahaan.

6. Kedua orang tua dan adik penulis yang selalu memberikan keyakinan, doa, dukungan, dan motivasi sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
7. Muhammad Farhan Dawami yang telah berperan sebagai *partner* sekaligus teman diskusi dengan selalu menemani, memberikan dukungan, dan motivasi kepada penulis.
8. Bella Alifaturrohmah yang telah banyak membantu penulis sebagai teman diskusi dan teman curhat.
9. Winadinata Grace A. W., Siti Masitoh, Iwan Kurniawan E., M. Hafidhul Wahyi, Resa Al Khauzar V., dan Nanda Maya S., selaku segenap anggota grup “Kami Bahagia” yang banyak membantu memberikan informasi kepada penulis.
10. Dhiana Putri H., Della Agfy D. A., Alvin M., Agrita R. S., selaku segenap anggota grup “Cumlaude Girls” yang selalu mendukung dan menyemangati penulis.

Surabaya, 04 Desember 2023

Penulis

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEH HITAM MENGGUNAKAN
ANALISIS SOAR DI PT. ROLAS NUSANTARA MANDIRI
SURABAYA**

**MARKETING STRATEGY OF BLACK TEA PRODUCT USING SOAR
ANALYSIS AT PT. ROLAS NUSANTARA MANDIRI
SURABAYA**

Fadia Hana No Kauri, Teguh Soedarto, dan Taufiq Setyadi

ABSTRAK

Lokasi Indonesia yang memiliki banyak gunung berapi menjadi indikasi bahwa Indonesia memiliki lahan potensial untuk membudidayakan teh. Didukung dengan produksi teh Perkebunan Besar Negara (PBN) yang tinggi. Namun, hal tersebut tidak menjamin produk teh merek BUMN, salah satunya adalah merek *Rolas Tea* yang dikelola oleh PT. Rolas Nusantara Mandiri dapat menembus peringkat enam besar sebagai Top Brand kategori teh daun sehingga perlu untuk dilakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yang tepat. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor internal-eksternal, merumuskan alternatif strategi pemasaran, dan untuk menentukan prioritas strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Lokasi penelitian berada di Surabaya dan penentuan informan dipilih secara *purposive* sebanyak empat informan. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi, dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, untuk menjawab tujuan pertama menggunakan analisis matriks IFE dan EFE, tujuan kedua menggunakan matriks IE dan analisis SOAR, dan tujuan ketiga menggunakan matriks QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis matriks IFE memperoleh skor sebesar 3,19 dan EFE sebesar 3,58, matriks IE menunjukkan posisi perusahaan pada kuadran I, analisis SOAR menghasilkan enam alternatif strategi dan matriks QSPM menunjukkan hasil prioritas strategi adalah strategi 3 yaitu *market penetration* dengan TAS sebesar 8,00.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Teh Hitam, IFE dan EFE, IE, SOAR, dan QSPM

Indonesia's location which has many volcanoes is an indication that Indonesia has potential land for cultivating tea. Supported by the high production of tea from the State Large Estates (PBN). However, that's not guarantee BUMN-branded tea products, one of which is the Rolas Tea brand which is managed by PT. Rolas Nusantara Mandiri was able to break into the top six rankings as the Top Brand in the leaf tea category. Based on this, it is necessary to do research on the right marketing strategy. The purpose of this study is to analyze internal-external factors, formulate alternative marketing strategies, and determine marketing strategy priorities. This study uses a qualitative and quantitative approach. The research location is in Surabaya, four informants were selected purposively. Methods of data collection using interviews, observation, documentation, and secondary data as a reference. The data analysis method used is descriptive

analysis, to answer the first purpose using the IFE and EFE matrix analysis, the second purpose using the IE matrix and SOAR analysis, and the third purpose using the QSPM matrix. The research result show that IFE matriks score is 3.19, EFE 3.58, the IE matriks show the company position on the quadrant I, the SOAR analysis obtain six alternative strategy, and the QSPM matriks show the priority strategy is the strategy 3 (market penetration) with the TAS 8.00.

Key Words: Marketing Strategy, Black Tea, IFE and EFE, IE, SOAR, and QSPM

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Teh hitam.....	16
2.2.2 Strategi Pemasaran	20
2.2.3 Matriks IFE, EFE, dan IE	24
2.2.4 Analisis SOAR	29
2.2.5 Matriks QSPM.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran	33

III. METODE PENELITIAN	36
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
3.2 Metode Penentuan Lokasi	37
3.3 Metode Penentuan Informan dan Jumlah Informan	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.5 Metode Analisis Data	41
3.5.1 Analisis Data Deskriptif	41
3.5.2 Analisis Matriks IFE dan EFE.....	42
3.5.3 Analisis Matriks IE dan Analisis SOAR	49
3.5.4 Analisis Matriks QSPM.....	52
3.6 Definisi Operasional	54
3.7 Jadwal Pelaksanaan	59
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Profil Perusahaan.....	60
4.2 Analisis Matriks IFE dan EFE.....	72
4.3 Alternatif Strategi Pemasaran.....	77
4.4 Strategi Pemasaran Prioritas dan Rekomendasi Strategi Pemasaran.....	85
V. KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98

LAMPIRAN.....	105
---------------	-----

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Contoh Tabel Matriks IFE	25
2.2	Contoh Tabel Matriks EFE	26
2.3	Contoh Tabel Matriks QSPM	32
3.1	Framework Analisis VRIO	44
3.2	Tabel Matriks IFE dan Faktor Kunci Internal.....	46
3.3	Tabel Matriks EFE dan Faktor Kunci Eksternal	48
3.4	Matriks SOAR.....	51
3.5	Tabel Matriks QSPM dan Faktor Kunci Internal-Eksternal	52
3.6	Jadwal Kegiatan Skripsi.....	59
4.1	Data Penjualan Marketplace PT. RNM Produk Teh Hitam (Ribuan)	71
4.2	Hasil Analisis Matriks IFE PT.RNM.....	72
4.3	Hasil Analisis Matriks EFE PT. RNM.....	75
4.4	Hasil Analisis SOAR (Alternatif Strategi).....	80
4.5	Hasil Analisis Matriks QSPM.....	86
4.6	Prioritas Strategi Pemasaran Produk Teh Hitam.....	88

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Perkembangan Produksi Teh Indonesia (ton) Berdasarkan Jenis	2
1.2	Top Brand Kategori Produk Teh Daun/Saring Indonesia Fase 1.....	3
1.3	Data Penjualan PT. RNM (Produk Kopi dan Teh (Rp))	4
1.4	Volume Penjualan Produk Rolas Tea (Rp)	5
2.1	Contoh Matriks Internal Eksternal	27
2.2	Tahapan Analisis SOAR	30
2.3	Kerangka Pemikiran.....	34
4.1	Struktur Organisasi PT. Rolas Nusantara Mandiri.....	61
4.2	Produk Teh PT. RNM	62
4.3	Data Produksi Teh Hitam PT. RNM Selama 7 Tahun Terakhir	67
4.4	Marketplace Shopee Rolas Official Shop	69
4.5	Marketplace Tokopedia Rolas Official	69
4.6	Marketplace Blibli Rollaas.....	70
4.7	Marketplace Bukalapak Toko Resmi Produk Rolas	70
4.8	Website Rolas Nusantara Mandiri	70
4.9	Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal) PT. RNM	78

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Tanggapan Permohonan Izin Penelitian	105
2	Dokumentasi Wawancara.....	106
3	Perhitungan Matriks IFE dan EFE	107
4	Kuisisioner Matriks IFE dan EFE.....	110
5	Kuisisioner Matriks QSPM.....	115