

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN KOPI ORGANIK DESA SIDOMULYO
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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



Oleh :

DIAZ MUDZAKIR ARDIANSYAH
NPM. 17024010079

Kepada

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

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN KOPI ORGANIK DESA SIDOMULYO
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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



Oleh :

DIAZ MUDZAKIR ARDIANSYAH
NPM. 17024010079

Kepada

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

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN KOPI ORGANIK DESA SIDOMULYO
KABUPATEN JEMBER**

Oleh :

DIAZ MUDZAKIR ARDIANSYAH
NPM: 17024010079

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada 13 September 2022

Menyetujui,

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP
NIP. 19560620 198703 1004

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

Mengetahui :

Dekan Fakultas Pertanian

plt. Koordinator

Program Studi Agribisnis

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

Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN KOPI ORGANIK DESA SIDOMULYO
KABUPATEN JEMBER**

Oleh :

DIAZ MUDZAKIR ARDIANSYAH

NPM: 17024010079

**Telah direvisi pada tanggal
21 September 2022**

Menyetujui,

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP
NIP. 19560620 198703 1004

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

SURAT PERNYATAAN

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

Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul :

Strategi Bauran Pemasaran Kopi Organik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember

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, 21 September 2022

Yang Membuat Pernyataan



Diaz Mudzakir Ardiansyah
NPM. 17024010079

STRATEGI BAURAN PEMASARAN KOPI ORGANIK DESA SIDOMULYO KABUPATEN JEMBER

Diaz Mudzakir Ardiansyah, Sri Tjondro Winarno, Teguh Soedarto
Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
e-mail : [@gmail.com](mailto: @gmail.com)

ABSTRAK

Kurangnya kepastian atau pangsa pasar kopi organik disebabkan karena konsumen terbatas pada kalangan tertentu seperti kelas menengah ke atas menyebabkan sulitnya bagi Kelompok Tani Sidomulyo 1 untuk menjual produk kopi organik. Tujuan riset ini untuk memformulasikan alternatif strategi bauran pemasaran kopi organik di Kelompok Tani Sidomulyo 1 yang unggul dan tepat. Lokasi riset ditentukan dengan sengaja di Kelompok Tani Sidomulyo 1. Metode riset menggunakan analisis SWOT, matriks IFE, dan matriks EFE. Hasil riset memperlihatkan analisis data pada matriks IFE pada faktor kekuatan mendapatkan skor sebesar 2,00 sedangkan untuk faktor kelemahan mendapatkan skor sebesar 1,63. Sedangkan pada analisis matriks EFE pada faktor peluang memiliki skor sebesar 1,86 sedangkan untuk faktor ancaman memiliki skor sebesar 1,88. Hasil analisis matriks SWOT memposisikan usaha kopi organik di Kelompok Tani Sidomulyo 1 berada pada kuadran II dan alternatif strategi yang harus diterapkan adalah Mengembangkan jaringan pemasaran dengan menggunakan marketplace dan ke cafe-cafe sekitar didukung dengan kualitas produk yang baik untuk kesehatan; dan Mengembangkan usaha produk kopi organik dengan membuat varian inovasi produk.

Kata Kunci: Kopi Organik, Bauran Pemasaran, SWOT

STRATEGY OF ORGANIC COFFEE MARKETING MIX IN SIDOMULYO VILLAGE, JEMBER REGENCY

Diaz Mudzakir Ardiansyah, Sri Tjondro Winarno, Teguh Soedarto
Faculty of Agriculture, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
e-mail : [@gmail.com](mailto: @gmail.com)

ABSTRACT

The lack of certainty or market share for organic coffee is caused because consumers are limited to certain circles such as the upper middle class, making it difficult for the Sidomulyo 1 Farmer Group to sell organic coffee products. The purpose of this research is to formulate an alternative marketing mix strategy for organic coffee in the Sidomulyo 1 Farmer Group that is superior and appropriate. The research location was determined deliberately at the Sidomulyo Farmer Group 1. The research method used SWOT analysis, IFE matrix, and EFE matrix. The results of the research show that data analysis on the IFE matrix on the strength factor gets a score of 2.00 while for the weakness factor gets a score of 1.63. While the EFE matrix analysis on the opportunity factor has a score of 1.86 while the threat factor has a score of 1.88. The results of the SWOT matrix analysis position the organic coffee business in the Sidomulyo Farmer Group 1 in quadrant II and the alternative strategies that must be implemented are developing a marketing network using the marketplace and to nearby cafes supported by good quality products for health; and Develop organic coffee product business by making product innovation variants.

Keywords: Organic coffee, marketing mix, SWOT

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufik, dan Hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "*Strategi Bauran Pemasaran Kopi Organik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember*". Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada program Strata-1 di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. RA. Nora Augustien K., 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. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama pra-pelaksanaan penelitian hingga pasca pelaksanaan penelitian serta dalam kegiatan akademis selama penulis belajar di Fakultas Pertanian.
4. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama pra-pelaksanaan penelitian hingga pasca pelaksanaan penelitian
5. Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si selaku dosen ketua penguji yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi selama pra-pelaksanaan penelitian hingga pasca pelaksanaan penelitian.

6. Prasmita Dian Wijayati, SP., M.Si selaku dosen anggota penguji yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi selama pra-pelaksanaan penelitian hingga pasca pelaksanaan penelitian.
7. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayangnya untuk penulis.
8. Dan pihak-pihak yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih.

Tulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis juga berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi atau rujukan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki topik serupa.

Surabaya, 13 September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Kopi Organik.....	14
2.2.2 Konsep Pemasaran.....	18
2.2.3 Bauran Pemasaran	21
2.2.4 Analisis SWOT	36
2.3 Kerangka Pemikiran	40
III. METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Metode Penelitian	41
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	42
3.4 Pengumpulan Data.....	43
3.5 Analisis Data.....	46

3.6	Kerangka Penyelesaian Masalah.....	57
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1	Gambaran Umum	59
4.1.1	Letak Geografis dan Keadaan Wilayah.....	59
4.1.2	Profil Umum Kelompok Tani Sidomulyo 1	62
4.2	Bauran Pemasaran Usaha Kopi Organik di Kelompok Tani Sidomulyo 1	68
4.3	Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Kopi Organik di Kelompok Tani Sidomulyo 1	77
4.3.1	Identifikasi Faktor Internal Kekuatan	77
4.3.2	Identifikasi Faktor Internal Kelemahan	88
4.3.3	Identifikasi Faktor Eksternal Peluang	98
4.3.4	Identifikasi Faktor Eksternal Ancaman	103
4.4	Analisis Matriks IFE dan EFE.....	108
4.4.1	Analisis Matriks IFE.....	109
4.4.2	Analisis Matriks EFE	112
4.5	Formulasi Strategi Pemasaran Usaha Kopi Organik di Kelompok Tani Sidomulyo 1	114
4.6	Analisis Matriks SWOT.....	122
V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	133
5.1	Kesimpulan	133
5.2	Saran	134
	DAFTAR PUSTAKA.....	135
	LAMPIRAN	145

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Model dari Proses Marketing.....	21
2.	Bauran Pemasaran 4P	23
3.	Elemen Marketing Mix	24
4.	Ilustrasi Saluran Distribusi	32
5.	Kerangka Pemikiran	40
6.	Diagram Analisis SWOT	55
7.	Kerangka Pemecah Masalah	57
8.	Peta Wilayah Kabupaten Jember.....	60
9.	Desa Sidomulyo.....	61
10.	Struktur Organisasi Kelompok Tani Sidomulyo 1	64
11.	Promosi pada saat kegiatan Expo	73
12.	Lokasi dan Desain Interior Ruang Tamu Kelompok Tani Sidomulyo 1	75
13.	Sertifikat Organik Kelompok Tani Sidomulyo 1	78
14.	Penghargaan Anggota Kelompok Tani Sidomulyo 1	80
15.	Pupuk Kompos Kelompok Tani Sidomulyo 1	83
16.	SOP Kelompok Tani Sidomulyo	85
17.	Pertemuan Rutin Tiap Bulan Kelompok Tani Sidomulyo 1.....	86
18.	Peta Sebaran Kebun Organik Kelompok Tani Sidomulyo 1	91
19.	Bukti Promosi Penjualan Melalui Media Sosial.....	93
20.	Produk Green Bean dan Roasted Bean Kopi Organik Kelompok Tani Sidomulyo 1	95
21.	Tanaman Kopi Tua dan Tanaman Kopi Mudah.....	97
22.	Hasil Diagram SWOT	123
23.	Panduan Membuat Akun Shopee	124
24.	Panduan Metode Pendaftaran Akun Shopee	125
25.	Panduan Metode Konfirmasi Kode Verifikasi.....	125
26.	Panduan Melakukan Penjualan di Shopee	126

27.	Akun Toko Shopee	127
28.	Panduan Mengunggah Produk.....	127

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Matriks SWOT	39
2.	Matriks IFE	51
3.	Matriks EFE	52
4.	Matriks analisis SWOT	54
5.	Data Penjualan Produk Kopi Organik Kelompok Tani Sidomulyo 1	89
6.	Hasil Matriks IFE Usaha Kopi Oraganik Kelompok Tani Sidomulyo 1	110
7.	Hasil Matriks EFE Usaha Kopi Oraganik Kelompok Tani Sidomulyo 1	112
8.	Hasil Matriks SWOT	114

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Pedoman Wawancara	145
2.	Kuesioner Penelitian Eksternal	148
3.	Kuesioner Skala Likert.....	149
4.	Data Responden Kelompok Tani Sidomulyo 1	151
5.	Jawaban Responden Analisis Faktor Internal.....	152
6.	Jawaban Responden Analisis Faktor Eksternal	153
7.	Sertifikat Organik	154
8.	Laporan Penjualan Kopi Organik	156
9.	Dokumentasi	157
10.	Penelitian Terdahulu.....	158