

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN KOPI LANANG ROBUSTA
MELALUI ANALISIS SWOT DI CV. KOPI CITARASA PERSADA**

SKRIPSI



Oleh:

NABELLA AYU WULANDARI

NPM: 21024010156

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN KOPI LANANG ROBUSTA
MELALUI ANALISIS SWOT DI CV. KOPI CITARASA PERSADA**

SKRIPSI

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



Oleh :
NABELLA AYU WULANDARI
NPM. 21024010156

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

2025

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN KOPI LANANG ROBUSTA
MELALUI ANALISIS SWOT DI CV. KOPI CITARASA PERSADA**

Oleh :

NABELLA AYU WULANDARI

NPM: 21024010156

Telah diterima pada tanggal

19 Juni 2025

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

Dr. Dona Wahyuning Laily, S.P., M.P
NIP. 198308102024212023

Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1 001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Agribisnis

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

STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN KOPI LANANG ROBUSTA MELALUI ANALISIS SWOT DI CV. KOPI CITARASA PERSADA

Oleh :

NABELLA AYU WULANDARI

NPM: 21024010156

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada 19 Juni 2025

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

Dr. Dona Wahyuning Laily, S.P., M.P
NIP. 198308102024212023

Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi
Agribisnis

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

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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nabella Ayu Wulandari
NPM : 21024010156
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan



Nabella Ayu Wulandari
NPM. 21024010156

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih dan karuniaNya saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN KOPI LANANG ROBUSTA MELALUI ANALISIS SWOT DI CV. KOPI CITARASA PERSADA”** ini dengan baik. Penyusunan Skripsi ini dibuat sebagai memenuhi persyaratan akademik bagi setiap mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dalam menyelesaikan program studi (S1).

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari pertolongan Allah SWT, doa orang tua dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Prof. Dr. Ir Sri Tjondro Winarno, MM** selaku dosen pembimbing utama dan **Dr. Dona Wahyuning Laily, S.P., M.P.** selaku dosen pembimbing pendamping penulis yang telah memberikan pengarahan, motivasi, masukan, serta meluangkan waktu dan tenaganya dengan ikhlas dan sabar untuk membimbing penulis.

Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Ahmad Fauzi, MMT., selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, M.M. selaku ketua jurusan Agribisnis.
4. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua Orangtua dan keluarga tercinta yang senang tiasa memberikan dukungan dan doa kepada penulis secara material dan moril skripsi ini dapat selesai dengan baik dan cepat.

6. The Nuruls keluarga serta sahabat yang saya cintai dan saya banggakan (Mutiarra, Rania, Zaskia, Muhimmatul, Fiorentina, Olga, Bunga) yang turut membantu dan memberikan motivasi, kritik, serta saran dalam melaksanakan penyusunan Skripsi.
7. Kepada kedua sahabat saya dari semasa SMA (Nadifa Aulia dan Aisyah Turrodiyah) yang turut serta membantu penulis untuk penyusunan Skripsi ini dan senantiasa memberikan penghiburan kepada penulis pada saat masa – masa pengerjaan penulis.
8. Teman – teman Agribisnis angkatan 2021 yang turut serta membantu saya memberikan motivasi dan masukkan (Ellecia, Iramandha, Renita, Teguh), Gevyima, Alvita, Debora) serta teman agribisnis lainnya yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu - persatu.
9. Teman online saya yang saya cintai dan saya banggakan (Irine dan Keya) yang turut serta memberikan penulis motivasi dan hiburan untuk menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan, penulis mengharapkan masukan positif agar dapat melaksanakan menyusun laporan kuliah kerja profesi ini dengan lebih baik kedepannya.

Surabaya, Juni 2025

Penulis

STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN KOPI LANANG ROBUSTA MELALUI ANALISIS SWOT DI CV. KOPI CITARASA PERSADA

MARKETING DEVELOPMENT STRATEGY OF ROBUSTA LANANG COFFEE THROUGH SWOT ANALYSIS AT CV. KOPI CITARASA PERSADA

Nabella Ayu Wulandari, Sri Tjondro Winarno, dan Dona Wahyuning Laily

ABSTRAK

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang memiliki nilai ekonomi tinggi, khususnya kopi lanang robusta yang memiliki keunikan rasa dan potensi pasar yang luas. Namun, pengembangan pemasaran kopi lanang robusta di CV. Kopi Citarasa Persada, sebuah UMKM di Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan, menghadapi berbagai kendala seperti produksi terbatas, rendahnya kesadaran konsumen, persaingan yang ketat, dan distribusi yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk (1) merumuskan strategi pengembangan pemasaran kopi lanang robusta yang efektif dengan menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan, (2) memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan pengembangan pasar kopi lanang robusta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif melalui pendekatan analisis SWOT dan QSPM. Metode pengumpulan data dari penelitian ini yaitu melalui data primer. Data primer diperoleh langsung oleh peneliti melalui berbagai teknik seperti wawancara, pengamatan langsung, dokumentasi, survei, dan pengisian kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Kopi Citarasa Persada berada dalam posisi mendukung strategi agresif, di mana kekuatan perusahaan seperti memiliki cita rasa unik dan kualitas produk harus dimaksimalkan untuk memanfaatkan peluang pasar kopi *specialty* yang semakin berkembang. Strategi prioritas yang direkomendasikan meliputi penguatan branding, diversifikasi saluran distribusi, pengembangan kemasan yang menarik, serta peningkatan edukasi konsumen mengenai keunggulan kopi lanang robusta. Rekomendasi strategis menekankan kombinasi *market penetration* dan *product development* secara berkelanjutan, dengan perluasan jangkauan melalui kolaborasi bersama *influencer* dan pengembangan varian produk untuk menarik segmen baru. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan perencanaan dan implementasi strategi pemasaran yang tepat, CV. Kopi Citarasa Persada tidak hanya dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha kopi lanang di tingkat lokal, mendorong pertumbuhan UMKM, dan memperkuat posisi kopi lanang robusta di pasar nasional maupun internasional.

Kata Kunci: Kopi Lanang, Robusta, Strategi Pengembangan, SWOT, UMKM, QSPM

ABSTRACT

Coffee is one of Indonesia's leading commodities with high economic value, especially lanang robusta coffee which has a unique flavor and wide market potential. However, the marketing development of robusta lanang coffee at CV. Kopi Citarasa Persada, an MSME in Tukur District, Pasuruan Regency, faces various obstacles such as limited production, low consumer awareness, intense competition, and unoptimal distribution. This study aims to (1) formulate an effective marketing development strategy for lanang robusta coffee by analyzing the company's internal and external conditions, (2) provide recommendations that can improve the market development of lanang robusta coffee. The method used in this research is a qualitative method through SWOT and QSPM analysis approaches. The data collection method of this research is through primary data. Primary data is obtained directly by researchers through various techniques such as interviews, direct observation, documentation, surveys, and filling out questionnaires. The results showed that CV. Kopi Citarasa Persada is in a position to support an aggressive strategy, where the company's strengths such as having a unique taste and product quality must be maximized to take advantage of the growing specialty coffee market opportunities. Recommended priority strategies include strengthening branding, diversifying distribution channels, developing attractive packaging, and increasing consumer education about the advantages of robusta lanang coffee. Strategic recommendations emphasize a combination of market penetration and product development on an ongoing basis, with expansion of reach through collaboration with influencers and development of product variants to attract new segments. The implications of this study indicate that with proper planning and implementation of marketing strategies, CV. Kopi Citarasa Persada can not only increase sales and expand market share, but also have a positive impact on the development of lanang coffee businesses at the local level, encourage the growth of MSMEs, and strengthen the position of robusta lanang coffee in national and international markets.

Keywords: *Development Strategy, Lanang Coffee, MSMEs, Robusta, SWOT, QSPM.*

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	Error!
Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	32
2.2.1 Kopi Robusta.....	32
2.2.2 Kopi Lanang.....	33
2.2.3 Pasca Panen Kopi	37
2.2.4 Strategi Pengembangan Pemasaran.....	46
2.2.5 Matriks IFE, EFE, IE.....	51
2.2.6 Analisis SWOT	54
2.2.7 Matriks QSPM.....	56
2.2.8 <i>Balanced Scorecard</i> (BSC)	58

2.3 Kerangka Pemikiran.....	59
III. METODE PENELITIAN.....	62
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	62
3.2 Metode Penentuan Lokasi	62
3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel.....	63
3.4 Metode Pengumpulan Data	64
3.5 Metode Analisis Data	66
3.5.1 Analisis Data Deskriptif.....	67
3.5.2 Analisis Matriks IFE dan EFE	67
3.5.3 Analisis Matriks IE dan Analisis SWOT	73
3.5.4 Analisis Matriks QSPM	75
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	80
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	82
4.1 Profil Perusahaan.....	82
4.2 Analisis Strategi Pemasaran	85
4.2.1 Matriks IFE dan Matriks EFE.....	85
4.2.2 Matriks IE	91
4.2.3 Analisis SWOT	93
4.3 Strategi Pemasaran Prioritas.....	102
4.4 Implementasi Kinerja Perusahaan.....	117
V. KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN	127

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Lima Sentra Produksi Kopi di Indonesia	3
1.2	Produksi Kopi Wilayah Kecamatan di Kabupaten Pasuruan	5
1.3	Data Harga Penjualan Kopi Lanang per Bulan pada Tahun 2021 - 2024	7
2.1	Klasifikasi Jenis Kopi Lanang	37
2.2	Contoh Matriks IFE	51
2.3	Contoh Matriks EFE	52
2.4	Contoh Analisis SWOT	56
2.5	Contoh Matriks QSPM	57
3.1	Matriks IFE	68
3.2	Matriks EFE	72
3.3	Matriks SWOT	75
3.4	Matriks QSPM dan Faktor Kunci Internal-Eksternal	76
4.1	Hasil Analisis Matriks IFE	85
4.2	Hasil Analisis Matriks EFE	89
4.3	Hasil Analisis SWOT	94
4.4	Hasil Analisis QSPM	105
4.5	Prioritas Strategi Pemasaran Kopi Lanang	108
4.6	Pengukuran <i>Balanced Scorecard</i>	118

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Matriks IE.....	54
2.2	Contoh Diagram Analisis SWOT	55
2.3	Kerangka pemikiran	61
3.1	Kuadran Analisis SWOT.....	75
4.1	Struktur Organisasi CV. Kopi Citarasa Persada	84
4.2	Kuadran Matriks IE	91
4.3	Penentuan Kuadran SWOT	100

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	127
2.	Perhitungan Matriks IFE dan EFE	135
3.	Perhitungan Matriks QSPM	137
4.	Dokumentasi Wawancara	140
5.	Dokumentasi Kegiatan	141
6.	Produk Kopi Lanang Robusta	142