

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA MADAYA COFFEE PARUNG BOGOR

HENDRIZON NAWIPA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada Madaya Coffee Parung Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2024

Hendrizon Nawipa
K14190114

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

HENDRIZON NAWIPA. Analisis Strategi Pemasaran Pada Madaya Coffee Parung Bogor. Dibimbing oleh RETNANINGSIH dan YUDHA HERYAWAN ASNAWI.

Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar didunia. Seiring berjalannya waktu kopi menjadi trend sehingga bisnis kafe dan coffee shop berkembang pesat di kabupaten Bogor Madaya Coffee adalah salah satu diantaranya. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mengidentifikasi strategi pemasaran yang diterapkan di Madaya Coffee, (2) merumuskan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh Madaya Coffee. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks SWOT, dan QSPM. Hasil wawancara dengan pihak Madaya diperoleh sepuluh strategi pemasaran yang di terapkan oleh Madaya Coffee. Hasil analisis menunjukkan Madaya Coffee harus meningkatkan aktivitas mengikuti kegiatan pameran untuk mempromosikan produk serta memperkenalkan produk ke khalayak ramai untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci: madaya coffee, strategi pemasaran, IFE, EFE, SWOT, QSPM.

1 ABSTRACT

HENDRIZON NAWIPA. Marketing Strategy Analysis at Madaya Coffee Parung Bogor. Supervised by RETNANINGSIH and YUDHA HERYAWAN ASNAWI.

Indonesia is the largest coffee producing country in the world. Over time, coffee has become a trend so that cafe and coffee shop businesses have grown rapidly in Bogor Regency. Madaya Coffee is one of them. The purpose of this study is (1) to identify the marketing strategies implemented at Madaya Coffee, (2) to formulate alternative marketing strategies that are right to be implemented by Madaya Coffee. The analysis tools used in this study are the IFE matrix, EFE matrix, SWOT matrix, and QSPM. The results of interviews with Madaya obtained ten marketing strategies implemented by Madaya Coffee. The results of the analysis show that Madaya Coffee must increase its activities in participating in exhibitions to promote products and introduce products to the public to increase sales.

Keywords: Madaya coffee, marketing strategy, IFE, EFE, SWOT, QSPM.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024¹
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, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA MADAYA COFFEE PARUNG BOGOR

HENDRIZON NAWIPA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Bisnis pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada ujian Laporan Akhir:

- 1. Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc.**
- 2. Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada Madaya Coffee Parung Bogor
Nama : Hendrizon Nawipa
NIM : K14190114

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Ir. Retnaningsih, M.Si



Pembimbing 2:
Dr. Drs. Yudha Heryawan Asnawi, MM



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian: 21 Agustus 2024

Tanggal Lulus: 23 Agustus 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan Judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada Madaya Coffee Parung Bogor”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang telah memberikan motivasi, dorongan, bantuan, serta doa kepada penulis hingga akhir penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Ir. Retnaningsih, M.Si dan Dr. Drs. Yudha Heryawan Asnawi, MM sebagai dosen pembimbing skripsi yang mana telah banyak memberikan ilmu, motivasi serta saran saat membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi
2. Pihak Madaya Coffee yang dimana telah mengizinkan penulis melakukan penelitian serta memberikan kelengkapan data yang diperlukan untuk skripsi ini.
3. Para dosen Penguji skripsi dan dosen moderator seminar hasil yang dimana telah memberikan saran, motivasi dan ilmu kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Para dosen, staf, security dan seluruh civitas akademika Departemen Sekolah Bisnis IPB yang telah memberikan dukungan, ilmu serta doa kepada penulis selama berkuliah.
5. Kepada kedua orang tua serta sanak saudara di kampung halaman Papua Tengah yang dimana telah memberikan motivasi serta doa hingga akhir penulisan skripsi ini.
6. Kepada saudara-saudari di tanah rantau ber-uang 56, GBKP permata bogor, ants army 56 IPB, solid 56 IPB, team petani kolonial, imapa IPB, himpunan alumni SB IPB yang dimana telah memberikan motivasi, bantuan, serta saran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Keluarga sekolah bisnis 56, yang telah memberikan dukungan serta menemani penulis selama masa kuliah dan penyusunan skripsi.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Hendrizon Nawipa

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| DAFTAR TABEL | I |
| DAFTAR GAMBAR | II |
| DAFTAR LAMPIRAN | III |
| I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan | 3 |
| 1.4 Manfaat | 3 |
| 1.5 Ruang Lingkup | 3 |
| II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Strategi Pemasaran | 4 |
| 2.2 Analisis Lingkungan Usaha | 4 |
| 2.2.1 Analisis Lingkungan Internal | 4 |
| 2.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal | 6 |
| 2.4 Matriks IFE dan EFE | 9 |
| 2.5 Matriks IE | 9 |
| 2.6 Matriks SWOT | 10 |
| 2.7 Matriks QSPM | 10 |
| 2.8 Kerangka pemikiran teoritis | 11 |
| 2.8.1 Konsep pemasaran | 11 |
| 2.8.2 Strategi Pemasaran | 11 |
| 2.9 Kerangka pemikiran operasional | 12 |
| III METODE | 14 |
| 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian | 14 |
| 3.2 Jenis dan sumber data | 14 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 15 |
| 3.4 Metode penentuan responden | 16 |
| 3.5 Teknik Analisis dan Pengolahan Data | 16 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 22 |
| 4.1 Keadaan umum Perusahaan | 22 |
| 4.2 Identifikasi Strategi Pemasaran di Madaya Coffee | 23 |
| 4.3 Analisis Lingkungan Usaha | 24 |
| 4.3.1 Analisis lingkungan internal | 24 |
| 4.3.2 Analisis lingkungan eksternal | 26 |
| 4.4 Formulasi Strategi - input stage | 29 |
| 4.4.1 Matriks IFE | 30 |
| 4.4.2 Matriks EFE | 31 |
| 4.5 Formulasi strategi - matching stage | 32 |
| 4.5.1 Matriks IE | 32 |
| 4.5.2 Matriks SWOT | 33 |
| 4.6 Formulasi strategi - decision stage | 36 |
| 4.6.1 Matriks QSPM | 36 |



KESIMPULAN DAN SARAN

| | | |
|-----|------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan | 38 |
| 5.2 | Saran | 38 |

| | |
|----------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 39 |
|----------------|----|

| | |
|----------|----|
| LAMPIRAN | 41 |
|----------|----|

| | |
|---------------|----|
| RIWAYAT HIDUP | 50 |
|---------------|----|

Hak Cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| 1. Kerangka pemikiran | 13 |
| 2. Sembilan sel matrik IE (david 2011) | 16 |
| 3. Faktor kunci lingkungan internal madaya coffee. | 26 |
| 4. Faktor kunci lingkungan eksternal madaya coffee | 30 |
| 5. Analisis matriks IFE madaya coffee | 31 |
| 6. Analisis matriks EFE madaya coffee | 32 |
| 7. Matriks IE madaya coffee | 33 |
| 8. Matriks SWOT pada madaya coffee | 35 |
| 9. Matriks QSPM | 37 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| 1. Daerah Penghasil Kopi di Indonesia 2023 | 1 |
| 2. Volume Penjualan Kopi Siap Minum di Indonesia 2019-2023 | 2 |
| 3. Jumlah Kedai Kopi di Kabupaten Bogor 2017-2021 | 2 |
| 4. Sembilan sel matrik IE (david 2011) | 10 |
| 5. Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal/Eksternal | 18 |
| 6. Matriks IFE dan Matriks EFE | 19 |
| 7. . Matriks SWOT (David 2011) | 21 |
| 8. Matriks QSPM | 22 |
| 9. Struktur organisasi madaya coffee | 24 |

DAFTAR LAMPIRAN

| |
|--|
| 1. Persebaran Daerah Penghasil Kopi di Indonesia |
| 2. Volume Penjualan Kopi Siam Minum di Indonesia |
| 3. Jumlah Bisnis Kopi di Kabupaten Bogor |
| 4. Sembilan sel matrik IE (david 2011) |
| 5. Kerangka Pemikiran |
| 6. Jenis dan sumber data |
| 7. .Matriks IFE dan Matriks EFE |
| 8. Matriks SWOT (David 2011) |
| 9. Matriks QSPM |
| 10. Struktur Organisasi |
| 11. Faktor kekuatan dan faktor kelemahan madaya coffee |
| 12. Faktor-faktor kunci lingkungan eksternal madaya coffee |
| 13. Hasil analisis matriks IFE madaya coffee |
| 14. Hasil analisis matriks EFE madaya coffee |
| 15. Hasil Matriks IE madaya coffee |
| 16. Analisis matriks SWOT pada madaya coffee |
| 17. Hasil Matriks QSPM madaya coffee |

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.