



STRATEGI PEMASARAN KOPI SIDIKALANG PADA UD IDA DI KECAMATAN SIDIKALANG

ANDREAS STEVAN NAINGGOLAN



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- 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 mengumumkannya 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 “Strategi Pemasaran Kopi Sidikalang Pada UD IDA di Kecamatan Sidikalang” 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 skripsi ini.

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

Bogor, Oktober 2025

Andreas Stevan Nainggolan
H34190006



ABSTRAK

ANDREAS STEVAN NAINGGOLAN. Strategi Pemasaran Kopi Sidikalang Pada UD IDA di Kecamatan Sidikalang. Dibimbing oleh YUSALINA.

UD IDA merupakan salah satu usaha penggilingan kopi yang ada di kecamatan Sidikalang Sumatera Utara. Peningkatan produksi kopi juga ikut meningkatkan usaha penggilingan kopi di Sidikalang yang membuat peningkatan persaingan usaha serupa meningkat. Meningkatnya persaingan tersebut membuat penjualan tidak stabil sehingga perlu dilakukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan kopi bubuk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui STP dan bauran pemasaran yang digunakan saat ini, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi dan menentukan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh UD IDA. Penelitian ini menggunakan matriks SWOT dalam menentukan strategi pemasaran UD IDA. Terdapat enam strategi yang dihasilkan matriks SWOT dan strategi tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dari UD IDA.

Kata Kunci: Kopi, matriks SWOT, sidikalang, strategi pemasaran

ABSTRACT

ANDREAS STEVAN NAINGGOLAN. Marketing Strategy of Sidikalang Coffee at UD IDA in Kecamatan Sidikalang. Supervised by YUSALINA

UD IDA is one of the coffee grinding businesses in the Sidikalang subdistrict of North Sumatra. Increased coffee production has also boosted the coffee grinding business in Sidikalang, leading to increased competition among similar businesses. This increased competition has caused sales to become unstable, necessitating the implementation of appropriate marketing strategies to increase sales of ground coffee. This study aims to identify the STP and marketing mix currently used, analyze the factors that influence and determine the marketing strategies that can be applied by UD IDA. This study uses a SWOT matrix to determine UD IDA's marketing strategy. There are six strategies generated by the SWOT matrix, and these strategies can be used to increase sales for UD IDA.

Keywords: Coffee, marketing strategy, SWOT matrix, sidikalang



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 2025

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.



STRATEGI PEMASARAN KOPI SIDIKALANG PADA UD IDA DI KECAMATAN SIDIKALANG

ANDREAS STEVAN NAINGGOLAN

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

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



Tim Penguji pada Ujian Skripsi:
1. Tintin Sarianti, SP, MM
2. Ir. Narni Farmayanti, M.Sc

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 : Strategi Pemasaran Kopi Sidikalang Pada UD IDA di Kecamatan Sidikalang
Nama : Andreas Stevan Nainggolan
NIM : H34190006

@Hak cipta milik IPB University

Pembimbing:
Dr. Yusalina, M.Si

Disetujui oleh



Diketahui oleh

Ketua Departemen:
Dr. Ir. Burhanuddin, M.M
NIP. 196802151999031001



PRAKATA

Segala puji dan syukur hanya kepada Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menuntun serta memberkati penulis dalam setiap keadaan sehingga skripsi ini berhasil di selesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan agustus 2023 sampai agustus 2025 ini ialah strategi pemasaran sebuah produk pada skala UMKM, dengan judul “Strategi Pemasaran Kopi Sidikalang Pada UD IDA di Kecamatan Sidikalang”. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Dr. Yusalina, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing dan banyak memberi saran, masukan serta motivasi dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Ir. Netti Tinaprilla M.M. selaku dosen evaluator pada kegiatan seminar proposal dan Al-May Abyan Izzy Burhani, S.E, M.Si selaku dosen moderator pada kegiatan seminar hasil yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran serta masukan dalam penyempurnaan skripsi penulis.
3. Ir. Narni Farmayanti, M.Sc dan Tintin Sarianti, SP, MM selaku dosen penguji pada kegiatan ujian sidang yang telah meluangkan waktu dan memberikan kritik, saran serta masukan untuk menyempurnakan skripsi penulis.
4. Bapak M. Aritonang dan istri selaku pemilik dan manajer operasional UD IDA sebagai objek penelitian yang telah memberikan kesempatan dan informasi terkait data lapangan kepada penulis.
5. Horas Nainggolan, S.Pd, M.Si dan Asnawita Siahaan S.Pd selaku orang tua yang telah sabar mendidik, membesarkan dan memberikan cinta kasih dan doanya kepada penulis serta kakak-kakak penulis yang telah memberikan dukungan motivasi, memberikan kasih sayang serta dukungan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi hingga skripsi ini dapat selesai.
6. Ayat Alkitab yang menjadi penyemangat dan penghiburan yaitu Filipi 4:13, “Segala perkara dapat kutanggung didalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”
7. Teman-teman terdekat penulis baik teman kuliah, kkn hingga teman yang ada di Medan yang terus memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
8. Rekan-rekan satu bimbingan yang berjuang bersama-sama dalam penyelesaian tugas akhir.
9. Seluruh dosen, staf, dan civitas akademik Departemen Agribisnis IPB yang telah memberikan ilmu selama menempuh pendidikan.
10. Rekan-rekan Agribisnis 56 atas segala momen kebersamaan yang diberikan selama masa perkuliahan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Oktober 2025

Andreas Stevan Nainggolan

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	x
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kopi.....	7
2.2 Penentuan Lingkungan Internal dan Eksternal	7
2.3 Perumusan Strategi Pemasaran	8
III. KERANGKA PEMIKIRAN	9
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	9
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	13
IV. METODE PENELITIAN	15
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
4.2 Jenis dan Sumber Data	15
4.3 Metode Pengumpulan Data	15
4.4 Metode Analisis Data	16
V. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	18
5.1 Sejarah Singkat Perusahaan	18
5.2 Profil Perusahaan	18
5.3 Proses Produksi	19
5.4 Struktur Organisasi	19
VI. PEMBAHASAN	20
6.1 Analisis Lingkungan Internal	20
6.2 Faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan	24
6.3 Analisis Lingkungan Eksternal	28
6.4 Faktor peluang dan ancaman perusahaan.....	32
6.5 Perumusan Strategi.....	37
VII SIMPULAN DAN SARAN.....	43
7.1 Simpulan	43
7.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
RIWAYAT HIDUP.....	48