

**STRATEGI PEMASARAN KOPI BUBUK IKM HARAPAN
BARU KELURAHAN BUMI AGUNG KECAMATAN DEMPO
UTARA KOTA PAGARALAM
(Pendekatan Matriks IFE,EFE dan SWOT)**

Oleh

NIA RAHMATIAH



FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

PALEMBANG

2023

**STRATEGI PEMASARAN KOPI BUBUK IKM HARAPAN
BARU KELURAHAN BUMI AGUNG KECAMATAN DEMPO
UTARA KOTA PAGARALAM
(Pendekatan Matriks IFE,EFE dan SWOT)**

**Oleh
NIA RAHMATIAH**

**SKRIPSI
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian**

**Pada
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

PALEMBANG

2023

Motto:

“Ketika Kamu Melibatkan Semua Urusanmu Kepada Allah SWT, Percayalah Tidak Ada Yang Tidak Mungkin”.

Dengan Rahmat Allah SWT, Skripsi ini Aku Persembahkan Kepada:

- *Kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Darin dan Ibunda Elli Diarti yang telah mebesarkanku dengan penuh kasih sayang dan selalu mendoakan keberhasilanku. Terimakasih atas jerih payah dan usahamu untukku selama ini.*
- *Kedua Pembimbingku: Bapak Rahmat Kurniawan, S.P.,M.Si dan Ibu Innike Abdillah Fahmi, S.P.,M.Si, terimakasih atas bimbingannya selama ini.*
- *Saudara/i: Yessi Nopriani ayuk kandungku, dan Alla Deni kakak iparku. Serta Keponakanku Al- Arka Nuzhaahir dan Abiyan Attalah. Karena telah memberikanku semangat, hiburan dan motivasi untuk menyelesaikan Skripsi ini.*
- *Kepada Semua Teman Seperjuangan Mahasiswa Agribisnis 2019.*
- *Almamaterku Tercinta.*

RINGKASAN

NIA RAHMATIAH “Strategi Pemasaran Kopi Bubuk IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam. (Pendekatan Matriks IFE, EFE dan SWOT). Dibimbing Oleh Bapak **RAHMAT KURNIAWAN** dan Ibu **INNIKE ABDILLAH FAHMI**.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran kopi bubuk IKM Harapan Baru di Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam, untuk menganalisis strategi pemasaran kopi kopi bubuk IKM Harapan Baru di Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam pada bulan Januari sampai bulan Maret 2023. Metode penelitian yang digunakan adalah survey. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah *Instrument Nonprobability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Dimana pelaku dalam penelitian ini hanya Narasumber saja sebagai sampelnya atau pemilik IKM Harapan Baru. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi langsung kepada narasumber dengan menggunakan alat bantu berupa daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya. Metode pengolahan data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan 4 bauran pemasaran IKM Harapan Baru, Produk IKM Harapan Baru memiliki dua jenis kemasan yaitu kemasan dari alumnifoil dan kemasan dari bambu. Tempat atau lokasi IKM Harapan Baru ini di Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam, untuk harga produk IKM Harapan Baru mulai dari Rp. 25.000 – Rp. 100.000. Promosi yang dilakukan IKM Harapan Baru melalui social media dan acara seperti pameran. Strategi yang akan digunakan IKM Harapan Baru dengan pendekatan matriks IFE, EFE dan SWOT adalah strategi mendukung strategi agresif. Dimana strategi ini sangat menguntungkan bagi perusahaan. Dan menghasilkan 4 strategi alternatif, yaitu SO memberikan kualitas produk kopi bubuk, dan mempertahankan kualitas kopi bubuk. Menjaga kestabilan harga produk. Membuat inovasi olahan produk. ST melakukan terobosan olahan produk, mempertahankan rasa dan bentuk tampilan produk. WT memanfaatkan media social dengan baik untuk mempromosikan produk. Mengajukan permohonan sertifikat halal.WO menjamin kualitas kopi bubuk IKM Harapan Baru dan memperbaiki kemasan yang belum memenuhi standar SNI.

SUMMARY

NIA RAHMATIAH “Marketing Strategy for IKM Powdered Coffee IKM Baru, Bumi Agung Village, North Dempo District, Pagaram City. (Matrix approach IFE, EFE dan SWOT). Supervised by Mr. **RAHMAT KURNIAWAN** and Mrs. **INNIKE ABDILLAH FAHMI**.

This study aims to analyze the marketing mix of IKM Harapan Baru ground coffee in Bumi Agung Village, North Dempo District, Pagaram City, to analyze the marketing strategy for IKM Harapan Baru ground coffee in Bumi Agung Village, Dempo Utara District, Pagaram City. This research was conducted in Bumi Agung Village, North Dempo District, Pagaram City from January to March 2023. The research method used was a survey. The sampling method used is Instrument Nonprobability Sampling with Purposive Sampling technique. Where the actors in this study were only resource persons as samples or owners of Harapan Baru IKM. The data collection methods used in this study were interviews, observation and direct documentation of the informants using a tool in the form of a list of questions that had been prepared beforehand. Data processing methods used are data reduction, data presentation, drawing conclusions and verification. The data processing and analysis method used is descriptive qualitative analysis. The results of this study indicate that the 4 marketing mixes of Harapan Baru IKM, Harapan Baru IKM products have two types of packaging, namely packaging made of alumnifoil and packaging made of bamboo. The place or location of this Harapan Baru IKM is in the Bumi Agung Village, Dempo Utara District, Pagaram City, for the price of Harapan Baru IKM products starting from Rp. 25,000 – Rp. 100,000. Promotions carried out by IKM Harapan Baru through social media and events such as exhibitions. The strategy that will be used by IKM Harapan Baru with the IFE, EFE and SWOT matrix approach is a strategy to support an aggressive strategy. Where this strategy is very profitable for the company. And produce 4 alternative strategies, namely SO providing quality ground coffee products, and maintaining the quality of ground coffee. Maintain product price stability. Making product innovations. ST made a breakthrough in product processing, maintaining the taste and appearance of the product. WT makes good use of social media to promote products. Apply for a halal certificate. WO guarantees the quality of IKM Harapan Baru ground coffee and repairs packaging that does not meet SNI standards.

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN KOPI BUBUK IKM HARAPAN
BARU KELURAHAN BUMI AGUNG KECAMATAN DEMPO
UTARA KOTA PAGARALAM
(Pendekatan Matriks IFE,EFE dan SWOT)**

Oleh
Nia Rahmatiah
412019048

Telah dipertahankan pada ujian 28 Juli 2023

Pembimbing Utama,

Rahmat Kurniawan, SP.,M.Si

Pembimbing Pendamping,

Innike Abdillah Fahmi, SP., M.Si

Palembang, 05 September 2023

Dekan

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Palembang



Ir. Rosmiah, M.Si

NIDN/NBM. 0003056411/913811

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Rahmatiah
Tempat/Tanggal Lahir : Desa Jenti'an, 18 Juli 2000
Nim : 412019048
Program Studi : Agribisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang

Menyatakan Bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya dan disusun sendiri dengan sungguh-sungguh serta bukan merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi pembatalan skripsi ini dan segala konsekuensinya.
2. Saya bersedia untuk menanggung segala bentuk tuntutan hukum yang mungkin timbul jika terjadi pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
3. Memberikan hak kepada Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk menyimpan di media secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 21 Juli 2023



(Nia Rahmatiah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan ridho-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Kopi Bubuk IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam (Pendekatan Matriks IFE,EFE dan SWOT)”**, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan dan bimbingan untuk mendukung kelancaran dalam penulisan skripsi ini. Dan lebih khusus, penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Rahmat Kurniawan, S.P.,M.Si selaku pembimbing utama atas bimbingan, motivasi, kesediaan waktu dan dukungannya dalam menyelesaikan penulisan skripsi dan Ibu Innike Abdillah Fahmi, S.P., M.Si selaku pembimbing pendamping atas bimbingan, motivasi, kesediaan waktu dan dukungannya dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik lagi. Semoga Allah SWT membalas semua amal baik kita. Aamiin.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

RIWAYAT HIDUP

NIA RAHMATIAH, dilahirkan di Desa Jenti'an pada tanggal 18 Juli 2000 merupakan putri ke 2 dari 2 bersaudara dari Ayahanda Darin dan Ibu Elli Diarti.

Pendidikan Sekolah Dasar telah dilaksanakan pada tahun 2012 di SD Negeri 15 Pajar Bulan, Sekolah Menengah Pertama Pada Tahun 2015 di SMP Negeri 1 Suka Merindu, dan Sekolah Menengah Atas Tahun 2018 di SMA Negeri 1 Kota Pagaram. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang Program Studi Agribisnis.

Pada bulan Januari sampai Maret 2022 Penulis mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN VII Perkebunan Teh Kota Pagaram.

Pada bulan Juli sampai Agustus 2022 Penulis mengikuti kuliah kerja nyata (KKN) Angkatan 58 di Desa Tanjung Dayang Selatan Kecamatan Indralaya Selatan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan.

Pada bulan Januari sampai Februari 2023 Penulis melaksanakan penelitian tentang Strategi Pemasaran Kopi Bubuk IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaram (Pendekatan Matriks IFE,EFE dan SWOT) di Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaram.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis	8
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Gambaran Umum Tanaman Kopi	17
2.2.2 Konsepsi Pemasaran dan Bauran Pemasaran	18
2.2.3 Konsepsi Strategi Pemasaran	20
2.2.4 Konsepsi <i>IFE</i> dan <i>EFE</i>	21
2.2.5 Konsepsi SWOT	25
2.3 Model Pendekatan.....	28
2.4 Batasan Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	29
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Tempat dan Waktu	31
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Metode Penarikan Contoh.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	34
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Gambaran Umum IKM Harapan Baru	39
4.1.2 Identitas Narasumber	40

4.1.3 Bauran Pemasaran Kopi Bubuk IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam	41
4.1.4 Strategi pemasaran kopi bubuk IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam	44
4.2 Pembahasan	51
4.2.1 Bauran Bauran Pemasaran Kopi Bubuk IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam.....	51
4.2.2 Strategi pemasaran kopi bubuk IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam	53
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Produksi Kopi di Indonesia pada Tahun 2017-2021	2
2. Luas lahan dan Produksi Kopi di Kota Pagaralam berdasarkan Kecamatan Kota pagaralam pada Tahun 2020.....	4
3. Penjualan dan Produksi bubuk kopi IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kota Pagaralam Pada Tahun 2015-2021 .	5
4. Penelitian Terdahulu Yang Sejenis	12
5. Analisis SWOT	27
6. Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran IKM Harapan Baru.....	38
7. Daftar Harga Kopi Bubuk IKM Harapan Baru kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota pagaralam	42
8. Daftar Harga Kopi Bubuk Kemasan Bambu IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam	42
9. Faktor Internal dan Eksternal IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam	48
10. Analisis SWOT IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Diagram <i>IFE</i> dan <i>EFE</i>	24
2. Diagramatik Strategi Pemasaran Kopi Bubuk IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kota Pagaram	28
3. Diagram <i>IFE</i> dan <i>IFE</i> Pada Strategi Pemasaran IKM Harapan Baru	37
4. Kemasan Produk Kopi Bubuk IKM Harapan baru	41
5. Promosi IKM Harapan Baru Melalui Akun <i>social media</i> dan Pameran	43
6. Diagram <i>IFE</i> dan <i>EFE</i> Pada Strategi Pemasaran IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaram	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam	60
2. Identitas Narasumber IKM Harapan Baru	61
3. Hasil wawancara dengan Narasumber IKM Harapan Baru	62
4. Dokumentasi Penelitian di IKM Harapan Baru	67
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	70

BAB. I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai salah satu Negara penghasil atau produsen kopi dan pengeksport kopi terbesar ke empat di dunia. Kopi menjadi salah satu sumber pendapatan masyarakat yang sangat menjanjikan dan berpotensi menjadi komunitas penyumbang devisa bagi Indonesia melalui ekspor. Kopi menjadi salah satu sumber penghasil masyarakat serta menciptakan lapangan pekerjaan.

Perkembangan tanaman kopi di Indonesia dimulai sejak abad ke 16 pada tahun 1711 yang saat itu Indonesia masih dalam kekuasaan penjajah Belanda, kopi yang dikembangkan saat itu berjenis arabica untuk perkembangan kopi jenis robusta dimulai pada tahun 1900. Khusus untuk kota Pagaralam kopi mulai berkembang pada sekitar tahun 1718 yang diharapkan dapat mendorong perkembangan ekonomi pedesaan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tanaman kopi merupakan tanaman perkebunan yang bernilai ekonomis cukup tinggi, Tanaman tahunan ini dapat dipanen buahnya pertama kali pada umur 2,5 - 3 tahun tergantung dengan keadaan alam dan iklimnya. Dari buah tanaman kopi tersebut dapat diolah menjadi bubuk kopi yang nantinya akan menjadi bahan dasar minuman kopi, pohon dari tanaman kopi jika sudah berusia tua dan berukuran besar dapat dimanfaatkan sebagai bahan untuk membuat furniture seperti kursi, meja dan lemari hias dengan nilai ekonomis yang cukup tinggi,

Kopi termasuk produk unggulan dikarenakan kopi banyak peminatnya dan dimana kopi juga banyak manfaatnya untuk kesehatan. Kopi adalah salah satu komoditas paling laris di pasar dunia. Bahkan di krisis perang dagang Amerika dengan China saat ini, peluang ekspor komoditas ini makin terbuka lebar. Seiring dengan produktivitas yang naik, pemerintah juga tengah mencanangkan hilirisasi perkebunan kopi ke depannya, Indonesia tidak hanya menjual barang mentah, namun barang jadi. Hilirisasi, selain meningkatkan nilai jual produk, juga bisa menyerap tenaga kerja dan mensejahterakan petani melalui korporasi petani sehingga nantinya mereka bisa punya saham di industri.

Indonesia adalah salah satu Negara produksi kopi yang paling banyak dari tahun ketahun selalu meningkat hasil produksinya. Berdasarkan badan statistik selama periode 2017 hingga 2021, secara rata-rata pertumbuhan produksi kopi di Indonesia meningkat 2,75% dari tahun sebelumnya. Hal tersebut ditandai dengan tersebarnya industri kopi yang pada akhirnya akan meningkatkan permintaan kopi juga dapat dikatakan bahwa kopi memiliki peluang besar untuk dikembangkan. Produksi kopi di Indonesia akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk di Indonesia. Peningkatan produksi kopi di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi kopi di Indonesia pada tahun 2017-2021.

No.	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
1.	2017	1.238.598	716.1
2.	2018	1.252.826	756.0
3.	2019	1.245.358	752.5
4.	2020	1.242.748	753.9
5.	2021	1.249.615	774.6

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022.

Berdasarkan Tabel 1. Dapat dilihat bahwa produksi kopi di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar 774,6 ton. Hal ini dapat kita lihat luas lahan yang dimiliki tidak cukup luas, Namun, walaupun luas lahan yang dimiliki menurun produk kopi pada tahun 2021 meningkat. Meningkatnya produksi kopi di Indonesia umumnya dikarenakan menggunakan bibit unggul, teknik budidaya yang tepat serta maksimalnya sarana dan prasarana yang mendukung. Dengan demikian hal ini dapat mengakibatkan jumlah produksi kopi di Indonesia meningkat.

Strategi pemasaran sangat berperan penting didalam dunia bisnis yaitu untuk meningkatkan nilai ekonomi perusahaan. Harga barang dan jasa menjadi bertambah nilainya akibat pemasaran yang tepat sasaran. Ada 3 faktor yang mempengaruhi harga barang dan jasa, yaitu produksi, pemasaran, dan konsumsi. Tujuan dari strategi pemasaran ini membantu meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran sehingga lebih efektif dan mampu mencapai

target dengan mudah. Mengembangkan kemampuan bisnis agar mudah beradaptasi. Dan dasar pemikiran untuk mengambil keputusan pemasaran. (Arbi Ardiansyah,2017).

Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi sentra produksi kopi nasional yang memiliki luas area kopi tercatat pada tahun 2020 adalah seluas 250.305 hektar yang tersebar di beberapa kabupaten dataran tinggi sumatera selatan meliputi OKU Selatan, Empat Lawang, Muara Enim, Lahat Dan Kota Pagaralam. Dengan luas lahan ini para masyarakat memanfaatkan lahan untuk penanaman kopi, dikarenakan tanah yang dimiliki sangat cocok untuk penanaman kopi. Sumatera Selatan menempati urutan teratas sebagai produsen kopi terbesar di Indonesia sebesar 201.4 ribu Ton posisi kedua ditempati Lampung dengan produksi kopi sebesar 118 ribu Ton. Jenis-jenis kopi di Sumatera selatan adalah kopi robusta dan Arabica. (Dinas Pertanian Sumsel,2022).

Pagaralam terkenal dengan produksi perkebunan kopi yang mempunyai luas lahan yang cukup besar yaitu 8.327 hektar tercatat pada tahun 2022. (BPS Sumsel,2022). Sebagian besar penduduk atau masyarakat Pagaralam bermata pencarian sebagai petani kopi, tidak sedikit masyarakat yang meningkatkan kesejahteraan hidupnya melalui bercocok tanam kopi. Dimana tanah yang dimiliki oleh kota ini sangat subur dan cocok untuk pertumbuhan kopi. Pada dasarnya Jenis kopi yang ditanam didaerah ini ada dua yaitu jenis kopi robusta dan Arabica, tetapi kebanyakan jenis kopi yang ditanam didaerah ini adalah kopi robusta. Hal ini disebabkan karena kopi jenis ini mudah dibudidayakan dan cocok didataran tinggi, tahan terhadap penyakit, dan permintaan terhadap kopi ini juga lebih banyak dibandingkan dengan kopi Arabica. Kopi pagaralam adalah salah satu kopi yang paling digemari oleh penduduk di wilayah Sumatera Selatan. Kecamatan Di kota Pagaralam terbagi menjadi 5 yakni Dempo Selatan, Dempo Tengah, Dempo Utara, Pagaralam Selatan dan Pagaralam Utara. Daerah penghasil kopi terbesar di Kota Pagaralam adalah kecamatan Dempo Tengah dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Lahan dan Produksi Perkebunan Kopi di kota Pagaram
berdasarkan Kecamatan Kota Pagaram Pada Tahun 2020.

No.	Nama Kecamatan	Luas Lahan Perkebunan (Ha)	Hasil Perkebunan (Ton)
1.	Dempo Selatan	1.180.25	1.811.68
2.	Dempo Tengah	2.560.26	3.930.02
3.	Dempo Utara	2.459.00	3.774.59
4.	Pagar Alam Selatan	1.047.24	1.607.51
5.	Pagar Alam Utara	1.080.25	1.658.20
	Jumlah	8.327.00	12.782.00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Pagar Alam, 2022.

Berdasarkan Tabel 2. luas lahan dan produksi perkebunan kopi yang ada di 5 Kecamatan Kota Pagaram tahun 2020 yang paling besar terdapat di Kecamatan Dempo Tengah dengan luas 2560,26 ha dan jumlah produksi 3930,02. Artinya luas lahan juga mempengaruhi produksi kopi di Kecamatan Dempo Tengah. Produksi kopi yang besar tersebut menunjukkan bahwa cukup banyak penduduk di Kecamatan Dempo Tengah bergantung pada tanaman kopi.

Kecamatan Dempo Utara sebagai penghasil produksi kopi kedua terbesar di salah satu kota Pagaram didukung juga dengan luas lahan cukup besar. Di Dempo Utara terdapat salah satu usaha pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk yaitu IKM Harapan Baru. Usaha IKM Harapan Baru ini dimiliki oleh ibu Nisdiarti yang berdiri pada tahun 2015. Berawal dari harga biji kopi mengalami penurunan harga, sehingga untuk meningkatkan harga jual kopi dilakukan pengolahan kopi bubuk. Bahan baku kopi bubuk ini berasal dari usaha sendiri atau kebun sendiri. Dengan cara pemanenan petik merah, maksud dari petik merah ini pemanenan kopi dilakukan setelah kopi benar-benar matang atau berwarna merah dan memisahkan antara kopi yang masih hijau agar tidak menyebabkan rusaknya kualitas kopi olahan. Hal ini dilakukan agar biji kopi yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik sehingga dapat dijual dengan harga yang tinggi. Pangsa pasar IKM Harapan Baru masih ada disekitar kota pagaram.

Bauran pemasaran sendiri merupakan hasil kolaborasi 4 unsur, yang terdiri atas produk, harga, tempat, dan promosi atau dikenal dengan 4P (*product, price,*

place, dan promotion). Keempat tersebut memiliki peran dan fungsi yang berbeda, tetapi keempat unsur tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain karena berperan penting dalam bauran pemasaran. (Kotler dan Fox, 2013). Bauran pemasaran bertujuan untuk membangun merek dan mencapai target penjualan yang diinginkan pada IKM Harapan Baru. Hasil penjualan dan produksi IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kota Pagaram ini Dapat dilihat pada Tabel 3. pada tahun 2015-2021.

Tabel 3. Penjualan Dan Produksi bubuk kopi IKM Harapan Baru Kota Pagaram Pada Tahun 2015 - 2021.

No.	Tahun	Produksi (Kg)	Penjualan (Kg)
1.	2015	370	250
2.	2016	480	300
3.	2017	600	400
4.	2018	750	550
5.	2019	968	700
7.	2020	1.287	950
8.	2021	1.950	1.050

Sumber: Arsip IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kota Pagaram, 2022.

Berdasarkan Tabel 3. Dilihat pada tabel penjualan dan produksi diatas dapat kita ketahui bahwa jumlah produksi kopi bubuk IKM Harapan Baru meningkat setiap tahunnya. Bahan baku IKM Harapan Baru ini berasal dari kebun sendiri namun masyarakat mulai sadar akan adanya harga kopi yang naik sehingga mereka menjual ke IKM Harapan Baru. Kemasan yang dimiliki kopi bubuk IKM Harapan Baru tersedia 3 kemasan yang isinya berbeda gram 200 gram dengan harga 25.000, 500 gram dengan harga 50.000, 1000 gram dengan harga 100.000. Keawetan pada kopi bubuk IKM Harapan Baru ini bisa sampai dengan 1 tahun asal tidak kedap udara. Jenis kopi bubuk IKM Harapan Baru ini yaitu kopi robusta atau cab merah lesung yang terbuat dari biji kopi pilihan diproduksi secara modern dari kebun sendiri tanpa bahan kimia. Kelebihan atau kualitas yang dimiliki IKM Harapan Baru ini yaitu nilai jual kualitasnya bagus, diproduksi secara modern dan higienis, memiliki kemasan yang menarik yang berciri khas

kopi bubuk cap lesung merah dan gunung dempo kota Pagaralam. Penjualan kopi bubuk di IKM Harapan baru ini sebatas di kota pagaralam. Untuk penjualannya belum terpenuhi setiap tahunnya dikarenakan kopi bubuk IKM Harapan Baru ini susah untuk memasuki pasar karena adanya pesaing yang lain.

Pemasaran kopi bubuk ini masih dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan informasi dalam memasarkan produk kopi bubuk tidak secara maksimal. Kendala dalam memasarkan produk adalah persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan sejenis maupun perusahaan dengan produk substitusinya membuat kondisi IKM Harapan Baru sulit memasuki pasar. Hal ini merupakan salah satu masalah yang selalu dihadapi oleh perusahaan. Perbandingan antara jumlah produksi dengan jumlah penjualan tiap tahunnya selalu mengalami ketimpangan, dimana jumlah penjualan selalu lebih rendah daripada jumlah produksi. Artinya, perusahaan belum mampu memasarkan produknya sesuai dengan target produksi. Perbedaan nilai ini selalu terjadi dari tahun ke tahun yang juga merupakan suatu permasalahan yang dihadapi perusahaan dalam bidang pemasaran. Sehingga memerlukan strategi pemasaran dalam suatu produk IKM Harapan Baru. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik ingin meneliti mengenai: **“Strategi Pemasaran Kopi Bubuk IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam (Pendekatan Matriks IFE, EFE dan SWOT)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran pemasaran kopi bubuk IKM Harapan Baru di Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam?
2. Bagaimana strategi pemasaran kopi bubuk IKM Harapan Baru di Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam?

1.3 Tujuan Dan Manfaat

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bauran pemasaran kopi bubuk IKM Harapan Baru di Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam.
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran kopi bubuk IKM Harapan Baru di Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, berguna untuk menambah pengetahuan serta wawasan dan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bagi peneliti lain, sebagai referensi dalam penelitian yang sejenis
3. Bagi petani, upaya untuk meningkatkan harga hasil panen kopi dari petani.
4. Bagi pemerintah, IKM memiliki peran yang cukup strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Achmadi, C. N. 2015. Metodologi penelitian / Cholid Narbuko & H. Abu Achmadi. Jakarta : Bumi Aksara, 1999.
- Aflahawan, M. 2018. Strategi Pemasaran Bubuk Kopi UD. Teko Lampung Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Tesis .
- Adithia, S., Jaya, P., 2021. Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi.
- Anjelina, B. 2015. Skripsi. Strategi Pemasaran Olahan Kopi Bubuk di UMKM Ya-Sam Desa Bocek .
- Arbi, A. 2017. Skripsi. Strategi Pemasaran Kopi Siap Saji (Studi Kasus Kedai Kopi"Teori" Di Kota Makassar) .
- Arikunto, S., 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Armiani, Dkk. 2021. Sertifikat Halal Menjadi Strategi Pemasaran Bagi UMKM Nomuslim Dalam Meningkatkan Penjualan.
- Assauri, S. 2007. In Konsepsi Pemasaran Pada Perusahaan. Jakarta.
- Badowi, A. 2022. Matriks Analisis EFE dan IFE Faktor Eksternal dan Internal Perusahaan. Bekasi.
- BPS Indonesia [Badan Pusat Statistik Indonesia]. Produksi Kopi di Indonesia Pada Tahun 2017-2021. 2022. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- BPS Kota Pagaralam [Badan Pusat Statistik Kota Pagaralam]. 2022. Luas Lahan dan Produksi Perkebunan Kopi di Kota Pagaralam Berdasarkan Kecamatan Kota Pagaralam Pada Tahun 2021. Badan Pusat Statistik Kota Pagaralam.
- David, F. R. 2015. Strategic Management Perusahaan. In England, Global Edition. Perpustakaan Nasional RI.
- Dinas Perkebunan Sumatera Selatan. 2022. Luas Lahan Kopi Di Sumatera Selatan Pada Tahun 2021. Dinas Pertanian Sumatera Selatan.
- Dinas Perkebunan Sumatera Selatan. 2022. Produksi Kopi Di Sumatera Selatan Pada Tahun 2021. Dinas Perkebunan Sumatera Selatan.
- Dewi, O. S. 2016. Skripsi. Strategi Pemasaran Kopi pada Perusahaan Kopi Banyuatis .

- Dodi, S. 2022. Strategi Pemasaran Pada Cafe Van Ommen Coffee Shop Manado Analisis SWOT
- Dwi, I. K. 2015. Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Lumbung Mas Kelurahan Beng Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar .
- Estebeg. 2002. Metode Pengumpulan Data Melalui Wawancara .
- Fandi Ahmad, d. A. 2021. Pengabdian Kepada Masyarakat. Pendekatan SWOT Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Sdm Di PT X .
- Habibullah. 2019. Skripsi. Strategi Pemasaran Bubuk Kopi Arabika Gayo Specialty Di Redje Kupi (Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah) .
- Habillah. 2017. Melakukan Promosi Dengan Baik Untuk Meningkatkan Pelanggan Atau Konsumen.
- Hartono,S. 2017. Kualitas Produk Sangat Berpengaruh Dengan Pemasaran Atau Penjualan Produk.
- Kamal,U. 2008. Kualitas Produk Sebagai Faktor Penting Dalam Pemasaran Ekspor Pada PT. Eurogate Indonesia.
- Khotler, A. 2008. Manajemen Pemasaran, edisi tiga belas, terjemahan bob. Jakarta Erlangga.
- Khotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta PT Indeks.
- Khotler,Fox.2013. Bauran Pemasaran Dengan Menggunakan 7P
- Mare,T. 2021. Skripsi. Strategi Pemasaran Olahan Kopi Bubuk di UMKM Ya-Sam Desa Bocek .
- Nila, W. 2021. skripsi. Bauran Pemasaran Pada Usaha Kopi Punik Sumbawa Di Dusun Punik Desa Batudulang Kecamatan Batulateh Kabupaten Sumbawa.
- Nisdiarti. 2022. Penjualan Dan Produksi Bubuk Kopi Di Ikm Harapan Baru. Arsip Ikm Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaram.
- Nisdiarti. 2023. Harga Kemasan Produk Kopi Bubuk IKM Harapan Baru Kelurahan Bumi Agung Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaram.
- Panggabean, E. 2011. Buku Pintar Kopi. Jakarta Selatan: PT Agro Media Pustaka hlm 124-132.

- Rahardjo. 2012. Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Jakarta: Penerbar Swaday.
- Rangkuti, f. 1997. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21. PT Gramedia Pustaka Utama. Jl.Palmerah Selatan 24-26. Lt 6 Jakarta 10270.
- Salim, A. 2006. Teori dan Paradigma Penelitian Sosial. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Stainback, S. 1998. Understanding & Conducting Qualitative Research, Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque, Iowa.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B. Jawa Barat, Indonesia: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sukanteri. 2020. Skripsi. Faktor Internal Eksternal Dalam Bauran Pemasaran Produk UKM Kopi Dadong .
- Tjiptono, f . 2000. Pemasaran Strategi. Jakarta: Andi.
- Towaha, j. auniah, A. Purwanto. 2014. Pengaruh Elevasi Dan Pengolahan Terhadap Kandungan Kimia Cita Rasa Kopi Robusta Biokimia Institut Pertanian Bogor.
- Victor, R. 2018. Skripsi. Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran.
- Wiliam j, s. 1984. Fundamentals of Marketing 8th Edition. Mc Graw Hill.
- Wulandari, A, Widodo, R. 2022. Desain Kemasan Minuman Sari Buah Mengkudu (Morinda Citrifolia) untuk Meningkatkan Pemasaran di UD Manjur Makmur.