

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BIJI KOPI *ROASTING* PADA PIER *COFFEE ROASTERS* DI KOTA YOGYAKARTA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

**Oleh : Davin Ramadhian Bustan
Dibimbing oleh : Indah Widowati dan Budiarto**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah 1). Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman penjualan biji kopi *roasting* pada Pier *Coffee Roasters*, 2). Mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan biji kopi *roasting* pada Pier *Coffee Roasters*. Metode penelitian menggunakan metode Deskriptif. Metode penentuan lokasi adalah *purposive*. Metode pengambilan responden menggunakan metode *purposive*. Macam data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yaitu melalui wawancara, observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan kuisioner. Teknik analisis data Evaluasi Faktor Internal (IFE), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), matriks Internal-Eksternal (IE), matriks *Strengths, Weakness Opportunities, Threats (SWOT)*, matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Faktor internal kekuatan pada Pier *Coffee Roasters* yaitu Pier *Coffee Roasters* menggunakan bahan baku biji kopi mentah (*green bean*) yang berkualitas. Sedangkan faktor internal kelemahan pada Pier *Coffee Roasters* yaitu Pier *Coffee Roasters* teknologi peralatan Pier *Coffee Roasters* yang masih kurang maksimal. Faktor eksternal yang menjadi peluang pada Pier *Coffee Roasters* adalah teknologi internet sebagai sarana promosi biji kopi *roasting*. Sedangkan ancaman pada Pier *Coffee Roasters* adalah bertambahnya usaha yang sejenis. (2) Strategi yang tepat untuk Pier *Coffee Roasters* adalah melakukan strategi memperluas pengenalan produk biji kopi *roasting* dengan mengikuti kegiatan pameran kopi sehingga masyarakat luas dapat lebih mengenal produk Pier *Coffee Roasters*.

Kata kunci : *Internal Factor Evaluation, Eksternal Factor Evaluation, Kopi, Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM.*

**ANALYSIS MARKETING STRATEGY OF ROASTED COFFEE BEANS AT
PIER COFFEE ROASTERS IN YOGYAKARTA CITY THE SPECIAL
REGION OF YOGYAKARTA**

**By : Davin Ramadhian Bustan
Supervised by : Indah Widowati and Budiarto**

ABSTRACT

The purpose of this study is. To analyse the strength, weakness, opportunities, and threats of the selling roasted coffee beans in Pier Coffee Roasters, 2). To find out the suitable marketing strategy to improve the selling roasted coffee bean. The research method was descriptive model. The method of determining the location is purposive. The method of respondents had taken by purposyve method. The types of data used are primary data and secondary data. The method of collecting data was interview, observation, literature review, documentation and through questionnaires. Techniques analysis data of description to find out Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), Internal-Eksternal Matrix (IE), Strengths, Weakness Opportunities, Threats (SWOT) matrix, Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results showed that (1) the internal factor of strength in Pier Coffee Roasters, namely Pier Coffee Roasters, uses quality raw coffee beans (green beans). Meanwhile, the internal weaknesses in Pier Coffee Roasters are Pier Coffee Roasters, the technology of Pier Coffee Roasters equipment is still not optimal. The external factor that becomes an opportunity for Pier Coffee Roasters is internet technology as a means of promoting roasting coffee beans. Meanwhile, the threat to Pier Coffee Roasters is the increase in similar businesses. (2) The right strategy for Pier Coffee Roasters is to carry out a strategy of expanding the introduction of coffee bean roasting products by participating in coffee exhibitions so that the general public can become more familiar with Pier Coffee Roasters products.

Keywords: Coffee, Internal Factor Evaluation, Eksternal Factor Evaluation, Marketing Strategy, SWOT, QSPM.