

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY OF COFFEE PRODUCT (Case Study: KWT Kopi Tugu Liwa SME, Padang Cahya Village, Lampung Barat Regency)**

**By**

**LUHUNG AHADIYAT**

The Tugu Liwa Coffee Farmers Group (KWT) is an industry engaged in agriculture, especially coffee. Competition between similar SME that makes competition even tighter in fighting over the market has resulted in a decrease in sales of coffee products owned by KWT Kopi Tugu Liwa so that it has a negative impact on the development of KWT Kopi Tugu Liwa. This research was conducted to provide a marketing strategy using the SWOT method. The SWOT matrix clearly formulates a combination of external factors, namely opportunities and threats, which can be combined with internal factors, namely strengths and weaknesses to produce a formulation of a marketing strategy for KWT Kopi Tugu Liwa ground coffee. The strengths of KWT Tugu Liwa Coffee consist of affordable and quality product prices for consumers, constant ground coffee production capacity and well-known brands. Weaknesses of KWT Tugu Liwa Coffee are the lack of development of coffee products produced, lack of proper supervision and evaluation. The opportunities that KWT Tugu Liwa Coffee has consist of high people's purchasing power, increasing population, developments in production technology, government attention to SME and SME. The threat of KWT Tugu Liwa Coffee is the complicated process of obtaining capital loans from financial institutions, there are fluctuations in raw material prices and quality and quantity competition between coffee businesses (excluding KWT Kopi Tugu Liwa). Priority strategies that can be used to expand the marketing network at KWT Coffee Tugu Liwa, namely: (1) building a partnership system with distributor agents and utilizing technology to expand markets and attract potential customers, and (2) maintain prices and improve quality and maintain continuity of coffee products to increase the competitiveness of other coffee producers outside KWT Kopi Tugu Liwa.

**Keywords:** *coffee, Kopi Tugu Liwa, marketing strategy, SWOT method*

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN KOPI BUBUK (Studi Kasus di UMKM KWT Kopi Tugu Liwa, Desa Padang Cahya, Lampung Barat)**

**Oleh**

**LUHUNG AHADIYAT**

Kelompok Wanita Tani (KWT) Kopi Tugu Liwa merupakan industri yang bergerak dibidang pertanian khususnya kopi. Persaingan antara UMKM sejenis yang membuat persaingan semakin ketat dalam memperebutkan pasar mengakibatkan terjadinya penurunan penjualan produk kopi milik KWT Kopi Tugu Liwa sehingga berdampak buruk terhadap perkembangan KWT Kopi Tugu Liwa. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT. Matriks SWOT memformulasikan secara jelas perpaduan antara faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman dapat dipadukan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan sehingga dihasilkan rumusan strategi pemasaran kopi bubuk KWT Kopi Tugu Liwa. Kekuatan yang dimiliki KWT Kopi Tugu Liwa terdiri dari harga produk terjangkau dan berkualitas bagi konsumen, kapasitas produksi kopi bubuk yang konstan dan brand merek sudah dikenal. Kelemahan KWT Kopi Tugu Liwa yaitu minimnya pengembangan produk kopi yang diproduksi, kurangnya pengawasan dan evaluasi secara baik. Peluang yang dimiliki KWT Kopi Tugu Liwa terdiri dari daya beli masyarakat tinggi, bertambahnya populasi penduduk, perkembangan teknologi produksi, perhatian pemerintah akan UMKM dan UKM. Ancaman KWT Kopi Tugu Liwa yaitu proses yang rumit untuk mendapatkan pinjaman modal dari lembaga keuangan, adanya fluktuasi harga bahan baku dan persaingan kualitas dan kuantitas antar usaha kopi (diluar KWT Kopi Tugu Liwa). Prioritas strategi yang dapat digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran pada KWT Kopi Tugu Liwa, yaitu: (1) membangun sistem kemitraan dengan agen distributor dan memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar dan menarik pelanggan yang potensial, dan (2) mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas serta menjaga kontinuitas produk kopi untuk meningkatkan daya saing dari produsen kopi lain diluar KWT Kopi Tugu Liwa.

***Kata kunci:*** *kopi bubuk, Kopi Tugu Liwa, metode SWOT, strategi pemasaran*