

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *COFFEESHOP* MALABAR
*MOUNTAIN COFFEE***

SKRIPSI



**Disusun Oleh :
MUHAMMAD NUR ZARKARSY
20 / 21715 / EP**

**FAKULTAS PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN STIPER
YOGYAKARTA**

2025

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *COFFEESHOP* MALABAR
*MOUNTAIN COFFEE***

SKRIPSI



**Disusun Oleh :
MUHAMMAD NUR ZARKARSY
20 / 21715 / EP**

**JURUSAN EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN STIPER
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *COFFEESHOP* MALABAR
MOUNTAIN COFFEE

Disusun Oleh :

MUHAMMAD NUR ZARKARSY
20 / 21715 / EP

Telah dipertanggung jawabkan di depan Dosen Penguji Program Studi
Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian STIPER Yogyakarta
pada tanggal 14 Juli 2025

Dosen Pembimbing



Tri Endar Suswatiningsih, SP., M.P.

Dosen Penguji



Amallia Ferhat, SP., M.Sc.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian



Ir. Samsuri Varmadja, M.P

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa isi skripsi ini benar-benar merupakan kumpulan data yang diperoleh dan diolah oleh saya dan belum pernah digunakan sebelumnya untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu Perguruan Tinggi. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat pendapat ataupun karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 23 Juli 2025

Yang Menyatakan

MUHAMMAD NUR ZARKARSY

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan baik. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Strata satu (S1) dengan judul penelitian tentang “ Analisis Strategi Pemasaran *Coffeshop Malabar Mountain Coffee* ”.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh dari sempurna. Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Bapak Hamdani, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis. Terimakasih telah mendidik, memotivasi, memberikan doa serta dukungan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur orangtua terbaik bagi penulis
3. Ibu Ariani yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan dukungan serta doa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur orangtua terbaik bagi
4. Saudara yang telah memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan penuh sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini
5. Ibu Tri Endar Suswatiningsih, SP., M.P. selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga dalam penyusunan skripsi
6. Ibu Amallia Ferhat, SP., M.Sc. selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga dalam penyusunan skripsi
7. Chillo dan sicantik karena sudah hadir dalam kehidupan penulis
8. Teman-teman yang selalu memberi dukungan dan semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini

Yogyakarta, 23 Juli 2025

MUHAMMAD NUR ZARKARSY

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN	iv
MUHAMMAD NUR ZARKARSY	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
INTISARI	xi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penilitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	5
A. Tinjauan Pustaka	5
B. Penelitian Terdahulu	8
C. Landasan teori	10
D. Kerangka Berpikir	16
III. METODOLOGI PENELITIAN	17
A. Metode Dasar Penelitian	17
B. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian	17
C. Metode Penentuan Sampel	17
D. Jenis dan Sumber Data	18
E. Konseptualisasi dan Pengukuran Vaariabel	18
G. Analisis Data	20
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	25
A. Gambaran Umum Kabupaten Bandung	25
B. Gambaran Umum Kecamatan Pangalengan	25
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	29
A. Identitas Responden	29

B.	Strategi Pemasaran Yang dilakukan Malabar <i>Mountain Coffeshop</i>	30
C.	Analisis SWOT Faktor Internal dan Eksternal	32
D.	Matriks Internal Faktor Analisis Summary (IFAS)	37
E.	Matriks Eksternal Faktor Analisis Summary (EFAS)	38
F.	Matriks SWOT	41
G.	Perbandingan Strategi Pemasaran	45
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	47
LAMPIRAN		53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3 1. Kerangka Berpikir	16
Gambar 4. 1 Peta Wilayah Pangalengan.....	25

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produksi Tanaman Kopi Jawa Barat.....	1
Tabel 5. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 5. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	29
Tabel 5. 3 Daftar Menu Malabar Mountain Coffeshop	30
Tabel 5. 4 Daftar harga Roast Bean di Malabar Mountain Coffee	31
Tabel 5. 5 Strategi Pemasaran yang dilakukan Malabar Mountain Coffeshop	31
Tabel 5. 6 Analisis SWOT Faktor Internal dan Eksternal	32
Tabel 5. 7 Matriks Internal Faktor Analisis Summary (IFAS)	38
Tabel 5. 8 Matriks Eksternal Faktor Analisis Summary (EFAS)	39
Tabel 5. 9 Matriks SWOT	41
Tabel 5. 10 Perbandingan Strategi Pemasaran	46

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Malabar Mountain Coffee. 2) Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran Malabar Mountain Coffee. 3) Untuk mengetahui analisis strategi pemasaran yang tepat untuk Malabar Mountain Coffee. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya jumlah konsumsi dan pertumbuhan perdagangan pada komoditas kopi atau coffeeshop. Dengan bertambahnya dan perkembangan Coffeeshop pada saat ini tentunya membuat persaingan dan ancaman bagi Malabar Mountain Coffee. Tantangan terus muncul untuk tetap menarik pelanggan, meningkatkan penjualan dan bersaing di pasar yang dinamis. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik penentuan sampel menggunakan rumus slovin dengan 37 responden *costumer coffe*. Analisis data dilakukan dengan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan 1) Malabar Mountain Coffee menerapkan strategi seperti penyajian kopi berkualitas tinggi melalui metode seduh manual dan pelayanan personal. Strateginya mencakup penggunaan bahan baku petani lokal, variasi metode penyeduhan, penetapan harga berdasarkan proses pascapanen, serta pelayanan yang ramah. Perusahaan juga mengedepankan edukasi kopi dan menjaga kualitas untuk membangun loyalitas pelanggan. Kekuatan internal mencakup kualitas biji kopi, konsistensi rasa, pelayanan profesional, harga sesuai kualitas, dan staf yang memahami produk. Kelemahannya adalah lokasi sulit dijangkau, area parkir terbatas, variasi menu kurang, kebersihan belum maksimal, dan suasana kadang berisik. 2) Peluang eksternal meliputi meningkatnya minat pada kopi spesialti, ketertarikan pada asal-usul dan metode pengolahan kopi, serta tren minuman kekinian. Ancaman yang dihadapi mencakup persaingan tinggi, keunggulan pesaing, lokasi strategis pesaing, variasi menu lebih banyak, dan promos yang lebih menarik. 3) Meningkatkan promosi dan storytelling tentang asal-usul serta metode

pengolahan kopi, menyesuaikan menu dengan tren, mengoptimalkan kualitas produk dan pelayanan, menjalin kerja sama dengan komunitas kopi dan event lokal untuk memperluas pasar.

Kata kunci : Strategi Pemasaran; Pemasaran *Coffeshop* ; *Coffeshop*