

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK
JAVA COFFEE TLOGO PADA PERKEBUNAN TLOGO TUNTANG
KABUPATEN SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh:

DEVINTA AYUNINGTYAS



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2023**

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK *JAVA
COFFEE TLOGO* PADA PERKEBUNAN TLOGO TUNTANG
KABUPATEN SEMARANG

Oleh:

DEVINTA AYUNINGTYAS
NIM: 23020319140123

Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S-1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devinta Ayuningtyas
N I M : 23020319140123
Program Studi : S1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul: **Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Produk *Java Coffee Tlogo* Pada Perkebunan Tlogo Tuntang Kabupaten Semarang** dan penelitian yang terkait merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide dan kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari Pembimbing yaitu: **Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.** dan **Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M. Si.**

Apabila dikemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik, maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Juli 2023

Penulis



Devinta Ayuningtyas

Mengetahui

Pembimbing Utama

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M. Si.

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK *JAVA COFFEE TLOGO* PADA PERKEBUNAN TLOGO TUNTANG KABUPATEN SEMARANG

Nama Mahasiswa : DEVINTA AYUNINGTYAS

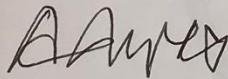
NIM : 23020319140123

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

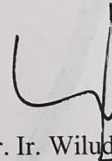
Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 27 Juni 2023

Pembimbing Utama



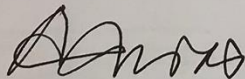
Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota



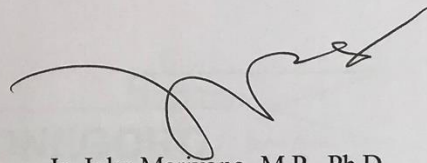
Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M. Si.

Ketua Program Studi



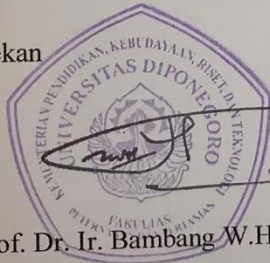
Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



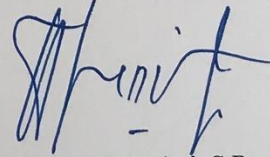
Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

Dekan



Prof. Dr. Ir. Bambang W.H.E.P., M.S., M.Agr., IPU.

Ketua Departemen



Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si.

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK
JAVA COFFEE TLOGO PADA PERKEBUNAN TLOGO TUNTANG
KABUPATEN SEMARANG**

**OLEH :
Devinta Ayuningtyas**

ABSTRAK

Agroindustri kopi memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan di Indonesia karena memiliki prospek besar baik nasional maupun internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi prioritas yang tepat untuk pengembangan pemasaran produk *Java Coffee Tlogo* pada Perkebunan Tlogo Tuntang di Kabupaten Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan wawancara pengisian kuesioner oleh *key informant* dari internal dan eksternal perusahaan. Data dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) menggunakan *SuperDecisions*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi perusahaan terletak pada Kuadran I, sehingga strategi SO (*Strength-Opportunity*) yang diterapkan adalah mengoptimalkan pemanfaatan lahan perkebunan dan dukungan pemerintah serta organisasi terkait untuk meningkatkan produksi kopi, memanfaatkan keunggulan kualitas dan rasa kopi untuk memperkenalkan *Java Coffee Tlogo* pada pasar yang lebih luas, dan memperkuat merek *Java Coffee Tlogo* dengan memanfaatkan lokasi sebagai tempat wisata dan edukasi tentang kopi. Prioritas strategi utama adalah memanfaatkan keunggulan kualitas kopi untuk memperkenalkan *Java Coffee Tlogo* pada pasar yang lebih luas dengan meningkatkan promosi produk secara tidak langsung.

Kata kunci: AHP, kopi, strategi pemasaran, SWOT

**MARKETING DEVELOPMENT STRATEGY ANALYSIS OF JAVA COFFEE
TLOGO PRODUCT IN THE TUNTANG TLOGO PLANTATION
SEMARANG DISTRICT**

ABSTRACT

The coffee agro-industry has a significant opportunity for development in Indonesia due to its substantial prospects both nationally and internationally. This study aims to analyze internal and external factors and formulate appropriate priority strategies for the marketing development of Java Tlogo Coffee products at Tlogo Tuntang Plantation in Semarang Regency. Case study method was used with interviews and questionnaire completion by key informants from internal and external companies. The data were analyzed using SWOT analysis and the Analytical Hierarchy Process (AHP) using SuperDecisions. The results indicated that the company's position lies in Quadrant I, which implies that the SO (Strength-Opportunity) strategy applied involves maximizing the utilization of plantation land and garnering support from the government and relevant organizations to enhance coffee production. It also involve leveraging the superior quality and taste of coffee to introduce Java Tlogo Coffee to a wider market and strengthening the Java Tlogo Coffee brand by utilizing the location as a tourist and educational destination for coffee. The primary strategic priority is to promote Java Tlogo Coffee products to a broader market by capitalizing on their superior quality.

Keyword: *AHP, coffee, marketing development strategy, SWOT*

KATA PENGANTAR

Strategi pemasaran merupakan proses untuk merencanakan suatu usaha dan mengembangkan usaha tersebut untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan dapat melakukan pengembangan pemasaran produk dengan baik apabila mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dalam jangka waktu dan jumlah produk tertentu dapat diperoleh keuntungan seperti yang diharapkan.

Puji syukur penulis haturkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala limpahan rahmat-Nya dan curahan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Produk *Java Coffee Tlogo* Pada Perkebunan Tlogo Tuntang Kabupaten Semarang. Penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ketua Program Studi S1 Agribisnis yang telah membimbing dan membantu penulis dalam persiapan, pelaksanaan, penyusunan Skripsi.
2. Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah membimbing dan membantu penulis dalam persiapan, pelaksanaan, penyusunan Skripsi.
3. Prof. Dr. Ir. Bambang Waluyo H. E. P., M.S., M.Agr., IPU., selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah memberikan ijin penyusunan Skripsi.
4. Dr. Ir. Heni Rizqiati S.Pt., M.Si. selaku Ketua Departemen Pertanian yang membantu penulis dalam kelancaran proses skripsi.

5. Ibu Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si., selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis yang telah membantu dalam proses Skripsi.
6. Dr. Ir. Mukson, M.S. selaku Dosen Wali yang telah memberi dukungan dalam penyusunan Skripsi.
7. Bapak Susianto dan Ibu Ambar Setya Wahyuni selaku orang tua, Elvina Wulandari dan Olyvia Rheinda selaku saudara kandung yang telah memberikan semangat dan motivasi menyelesaikan Skripsi.
8. Teman-teman yang selalu menemani dan mendukung dalam proses pengerjaan tugas akhir Skripsi dari awal hingga akhir.
9. Pihak pengelola Perkebunan Tlogo Tuntang yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian Skripsi.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik serta saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dari pembaca agar kedepannya penulis dapat lebih baik lagi. Penulis berharap Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Semarang, Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR ILUSTRASI	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kopi.....	7
2.2 Strategi Pemasaran.....	11
2.3 Analisis Strength, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)...	12
2.4 Matriks SWOT.....	12
2.5 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal.....	14
2.6 Analytical Hierachy Process (AHP).....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Kerangka Pemikiran.....	17
3.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....	18
3.3 Metode Penelitian	19
3.4 Metode Penentuan Sampel	20
3.5 Teknik Pengumpulan Data	20
3.6 Teknik Analisis Data.....	21
3.7 Metode Analytical Hierarchy Process (AHP).....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Perkebunan Tlogo Tuntang.....	32
4.2 Karakteristik Key informant.....	36
4.3 Analisis Matriks IFAS dan EFAS.....	40

4.4	Matriks Analisis SWOT	49
4.5	Analitycal Hierarchy Process (AHP)	61
BAB V PENUTUP		76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN		83
RIWAYAT HIDUP		122

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penjualan produk <i>Java Coffee Tlogo</i> Tahun 2020-2022	5
2. Produksi Kopi Perkebunan Rakyat di Jawa Tengah Tahun 2016-2021	10
3. Rata-rata Konsumsi Kopi Perkapita Seminggu Provinsi Jawa Tengah (Satuan Komoditas), 2021-2022	11
4. Matriks SWOT	13
5. Tabel Skala Prioritas	16
6. Matriks IFAS	22
7. Matriks EFAS	23
8. Matriks SWOT	26
9. Produk PD. CMJT	34
10. Data Responden	37
11. Karakteristik Usia <i>Key informant</i>	38
12. Karakteristik Pendidikan <i>Key informant</i>	39
13. Hasil Perhitungan Matriks IFAS	43
14. Hasil Perhitungan Matriks EFAS	47
15. Analisis Matriks SWOT	51
16. Strategi SO (<i>Strenght-Opportunity</i>)	59
17. Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria	65
18. Matriks Perbandingan Antar Alternatif Strategi	66
19. Perhitungan Prioritas Strategi	68

20. Hasil Akhir Perhitungan Prioritas Strategi..... 68

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Struktur Metode AHP	16
2. Kerangka Pemikiran.....	17
3. Kuadran SWOT	24
4. Diagram Kuadran SWOT	58
5. Hirarki AHP Pengembangan Pemasaran Produk <i>Java Coffee Tlogo</i>	64
6. Normalisasi Matriks Perbandingan Kriteria	65
7. Normalisasi Matriks Alternatif Strategi	66

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta.....	83
2. Kuesioner Penelitian	84
3. Pertanyaan Terbuka.....	87
4. Penilaian AHP strategi utama	89
5. Penilaian AHP Alternatif Strategi.....	90
6. Karakteristik <i>Key informant</i>	93
7. Hasil Analisis IFAS dan EFAS.....	94
8. Rekapitulasi Hasil Wawancara	95
9. Rekapitulasi Jawaban IFAS & EFAS	112
10. Rekapitulasi Jawaban Kriteria & Alternatif Strategi.....	113
11. Matriks Perbandingan Kriteria.....	115
12. Matriks Perbandingan Alternatif Strategi.....	116
13. Perhitungan Prioritas Strategi	118
14. Dokumentasi Penelitian.....	120