

**STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PRODUK KOPI MANDAILING  
DIPASAR SUMATERA UTARA DENGAN  
METODE ANALISIS SWOT**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan S-1 Fakultas Teknik  
Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Sumatera Utara



**Disusun Oleh :**  
RISKI MUDA LUBIS  
71180914031

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA  
2023**

## **Kata Pengantar**

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya, sehingga laporan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini dilaksanakan dari Data Badan Pusat Statistik dan Beberapa Jurnal Terkait dengan judul **“Strategi Pemasaran Penjualan Produk Kopi Mandailing Di Pasar Sumatera Utara Dengan Metode Analisis SWOT”**.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan Tugas sebagai mahasiswa Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara.

Dalam Pengerjaan Skripsi Ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Teknik, selaku pimpinan fakultas teknik universitas islam sumatera utara
2. Orang tua saya yang telah sangat banyak membantu saya baik moril maupun materi kepada saya, semoga kedua orang tua saya selalu diberikan kesehatan, keselamatan, panjang umur, dan murah rezeky.
3. Ibu Mahrani Arfah ST, M.MT, selaku ketua program studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara.
4. Bapak Ir. Abdurrozak Hasibuan, MT, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis di program studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara.
5. Ibu Wirda Novarika AK, ST, MM, Selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis di program studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Anwar selaku penanggung jawab Teknis yang telah memberikan informasi tentang Penjualan Kopi Ekspor Dari Tahun Sebelumnya.
7. M. Surya Hidayat, terimakasih telah membagi waktu dan ilmu untuk penulis dalam mengerjakan laporan skripsi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara.
8. Faisal Abdi Zanibar, Terima kasih telah memberi masukan dan bantuan dalam

pengerjaan laporan skripsi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara.

9. Excel Putra Pratama NST, terimakasih telah memberikan bantuan dan waktu untuk membantu penulis dalam mengerjakan laporan skripsi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara.

Semoga amal baik mereka mendapatkan balasan dari Allah SWT dengan balasan berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan skripsi ini masih banyak hal-hal yang kurang sempurna, baik dalam pemilihan kata maupun penyusunannya. Untuk kritik dan saran sangat diharapkan untuk memperbaiki segala yang kurang dari penulisan laporan skripsi ini. Akhirnya harapan penulis kiranya laporan skripsi ini dapat bermantafaat dan berguna bagi penulis dan pembaca.

Medan, Januari 2023

RISKI MUDA LUBIS

## DAFTAR ISI

<b>KATA</b>	
<b>PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>I-1</b>
1.1 Latar Belakang.....	I-1
1.2 Perumusan Masalah.....	I-2
1.3 Tujuan Penelitian.....	I-2
1.4 Manfaat Penelitian.....	I-2
1.5 Batasan Masalah.....	I-3
1.6 Asumsi.....	I-3
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>II-1</b>
2.1 Pengertian Strategi.....	II-1
<b>2.1.1 Tujuan Strategi .....</b>	<b>II-2</b>
<b>2.1.2 Macam-macam Strategi .....</b>	<b>II-2</b>
<b>2.1.3 Macam-macam Tingkatan Dalam Strategi .....</b>	<b>II-3</b>
2.2 Pengertian Pemasaran.....	II-5
<b>2.2.1 5 Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli .....</b>	<b>II-6</b>
<b>2.2.2 3 Fungsi Pemasaran .....</b>	<b>II-7</b>
<b>2.2.3 Macam-macam Konsep Pemasaran .....</b>	<b>II-7</b>
2.4 Pengertian Pejualan.....	II-8
<b>2.4.1 Jenis-jenis Penjualan .....</b>	<b>II-9</b>
<b>2.4.2 Tujuan Penjualan.....</b>	<b>II-9</b>
<b>2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....</b>	<b>II-10</b>
2.5 Pengertian Strategi Pemasaran.....	II-11
<b>2.5.1 Macam-macam Pemasaran .....</b>	<b>II-12</b>
2.6 Pengertian Strategi Penjualan.....	II-13
<b>2.6.1 Manfaat Strategi Penjualan .....</b>	<b>II-13</b>
2.7 Pengertian Pasar.....	II-13
<b>2.7.1 Fungsi Pasar Bagi Penjual dan Pembeli .....</b>	<b>II-13</b>
<b>2.8 Jenis-Jenis Kopi Dari Setiap Daerah .....</b>	<b>II-15</b>

1.	<b>Kopi Gayo .....</b>	<b>II-15</b>
2.	<b>Kopi Sidikalang .....</b>	<b>II-16</b>
3	<b>Kopi Toraja .....</b>	<b>II-16</b>
4.	<b>Kopi Mandailing .....</b>	<b>II-16</b>
	2.9 Pengertian Analisis SWOT.....	II-17
	2.9.1 Penjelasan Dari Masing-masing Didalam Matriks SWOT.....	II-19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>III-1</b>
3.1	<b>Metode Penelitian.....</b>	<b>III-1</b>
3.2	<b>Tempat dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>III-1</b>
3.3	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>III-1</b>
3.4	<b>Melakukan Pengolahan Data .....</b>	<b>III-2</b>
3.4.1	<b>Internal Factor Analisis Summary .....</b>	<b>III-2</b>
3.4.2	<b>Eksternal Factor Analisis Summary .....</b>	<b>III-2</b>
3.4.3	<b>Pembuatan Matriks SWOT .....</b>	<b>III-3</b>
3.5	<b>Analisis Dan Evaluasi .....</b>	<b>III-4</b>
3.5	<b>Kesimpulan Dan Saran.....</b>	<b>III-5</b>
3.7	<b>Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>III-6</b>
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.IV-1</b>		
	4.1 Pengumpulan Data.....	IV-1
	4.2 Pengolahan Data.....	IV-6
4.2.1	<b>Analisis SWOT.....</b>	<b>IV-6</b>
<b>BAB V ANALISA DAN EVALUASI.....</b>		<b>V-1</b>
	5.1 Analisa.....	V-1
	5.2 Evaluasi.....	V-1
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>VI-</b>
	6.1 Kesimpulan.....	VI-1
	6.2 Saran.....	VI-1

**Daftar Pustaka**

**Lampiran**

## Daftar Tabel

Tabel 2.1	IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	II-17
Tabel 2.2	EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ) .....	II-18
Tabel 2.3	Nilai Signifikan .....	II-18
Tabel 2.4	Nilai Rating .....	II-18
Tabel 2.3	<i>Quadrant Matriks SWOT</i> .....	II-19
Tabel 3.2	<i>EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)</i> .....	II-3
Tabel 3.1	<i>IFAS (Internal Factor Analysis Summary)</i> .....	II-2
Tabel 3.3	Matriks Analisis SWOT.....	II-4
Tabel 4.1	Penilaian Dari Produsen Kopi Mandailing .....	II-1
Tabel 4.3	Penilaian Dari Excellso Podomoro.....	II-3
Tabel 4.4	Penilaian Dari produk Dari Pelanggan Sensuri Coffee.....	II-4
Tabel 4.5	Penilaian produk Dari Pelanggan Sensuri Coffee.....	II-4
Tabel 4.6	Penilaian Dari Produk.....	II-5
Tabel 4.7	Penilaian Rata-rata.....	II-5
Tabel 4.10	Quadrant Matriks SWOT.....	III-10

## Daftar Pustaka

- Daya Tarik Kopi Toraja, Jenis Kopi di Indonesia yang Melegenda | Home. (2022). Retrieved June 19, 2023, from Nescafe.com
- Fadhilah, N. (2021). ANALISIS BAURAN PEMASARAN KOPI MANDAILING (STUDI KASUS PADA COFFEE SHOP LOPO MANDHELING CAFE, PANYABUNGAN). *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 2(1), 44-55.
- Fauziyah, N. K., & Mahara, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam Pemasaran Kopi Gayo dan Pemberdayaan Masyarakat. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 3(2), 129-152.
- Keistimewaan Kopi Mandailing yang Perlu Kamu Ketahui | Home. (2021). Retrieved June 19, 2023, from Nescafe.com
- Keistimewaan Kopi Mandailing yang Perlu Kamu Ketahui | Home. (2021). Retrieved June 19, 2023, from Nescafe.com
- Kopi Sidikalang: Salah Satu Jenis Kopi di Indonesia yang Dianggap Terbaik | Home. (2022). Retrieved June 19, 2023, from Nescafe.com
- Luntungan, W. G., & Tawas, H. N. (2019). Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Mariahma, S., & Sipayung, N. (2021, October). Analisis Strategi Bisnis Pada Kedai Kopi Aceh Kuphi Medan. In *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)* (Vol. 3, No. 1, pp. 148-153).
- Mengulik Cita Rasa Kopi Aceh Gayo, Jenis Kopi di Indonesia yang Jadi Kopi Termahal di Dunia | Home. (2021). Retrieved June 19, 2023, from Nescafe.com