

**STRATEGI PEMASARAN KOPI SUWAY
CABANG PALEMBANG**

LAPORAN AKHIR

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Menyelesaikan Pendidikan Program DIII
Jurusan Manajemen Pemasaran**



Diajukan Oleh :

Marcellawati

NPM.1901150003

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2022


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

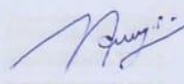
Nama : MARCELLAWATI
Nomor Pokok/NIM : 1901150003
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (DIII)
Judul Laporan Akhir : STRATEGI PEMASARAN KOPI SUWAY
CABANG PALEMBANG

Pembimbing Laporan Akhir :

Tanggal : 13-10-2022

Pembimbing I : 
Suharti, SE., MM
NIDN.0220086501

Tanggal : 14-10-22

Pembimbing II : 
Alinadia, SE., MM
NIDN.0207125901




Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,
Tanggal : 13-10-2022

Ketua Program Studi,
Tanggal : 13-10-2022



Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN.0205026401



Suharti, SE, MM
NIDN.0220086501

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

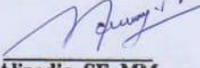
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

Nama : MARCELLAWATI
Nomor Pokok/NIM : 19011150003
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (DIII)
Judul Laporan Akhir : STRATEGI PEMASARAN KOPI SUWAY
CABANG PALEMBANG


Pembimbing Laporan Akhir :
Tanggal : 13-10-2022

Ketua Penguji : 
Suharti, SE, MM
NIDN.0220086501

Tanggal : 14-10-22

Penguji I : 
Alinadia, SE, MM
NIDN.0207125901

Tanggal : 13-10-2022

Penguji II : 
Herman Efrizal, SE, MM
NIDN.0202066602


118 / PS / DFE / 22


Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,
Tanggal : 13-10-2022

Ketua Program Studi,
Tanggal : 13-10-2022




Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK.CA. CSRS
NIDN.0205026401


Suharti, SE, MM
NIDN.0220086501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Melihat ke atas untuk maju, Melihat kebawah untuk bersyukur.”

Kupersembahkan Kepada :

- Orang tua yang selalu ada dalam suka duka
- Keluarga yang selalu memberikan dukungan
- Teman-teman seperjuangan, Fakultas Ekonomi angkatan 2019.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marcellawati
NPM : 1901150003
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : D.III Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir :Strategi Pemasaran Kopi Suway di Cabang Palembang

Menyatakan bahwa Laporan Akhir ini telah ditulis dengan sungguh-sungguhnya dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 10 Oktober 2022

Penulis,



Marcellawati

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah S.W.T atas segala rahmat hidayah dan karunia Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Kopi Suway Cabang Palembang” dalam waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti, menulis laporan akhir adalah salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam penulisan laporan akhir ini penulis merasa ada hambatan yang dihadapi, namun berkat bantuan, dorongan semangat, serta petunjuk dari segala pihak, laporan ini dapat diselesaikan sebelum waktu yang telah ditentukan. Walaupun hanya berbentuk kata-kata, melalui tulisan ini mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, MP Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA.CS.RS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

3. Ibu Suharti, SE,MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan baik langsung maupun tidak langsung sehingga pelaksanaan laporan akhir ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.
4. Ibu Alinadia, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberi masukan yang bermanfaat.
5. Para sahabat yang sudah memberikan semangat.

Penulis berharap semoga Laporan Akhir ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Aamiin Allahumma Aamiin.

Palembang,

Marcellawati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
RIWAYAT HIDUP	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	3
1.4 Metode Penelitian	4
1.4.1 Lokasi Penelitian	4
1.4.2 Sumber Data	4
1.4.3 Teknik Pengumpulan Data	4
1.4.4 Teknik Pengumpulan Data	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran dan Strategi Pemasaran.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Strategi Pemasaran	10
2.2 promosi	11
2.3 Bauran Pemasaran dan Bauran promosi	14
2.3.1 Bauran Pemasaran	14
2.3.2 Bauran Promosi	16

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	19
3.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	20
3.2.1 Struktur Organisasi.....	20
3.2.2 Pembagian Tugas	20
3.3 Produk yang ditawarkan	22

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Strategi Pemasaran Kopi Suway	23
4.2 Strategi Promosi Kopi Suway.....	26
4.3 Kendala Yang dihadapi.....	29

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	30
5.2 Saran	31

DAFTAR PUSTAKA	32
----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN.....	33
----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Teknik Analisa Data	5
3.1 Struktur Organisasi	20
3.1 Foto Produk	22

Abstrak

Marcellawati NPM : 1901150003. Strategi Pemasaran. Studi Kasus Kopi Suway Cabang Palembang. Dibawah Bimbingan Ibu Suharti SE,MM dan Ibu Alinadia SE,MM

Strategi Pemasaran yang digunakan Kopi Suway adalah 7p yakni: *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Untuk menerapkan strategi pemasaran 7p tersebut perlunya beberapa hal sebagai penunjang keberhasilan perusahaan seperti ketersediaan fasilitas yang memadai pada perusahaan untuk kelancaran seluruh kegiatan strategi pemasaran termasuk kegiatan produksi dan selalu menjaga kualitas produk.

Adapun dari penelitian ini adalah mengetahui Strategi Pemasaran Kopi Suway Cabang Palembang. Untuk mengetahui strategi promosi yang paling tepat dalam meningkatkan volume penjualan dan untuk mengetahui kendala dalam mempromosikan produk Kopi Suway.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan.

RIWAYAT HIDUP

Marcellawati, dilahirkan di Musi Rawas pada tanggal 12 April 2000 dari Ayah Muallimin dan Ibu Alm. Suhada . Anak ke tujuh dari tujuh bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2012 SDN 20 Talang Kelapa, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2015 di SMP Sandika Sukajadi, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2019 di SMA Sandika Sukajadi. Pada tahun 2019 memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang,

Marcellawati

BAB 1

PENDAHULLUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Kopi merupakan salah satu komoditas yang memberikan sumbangan yang cukup besar bagi devisa negara, menjadi produk ekspor dari sektor perkebunan yang mempunyai peran penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia.

Sejarah mencatat bahwa penemuan kopi sebagai minuman berkhasiat dan berenergi pertama kali ditemukan oleh bangsa *Etiopia* di Benua Afrika sekitar 3000 tahun (*1000 SM*) yang lalu. Sejarah kopi di Indonesia dimulai pada tahun 1696 ketika Belanda membawa kopi dari Malabar, India, ke Jawa. Dua spesies pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*).

Berdasarkan riset Toffin (2019), suatu perusahaan penyedia solusi bisnis barang dan jasa pada industri HOREKA (Hotel, restoran dan kafe), menunjukkan bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia meningkat drastis dari sejak tahun 2016 hingga Agustus 2019 mencapai lebih dari 2950 gerai kopi dari jumlah sebelumnya yang hanya sekitar 1000 gerai. Data konsumsi tahunan kopi di Indonesia juga naik pada periode 2019/2020 mencapai 294.000 ton atau sebesar 13.9% jika

dibandingkan dengan periode 2018/2019 yang hanya mencapai 258.000 ton. (Purwoko. 2019).

Fenomena kopi kekinian marak terjadi dalam kurun waktu terakhir ini pada media sosial. Gaya hidup masyarakat yang hadir ke kedai kopi kekinian untuk sekedar bersantai sejenak, menikmati fasilitas kedai yang diberikan baik untuk mengerjakan tugas atau pekerjaan maupun sekedar nongkrong dan ini menjadi alasan sehingga banyak bermunculan kedai-kedai kopi kekinian yang populer.

Fenomena ini terjadi pada kalangan remaja maupun orang dewasa yang aktif menggunakan media sosial, dimana banyak foto-foto kopi kekinian yang diambil dan di-unggah pada jaringan media sosial. Tidak sedikit juga yang mengolah foto-foto tersebut sebagai konten di jejaring media sosial. Banyak hal yang dapat dilakukan melalui media sosial seperti untuk memasarkan suatu produk agar dapat dilihat oleh lebih banyak orang, ataupun hanya sekedar untuk koleksi pribadi.

Jumlah wirausaha di Sumatera Selatan tepatnya di Palembang melonjak dan meningkat sehingga adanya peluang untuk membuka usaha dengan pasar yang luas. Serta dilihat dari minat masyarakat akan kebutuhan untuk mencari tempat yang dapat menghilangkan kepenatan dari padatnya pekerjaan maupun kegiatan lainnya sehingga peluang untuk menyediakan tempat yang dibutuhkan semakin meningkat seperti pembukaan usaha yang berbahan dasar olahan kopi.

April	175	120	95	55	134	77	656	16.555.00
Mei	77	67	39	80	279	24	566	14.800.00
Juni	66	34	44	22	80	35	281	7.002.00
Juli	55	89	10	22	78	30	284	6.447.00
Agustus	65	113	66	37	124	34	439	11.227.00

Berdasarkan uraian diatas beserta data penjualan pada 5 (lima) bulan terakhir sehingga penulis tertarik untuk melakukan penulisan Laporan Akhir dengan judul :

“Strategi Pemasaran Kopi Suway Cabang Palembang”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam hal ini penulis mencoba merumuskan masalah sebagai berikut :

“ Bagaimana Strategi Pemasaran Kopi Suway Cabang Palembang “

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran Kopi Suway Cabang Palembang

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa
 - Sarana penerapan dunia kerja yang sesungguhnya.
 - Sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Ahli Madya Jurusan Manajemen Pemasaran.
2. Bagi Perusahaan
 - Sebagai sarana membina hubungan baik dengan lembaga pendidikan atau perguruan tinggi.
 - Sebagai bahan evaluasi kinerja mahasiswa.
3. Bagi Universitas
 - Mempersiapkan Mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikan di dunia kuliah.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Kopi Suway berlokasi di RSUD Siti Fatimah Az-zahra Palembang, yang beralamat Jl. Kol. H. Burlian, Suka Bangun, Kec. Sukarami Kota Palembang, Sumatera Selatan 30151.

1.4.2 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini ialah :

1. Data primer

Data yang diamati dan dicatat atau diolah untuk pertama kalinya oleh peneliti serta diperoleh langsung dari objek penelitian, misal hasil kuesioner, hasil pengamatan dan wawancara.

2. Data Sekunder

Data yang sudah diolah oleh badan/lembaga lain, misal laporan keuangan, laporan produksi, dan lain-lain.

1.4.3 Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Melakukan pengamatan dan bekerja secara langsung di Kopi Suway tersebut.

b) Wawancara

Bertanya secara langsung kepada atasan disana mengenai apa saja dan bagaimana Strategi Pemasaran Kopi Suway.

c) Studi Pustaka

Melakukan pengumpulan data dari beberapa alternatif seperti buku, internet, serta artikel yang ada mengenai Kopi Suway.

1.4.4 Teknik Analisa Data

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif, yang dimana datanya berbentuk non numerik serta terfokus pada kualitasnya. Semakin lengkap penjelasan yang ada di data tersebut, maka akan semakin bagus datanya.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini terbagi menjadi 5 bab yang secara ringkas diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang judul penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang teori yang mendasari berkaitan dengan pembahasan laporan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis masalah .

BAB III : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang data penelitian yang terdiri dari sejarah berdirinya Kopi Suway Cabang Palembang, Struktur organisasi dan macam-macam produk lain dari Kopi Suway Cabang Palembang.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini dikemukakan pembahasan terhadap permasalahan strategi pemasaran kopi suway cabang Palembang.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dan saran yang didapat penulis dari hasil pembahasan yang diruaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sodikin, W. (2021). *STRATEGI BAURAN PROMOSI PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN PADA PT. OASIS WATERS INTERNATIONAL PALEMBANG* (Doctoral dissertation, 021008 Universitas Tridinanti Palembang).
- Pranoto, Sutanto. "Analisis Strategi Peningkatan Penjualan." *Jurnal Bisnis Strategi* 2.1 (1998): 1-16.
- Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. 1990. *Konsumsi Kopi Indonesia*. Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. Jakarta.