

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK KOPI SARI TUNGGAL DI KECAMATAN PUPUAN KABUPATEN TABANAN BALI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Kopi Sari Tunggal di Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan, Bali. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif, penelitian ini mengumpulkan informasi mendalam mengenai strategi pemasaran yang efektif dalam konteks lokal. Rumusan masalah yang diangkat adalah: "Apa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Kopi Sari Tunggal di Kecamatan Pupuan?" Pemasaran, dalam konteks ini, meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan dan mengkomunikasikan nilai produk. Penelitian ini juga menggali penggunaan metode pemasaran tradisional yang meliputi iklan cetak, radio, dan pemasaran langsung. Hasil analisis menggunakan 4P (Product, Price, Place, Promotion) dan analisis SWOT menunjukkan bahwa Kopi Sari Tunggal memiliki kekuatan dalam kualitas produk dan relasi dengan konsumen. Namun, terdapat tantangan dalam meningkatkan variasi produk. Saran yang diberikan adalah untuk menambah varian kopi robusta atau blend, guna memenuhi permintaan konsumen di luar daerah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemasaran Kopi Sari Tunggal, serta meningkatkan daya saing produk kopi lokal di pasar yang lebih luas.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Analisis Swot, Efas Ifas

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES FOR SARI TUNGGAL
COFFEE PRODUCTS IN PUPUAN DISTRICT, TABANAN REGENCY,
BALI**

ABSTRACT

This research aims to analyze the marketing strategies implemented by Kopi Sari Tunggul in Pupuan District, Tabanan Regency, Bali. Using a qualitative research method and a descriptive approach, this study gathers in-depth information about effective marketing strategies in the local context. The research question is, "What marketing strategies are implemented by Kopi Sari Tunggul in Pupuan District?" Marketing, in this context, encompasses the planning, implementation, and control of activities aimed at creating and communicating product value. This research also explores the use of traditional marketing methods, including print advertising, radio, and direct marketing. The analysis results using the 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) and SWOT analysis show that Sari Tunggul Coffee has strengths in product quality and relationships with consumers. However, there are challenges in increasing product variety. The advice given is to add more robusta coffee or blends to meet consumer demand outside the region. Thus, this research is expected to contribute to the development of marketing strategies for Sari Tunggul Coffee, as well as enhance the competitiveness of local coffee products in the broader market.

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT Analysis, Efas Ifas*