

ABSTRAK

FAJAR PRAMUDITIA, 2026, Strategi Pemasaran Agroindustri Kopi Robusta (Studi Kasus pada Agroindustri Kopi Silalabak di Desa Sidamulih Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran). Di bawah bimbingan **AGUS YUNIAWAN ISYANTO** dan **RIAN KURNIA**.

Agroindustri Kopi Silalabak merupakan usaha pengolahan dan pemasaran kopi robusta di Desa Sidamulih, Kabupaten Pangandaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman pada Agroindustri Kopi Silalabak, serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui analisis IFE, EFE, SWOT, dan Diagram SWOT. Hasil penelitian menunjukkan skor IFE sebesar 3,17 dan EFE sebesar 3,48. Kekuatan utama adalah kualitas dan cita rasa khas kopi, sedangkan kelemahan utama adalah kapasitas produksi terbatas. Peluang utama berasal dari promosi digital dan kerja sama dengan kedai kopi, sementara ancamannya adalah meningkatnya biaya bahan pokok. Berdasarkan Diagram SWOT, agroindustri berada pada Kuadran I dengan koordinat (2,13 ; 0,54), sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi agresif melalui peningkatan promosi digital, perluasan jaringan pemasaran dan distribusi, serta penguatan kerja sama dengan kedai kopi.

Kata Kunci: Agroindustri, Kopi Robusta, Strategi Pemasaran, SWOT.

ABSTRACT

FAJAR PRAMUDITIA, 2026, Robusta Coffee Agroindustry Marketing Strategy (Case Study of the Silalabak Coffee Agroindustry in Sidamulih Village, Sidamulih District, Pangandaran Regency). Under the guidance of AGUS YUNIAWAN ISYANTO and RIAN KURNIA.

The Silalabak Coffee Agro-industry is a Robusta coffee processing and marketing business located in Sidamulih Village, Pangandaran Regency. This study aims to identify internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) affecting the Silalabak Coffee Agro-industry, as well as to formulate appropriate marketing strategies to boost sales and expand market share. A descriptive-qualitative method with a case study approach was employed, utilizing IFE, EFE, and SWOT analyses, along with a SWOT diagram. The results indicate an IFE score of 3.17 and an EFE score of 3.48. The primary strengths are the coffee's quality and distinctive flavor, while the main weakness is limited production capacity. Key opportunities arise from digital promotion and partnerships with coffee shops, whereas the primary threat is the rising cost of raw materials. Based on the SWOT diagram, the agro-industry is positioned in Quadrant I with coordinates (2.13; 0.54); consequently, the recommended approach is an aggressive strategy involving increased digital promotion, the expansion of marketing and distribution networks, and strengthened partnerships with coffee shops.

Keywords: Agro-industry, Marketing Strategy, Robusta Coffee, SWOT.