

**STRATEGI PEMASARAN KOPI KURRAK MANDAR
MENUJU PASAR DUNIA PADA CV. UWAI LIMBONG
KABUPATEN POLEWALI MANDAR**

ASNI ALWIYAH

A0120317



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT MAJENE
2025**

**STRATEGI PEMASARAN KOPI KURRAK MANDAR MENUJU PASAR
DUNIA PADA CV UWAI LIMBONG
KABUPATEN POLEWALI MANDAR**

**ASNI ALWIYAH
A0120317**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada
Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian dan Kehutanan

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARATMAJENE**

2025



UNIVERSITAS SULAWESI BARAT FAKULTAS
PERTANIAN DAN KEHUTANAN PROGRAM STUDI
AGRIBISNIS PROGRAM SARJANA

LEMBAR PERTNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Asni Alwiyah**
Nim : **A0120317**
Program Studi : **Agribisnis**

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Strategi Pemasaran Kopi Kurrak Mandar Menuju Pasar Dunia Pada Cv. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar** “ adalah benar merupakan hasil karya di bawah arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan ke perguruan tinggi manapun serta seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Majene, 25 November 2025



Asni Alwiyah

NIM. A0120317

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Kopi Kurrak Mandar Menuju Pasar
Dunia Pada CV Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar

Nama : Asni Alwiyah

Nim : A0120317

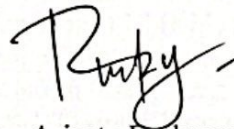
Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Arman Amran S.P., M.P
NIP. 19721002 20080 1105



Rizky Ariesty Fachrysa Halik S.P., M.Si
NIP.199503282022032024

Diketahui Oleh:

Dekan
Fakultas Pertanian dan Kehutanan



Prof. Dr. Ir. Kaimuddin, M.Si
NIP. 196005121989031001

Ketua
Prodi Agribisnis



Astina, S.P., M.Si
NIP. 199007222024212036

Tanggal Lulus : 2 Desember 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

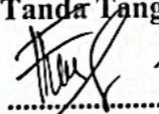
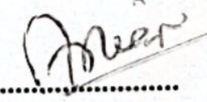
Skripsi dengan judul:
**Strategi Pemasaran Kopi Kurrak Mandar Menuju Pasar Dunia Pada CV
Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar**

Disusun Oleh :

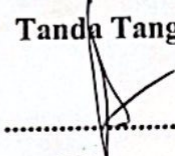
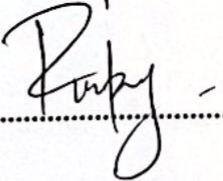
Asni Alwiyah
A0120317

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Sulawesi Barat
Pada tanggal ~~2 desember 2025~~ dan dinyatakan LULUS

SUSUNAN TIM PENGUJI

Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1. Fitri, S.P.,M.Si		2 / 12 / 2025
2. Dahniar, S.P.,M.Si		2 / 12 / 2025

SUSUNAN KOMISI PEMBIMBING

Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dr. Arman Amran S.P.,M.P		2 / 12 / 2025
2. Rizky Ariesty Fachrysa Halik S.P.,M.Si		2 / 12 / 2025

ABSTRAK

ASNI ALWIYAH. Strategi pemasaran kopi kurrak mandar menuju pasar dunia pada CV Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar peneliti ini dibimbing oleh **Arman Amran dan Rizky Ariesty Fachrysa Halik.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran kopi kurrak mandar yang dilakukan oleh CV Uwai Limbong dalam upaya memperluas pasar menuju tingkat nasional dan Internasional. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kurrak, Kecamatan Matakali, Kabupaten Polewali Mandar dengan metode analisis deskriptif kualitatif menggunakan pendekatan analisis SWOT, IFAS dan EFAS untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi kopi kurrak mandar saat ini masih berfokus pada pasar lokal dan regional dengan keterbatasan promosi digital, kapasitas produksi dan jaringan distribusi. Faktor kekuatan utama perusahaan terletak pada kualitas kopi yang khas, dukungan masyarakat dan petani lokal, serta legalitas usaha seperti sertifikat halal dan SNI. Kelemahan yang dihadapi yaitu keterbatasan modal, SDM pemasaran, promosi digital yang belum optimal. Sementara itu peluang yang dimiliki meliputi meningkatnya tren konsumsi kopi dunia, dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan UMKM, dan potensi ekspor ke pasar global. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan dengan merek kopi nasional dan internasional, fluktuasi harga bahan baku, serta perubahan preferensi konsumen. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang diterapkan CV Uwai Limbong meliputi : (1) strategi SO, memanfaatkan keunggulan kualitas dan citra lokal untuk memperluas pasar; (2) strategi WO, meningkatkan promosi digital dan inovasi produk; (3) strategi ST, memperkuat branding berbasis budaya mandar; dan (4) strategi WT, membangun kerja sama dengan pemerintah, lembaga dan komunitas kopi. Dengan penerapan strategi ini, kopi kurrak mandar berpotensi menjadi produk unggulan daerah yang mampu bersaing di pasar dunia.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kopi Kurrak Mandar, Analisis SWOT, CV Uwai Limbong, Pasar Dunia.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu Negara Produsen dan Eksportir Kopi paling Besar di dunia. Jenis Kopi yang di Ekspor yaitu Kopi Biji dan Kopi Bubuk, Jika dilihat dari Jenisnya ada dua jenis Kopi yang diminati oleh konsumen yakni Kopi Arabika dan Robusta. Kopi adalah produk Perkebunan yang kini tengah menjadi andalan di Indonesia. Negara Indonesia berada di urutan Keempat terbesar, setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia, dengan jumlah Ekspor mencapai angka 742.000 ton pada Tahun 2019.

Sektor pertanian mempunyai peranan yang cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup besar yaitu sekitar 12,40 persen pada tahun 2022 atau merupakan urutan ketiga setelah sektor Industri Pengolahan sebesar 18,34 persen dan sektor Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 12,85 persen (BPS 2022).

Salah satu subsektor yang cukup besar potensinya adalah subsektor perkebunan. Kontribusi subsektor perkebunan tahun 2022 yaitu sebesar 3,76 persen terhadap total PDB dan 30,32 persen terhadap sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan atau merupakan urutan pertama pada sektor tersebut. Sub sektor ini merupakan penyedia bahan baku untuk sektor industri, penyerap tenaga kerja, dan penghasil devisa (BPS 2022).

Menurut Surya (2013) peranan sektor pertanian dalam pembangunan di Indonesia memiliki kontribusi yang sangat penting. Prioritas pembangunan di Indonesia pada bidang ekonomi dititik beratkan pada sektor pertanian. Pertanian juga di pandang sebagai suatu sistem yang dinamakan agribisnis. Agribisnis adalah bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, baik disektor hulu maupun di sektor hilir. Konsep agribisnis sebenarnya adalah konsep yang utuh mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Sebagai suatu sistem, agribisnis mengandung arti sebagai rangkaian kegiatan dengan beberapa subsistem faktor

faktor input pertanian, subsistem produksi pertanian, subsistem pengolahan hasil pertanian, subsistem pemasaran, subsistem kelembagaan penunjang.

Sulawesi Barat adalah salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam industri kopi. Daerah ini terletak di bagian barat pulau Sulawesi dan memiliki kondisi geografis serta iklim yang mendukung pertumbuhan kopi berkualitas tinggi. Sulawesi Barat terkenal dengan beberapa daerah produsen kopi yang terkenal, antara lain Mamasa, Toraja, dan Polewali Mandar. Produktivitas kopi di Sulawesi Barat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor utama adalah kondisi geografis dan iklim. Daerah pegunungan Sulawesi Barat, seperti Toraja dan Mamasa, memiliki ketinggian yang ideal dan suhu yang moderat, yang sangat baik untuk pertumbuhan kopi. Curah hujan yang cukup dan distribusi yang merata juga mendukung kondisi pertumbuhan tanaman kopi di wilayah ini.

Salah satu wilayah pengembangan komoditas kopi rakyat adalah Sulawesi Barat. Selain dikenal sebagai penghasil utama komoditas cacao, kopi Arabika areal perkebunan kopi wilayah Mamasa, Sulawesi Barat ini juga telah dikenal sampai ke Eropa sejak tahun 1980. Saat ini, pengembangan lahan perkebunan kopi di wilayah Mamasa Sulawesi Barat berkembang dengan pesat, dengan capaian produktivitas sebesar 0,39 ton/ha untuk kopi Arabika dan sebesar 0,40 ton/ha untuk kopi robusta.

Varietas kopi lain yang belakangan baru muncul dan mulai dikenal adalah Kopi Kurrak yang merupakan inovasi ekonomi Masyarakat desa Kurrak Kab. Polewali Mandar. Desa Kurrak terletak di area pegunungan Kecamatan Tapango, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat sehingga Secara geografis, tanaman kopi sangat potensial dikembangkan di kampung itu. Jenis kopi yang dihasilkan ialah kopi robusta (Sulfa,2020).

Desa Kurrak dengan dukungan topografi wilayah dan iklim yang cocok untuk perkebunan kopi, yaitu pada ketinggian rata-rata 700 meter dari permukaan laut, mayoritas lahan perkebunan ditanami dengan kopi robusta, tetapi produk kopi Kurrak yang terkenal dari daerah tersebut merupakan olahan kopi jenis robusta dan arabika (Arman,2023)

Tabel 1 Produktivitas rata-rata Buah dan Biji Kopi Robusta Desa Kurrak

Tahun	Produktivitas buah kopi kg/ha/tahun	Produktivitas biji kopi kg/ha/tahun	Penyusutan %
2018	381,60	286,2	25%
2019	547,40	383,18	30%
2020	783	587,25	25%

Data Sekunder : BPS Sulawesi Barat 2021

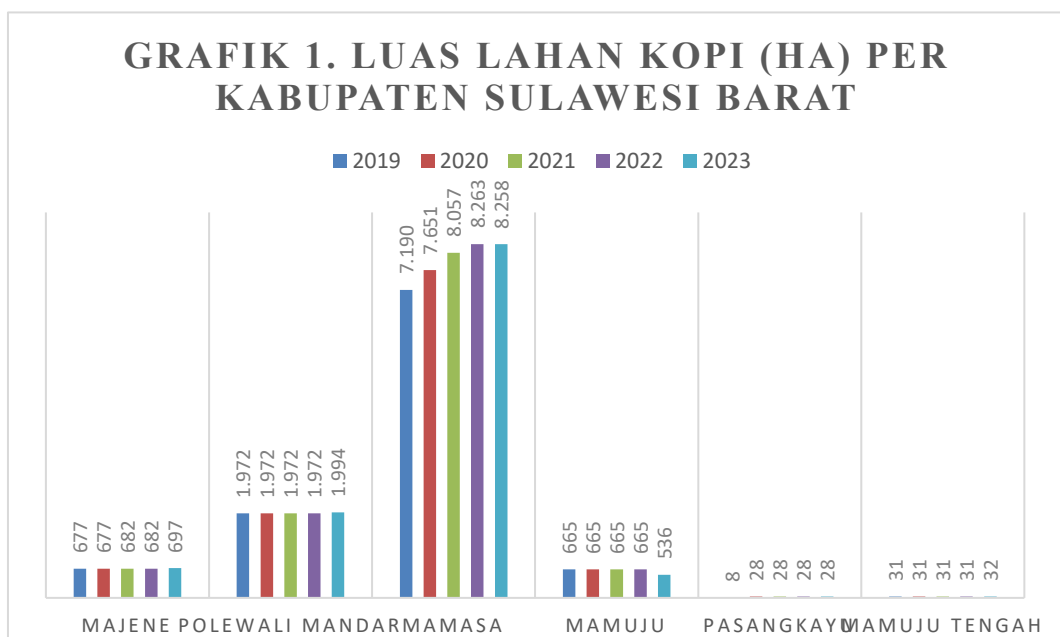
Pada tabel 1 menunjukkan bahwa dalam beberapa tahun terakhir terdapat data produktivitas buah maupun produktivitas biji kopi robusta di Polewali Mandar mengalami peningkatan yang sangat signifikan.

Tabel 2 Produktivitas rata-rata Buah dan Biji Kopi Arabika Desa Kurrak

Tahun	Produktivitas buah kopi kg/ha/tahun	Produktivitas biji kopi kg/ha/tahun	Penyusutan %
2018	353,40	245,19	20%
2019	512,10	235,20	25%
2020	723	535,48	20%

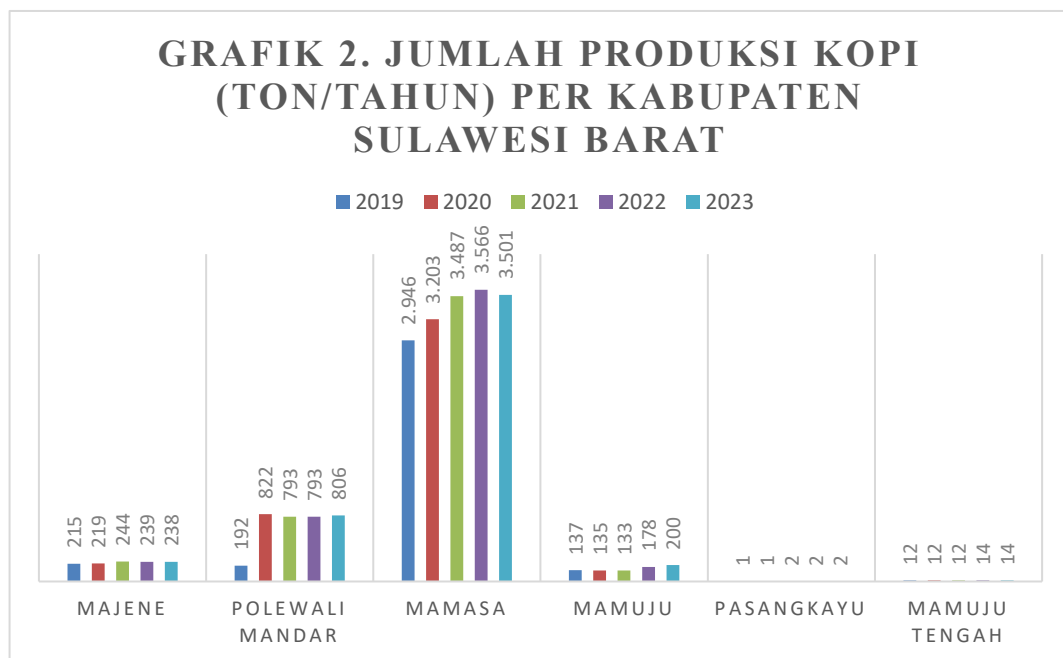
Data Sekunder : BPS Sulawesi Barat 2021

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa dalam beberapa tahun terakhir terdapat data produktivitas buah maupun produktivitas biji kopi arabika di Kurrak mengalami peningkatan yang sangat signifikan.



Data Sekunder: BPS Sulawesi Barat 2019-2023

Pada grafik 1 menunjukkan bahwa luas areal pertanaman kopi di Provinsi Sulawesi Barat masih didominasi perkebunan rakyat. Areal terluas pertanaman kopi di Sulawesi Barat adalah Kabupaten Mamasa dengan luas lahan 8.258,89 Ha dan Kabupaten Polewali Mandar dengan Luas Lahan 1.994,56 dan terendah Kabupaten Pasangkayu dengan luas lahan hanya 28 Ha. selama lima tahun terakhir dari tahun 2019 sampai tahun 2023 Kabupaten Mamasa menunjukkan peningkatan yang signifikan, di ikuti dengan Kabupaten Polewali Mandar dan Kabupaten Majene serta Kabupaten Pasangkayu dan Kabupaten Mamuju Tengah Walaupun tidak terlalu signifikan, berbeda dengan Kabupaten Mamuju yang cenderung menurun pada tahun 2023 kemarin. Menurut data Dinas Perkebunan Daerah Provinsi Sulawesi Barat.



Data Sekunder: BPS Sulawesi Barat 2019-2024

Berdasarkan Grafik 2 di atas, jumlah produksi kopi di Provinsi Sulawesi Barat masih didominasi Kabupaten Mamasa dengan jumlah produksi sebesar 3.501,76 ton/tahun dan Kabupaten Polewali Mandar sebesar 806,606 ton/tahun, di ikuti Kabupaten Majene sebesar 238,34 ton/tahun dan Kabupaten Mamuju sebesar 200,96 ton/tahun yang menunjukkan peningkatan secara signifikan sedangkan Mamuju Tengah hanya sebesar 14 ton/tahun tidak menunjukkan peningkatan

apapun dan yang terendah Kabupaten Pasangkayu sebesar 2,35 ton/tahun. selama lima tahun terakhir dari tahun 2019 sampai tahun 2023 cenderung meningkat walaupun tidak terlalu signifikan (BPS Sulawesi Barat, 2024).

Desa Kurrak, terletak di area pegunungan Kecamatan Tapango, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Secara geografis, tanaman kopisangat potensial dikembangkan di kampung itu. Sejak tahun 2018 silam, selaku pemerintah desa, ia mengembangkan pertanian kopi dengan menggunakan anggaran dana desa. Dengan mendatangkan bibit kopi berkualitas dari daerah Poso, Sulawesi Tengah, lalu dibagikan kepada para petani yang ada di desa Kurrak. Hampir semua masyarakat desa Kurrak mendapatkan bibit tersebut dan menanamnya di lahan pertanian meraka masing-masing.

Hasil biji kopi dari daerah yang pernah dikunjunginya langsung tersebut, memiliki kualitas yang tak ia ragukan lagi. Hal itu menjadi alasan kepala desa yang gelar pendidikannya S.Ag tersebut, memilih biji kopi dari daerah Poso, untuk dikembangkan di desa Kurrak. Selain itu, kepala desa Kurrak juga membuka usaha Kedai (warkop) yang menyediakan kopi hasil panen para petanidi desa Kurrak. Nama kedai kopi tersebut juga diambil dari nama desa yaitu Kopi Kurrak yang berlokasi di jalan Trans Sulawesi, di daerah Matakali. Disana, tak hanya tersedia menu kopi pada umumnya. Kedai itu, juga menyediakan beragam cita rasa lain seperti, kopi rempah yaitu campuran kopi dengan jahe. Ada campuran rempah lain seperti serei, kayu manis, dan pala (Sulfa,2020).

Masalah utama yang dihadapi pengusaha Kopi CV. Uwai Limbong yaitu pada manajemen pemasaran yang dimana produk Kopi Kurrak Mandar belum dikenal oleh kalangan masyarakat menengah kebawah atau wilayah pedesaan. Produk Kopi Kurrak Mandar belum memiliki platfrom untuk memasarkan produ k Kopi Kurrak Mandar keluar daerah. Banyaknya pesaing produsen Kopi yang lebih mampu menghasilkan produk Kopi baik dalam proses pengemasan skala kecil maupun skala besar dengan kapasitas yang lebih banyak lagi dengan harga terjangkau contoh perusahaan Kopi PT. Santos Jaya Abadi yang memproduksi Kopi Kapal Api dan Kaptan, Kota Semarang Jawa Tengah.

Oleh karena itu, aspek pemasaran perlu didasari sangat penting, bila mekanisme berjalan baik maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Pemilihan strategi yang tepat dalam proses pemasaran akan sangat mempengaruhi tercapainya visi dan misi usaha CV. Uwai Limbong. Dalam hal ini, perusahaan memilih dan menerapkan strategi-strategi pemasaran yang tepat dalam kegiatan pemasaran kopi. Untuk menerobos pasar perlu ada strategi yang difokuskan yaitu, strategi pemilihan pasar, strategi perencanaan produk, strategi penetapan harga, strategi saluran industri serta sarana promosi lainnya.

Dengan uraian di atas, maka perlu diadakan analisis strategi pemasaran yang mengetahui strategi apa yang akan digunakan oleh perusahaan CV. Uwai Limbong dalam pemasaran Kopi Kurrak Mandar. Sehingga daya tarik penulis untuk mengetahui aspek strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh pemilik, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian berjudul “ Strategi Pemasaran Kopi Kurrak Mandar Menuju Pasar Dunia Pada Cv. Uwai Limbong Kabupaten Polewali Mandar”.

1.1 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang penulis angkat dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana kondisi pemasaran Kopi Kurrak Mandar Di Desa Kurrak?
2. Bagaimana strategi pemasaran Kopi Kurrak Mandar?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi pemasaran kopi kurrak mandar di desa kurrak.
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran kopi kurrak mandar di desa kurrak.

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat dicapai setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi, penelitian ini di harapkan menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi aktivitas akademik khususnya pada studi Agribisnis
2. Bagi Peneliti, menambah wawasan peneliti dan wawasan bagi pembaca di bidang Agribisnis khususnya mengenai kondisi kopi kurrak mandar menuju pasar dunia dan menjadi literatur untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis.
3. Bagi Usaha UMKM, menjadi masukan yang bermanfaat bagi pelaku usaha kopi untuk dijadikan sebagai pedoman dalam peningkatan usahanya.
4. Bagi Pemerintah, memberikan pertimbangan dalam mengambil kebijakan berdasarkan data dan hasil peneliti yang dilakukan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian terkait strategi pemasaran kopi kurrak mandar menuju pasar dunia pada CV Uwai Limbong kabupaten polewali mandar maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. CV Uwai Limbong telah menunjukkan kemajuan signifikan dalam pengembangan Kopi Kurrak Mandar dari hulu ke hilir, dengan pemasaran yang berhasil menjangkau pasar lokal dan regional melalui integrasi produksi, pengolahan, dan distribusi. Namun, penetrasi ke pasar nasional dan global masih terhambat oleh keterbatasan promosi digital, jaringan distribusi yang terbatas, serta skala produksi yang belum optimal. Untuk mengatasi hal ini, strategi pemasaran yang direkomendasikan meliputi peningkatan investasi dalam kampanye digital seperti media sosial dan e-commerce internasional, perluasan kemitraan distribusi dengan eksportir global, serta peningkatan kapasitas produksi melalui teknologi modern dan sertifikasi internasional seperti fair trade atau organic. Dengan implementasi strategi ini, Kopi Kurrak Mandar berpotensi menjadi produk unggulan dunia, meningkatkan nilai ekonomi bagi petani lokal dan memperkuat posisi Indonesia dalam pasar kopi global.
2. Berdasarkan analisis SWOT, IFAS, dan EFAS, strategi yang dapat diterapkan CV Uwai Limbong untuk memperluas pasar Kopi Kurrak Mandar adalah:
 1. Strategi SO: memanfaatkan keunggulan kualitas produk dan brand lokal untuk memperluas pasar serta memperkuat jaringan distribusi.
 2. Strategi WO: meningkatkan promosi digital (media sosial dan marketplace) dan inovasi produk untuk mengatasi keterbatasan modal dan SDM.
 3. Strategi ST: memanfaatkan legalitas dan citra khas kopi Kurrak untuk menghadapi persaingan global dan melakukan inovasi produk varian rasa, kemasan modern) untuk menyesuaikan selera pasar.
 4. Strategi WT: memperkuat kerja sama dengan pemerintah, akademisi, dan lembaga serta komunitas kopi terkait untuk meminimalkan kelemahan serta mengurangi dampak ancaman pasar.

Dengan demikian, Kopi Kurrak Mandar memiliki prospek yang sangat baik untuk masuk ke pasar nasional maupun internasional apabila CV Uwai Limbong mampu mengoptimalkan strategi pemasaran yang tepat.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk CV Uwai Limbong
 - a. Meningkatkan promosi berbasis digital (media sosial, marketplace, website resmi) untuk menjangkau konsumen global.
 - b. Memperluas jaringan distribusi melalui kerja sama dengan eksportir, pemerintah daerah, dan komunitas pecinta kopi.
 - c. Melakukan inovasi produk (varian rasa, kemasan ramah lingkungan, dan desain modern) untuk menarik pasar internasional.
 - d. Mengembangkan sumber daya manusia melalui pelatihan di bidang pemasaran, manajemen usaha, dan teknologi pengolahan kopi.
2. Untuk Petani Kopi Desa Kurrak
 - a. Meningkatkan kualitas budidaya dan pascapanen sesuai standar internasional agar pasokan kopi konsisten.
 - b. Membentuk kelembagaan koperasi petani untuk memperkuat posisi tawar dan memperlancar rantai pasok dengan CV Uwai Limbong.
3. Untuk Pemerintah Daerah
 - a. Memberikan dukungan berupa akses permodalan, pendampingan UMKM, serta fasilitasi promosi kopi Kurrak Mandar di tingkat nasional dan internasional.
 - b. Mempercepat proses sertifikasi Indikasi Geografis (IG) bagi Kopi Kurrak Mandar sebagai salah satu daya saing utama di pasar dunia
4. Untuk Peneliti Selanjutnya
 - a. Disarankan melakukan penelitian lebih mendalam terkait strategi branding global, analisis rantai nilai (value chain), serta peran kemitraan internasional dalam mendukung ekspor Kopi Kurrak Mandar

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Alfatiha, R. A., & Sukoco, I. (2021). Penerapan Metode *Design Thinking* Terhadap Pemasaran Produk pada *Coffee Shop* Rimbun. *Bahtera Inovasi*, 5(1), 49-56.
- Amran A. 2023. Peningkatan keterampilan masyarakat petani kopi desa kurrak dalam biokonversi limbah kuliat buah kopi menjadi kompos. *Jurnal abdimas ilmiah citra bakti* 4.2 (2023): 360-368.
- Angka, A. W. A. (2021). Dampak Perubahan Iklim Terhadap Produktivitas Kopi Robusta Di Desa Kurrak Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar. *Media Agribisnis*, 5(2), 133-139.
- Arifin. 2013. Pengantar Ekonomi Pertanian. CV. Mujahid Press: Bandung. Badan pusat statistik. 2021 provinsi sulawesi barat produksi dan produktivitas.
- Badan pusat statistik. 2022 provinsi sulawesi barat produksi dan produktivitas
- Creswell. John W. 2017 Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Yogya: Pustaka Pelajar. Freddy Rangkuti .2009. Strategi Promosi Yang Kreatif. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utami
- David, F. R., & David, F. R. (2020). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. 17th Edition. Pearson Education.
- Hamni, 2013. Potensi Pengembangan Teknologi Proses Produksi Kopi Lampung. *Jurnal Mechanical*, Volume 4, Nomor 1.
- House of Infogrphisc, (2013). Produksi Kopi Indonesia Terbesar Ketiga Dunia.
- Husein Umar.(2013). BAB 3. METODE PENELITIAN 3.1Desain dan

- Jenis Penelitian. <https://www.bing.com>.
- Huch, M., Franz, C.M.A.P. 2015. *Advanced in Fermented Food and Beverage*. Elsevier Ltd. Berlin. Germany.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- International Coffee Organization. (2021). "Coffee Market Report.
- Jamil, A. S. (2019). Daya Saing Perdagangan Kopi Indonesia di Pasar Global. *Agriekonomika*, 8(1), 26.
- Juanda., Nurliza., dan Eva Dolorosa. 2019. *Strategi Pemasaran Minyak Goreng Kelapa "Nyiur Hijau" di UKM Beringin Putri Kota Singkawang*. Artikel Ilmiah. Universitas Tanjungpura Pontianak.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lamb, Hair dan Mcdaniel. 2012. *Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat. Lampung. *EJournal Universitas Borobudur*. Vol 1(1): 87-141
- Limakrisna, N., dan Purba. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Nalurita, Sari. 2014 *Analisis Daya Saing dan Rumusan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia [Tesis]*. Sekolah Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor
- Nugraha, Qudrat. 2014. *Strategi Manajemen Pemerintahan dalam Strategi Manajemen*. Universitas Terbuka Jakarta
- Nur, Fajar., dan Aini DF. 2016. *Teknik Analisis SWOT (Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman) Cetakan ke-1*. Yogyakarta: Quadrant
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik membedah kasus bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta.

Gramedia Pustaka Utama.

- Raco, J. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif: Jenis Karakteristik Dan Keunggulannya*. GRASINDO: Jakarta
- Raco, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Saputera, D. (2021). Analisis kinerja dan prospek komoditas KOPI. *Bisnis, Ekonomi dan sains*, 1(2), 1–9
- Sihotang, J. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Nommensen*, 4, 9–18.
- Smith, J. (2020). *Coffee Marketing Strategies: A Global Perspective*. New York: Coffee Press
- Sugiyono.(2015). <https://www.bing.com/.data> primer dilakukan melalui observasi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriatna, Yuda., dan Yoga Adoyanto. 2019. *Induksi Manajemen Pemasaran*. Qiara Media.
- Surya, Andi. 2013. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembangunan Sektor Pertanian dan Implikasinya Terhadap Kesejahteraan Petani di Provinsi*.
- Sulfa Raeni, (2020). *Ekonomi dan Bisnis*
- Suryati, Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Deepblish.
- Swastha, Basu., dan Handoko. 2018. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Tjiptono, Fandy.2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2019). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Umar, H. (2019). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.

- Jakarta: Rajawali Pers. Umar, H. (2019). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers.
- Umar, H. (2022). *Strategic Management in Business: Teori dan Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yulia sari.(2020). Analisis Strategi Pemasaran Kopi. (Study Kasus Merek Dapu Kupi). Ar-Raniry Banda Aceh./1441.
- Zulfa, Alyah.(2018). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Kopi Arabika Pada Cv. Yudi Putra. (UIN Sumatera Utara).