

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES ON BRAYO COFFEE IN INCREASING SALES VOLUME

This study aims to determine and analyze marketing strategies for brayo coffee in increasing sales volume. This type of research is descriptive with a qualitative approach. The subjects in this study were brayo coffee, dating Lamongan. Data collection techniques using interviews, observation, documentation and triangulation that have been tested for data validity. The analysis technique used is the SWOT analysis.

The results of this study, based on the results of analysis on the matrix of internal strategic factors analysis summary (IFAS) value of 2.00 strength score and weakness score 0.99, the biggest strength factor lies in good product quality with a score of 0.52 and the biggest factor in weakness lies in the lack of direct promotion to surrounding community with a score of 0.30. While the results of the analysis on the external strategic factors analysis summary (EFAS) matrix score of 1.85 and the threat score of 1.00, the biggest opportunity factor lies in the absence of innovation in mangrove coffee in the Lamongan and surrounding areas with a score of 0.80. The biggest threat factor lies in the increasing number of other similar businesses with a score of 0.30. Based on the results of the SWOT diagram that brayo coffee is in quadrant I which shows that brayo coffee is in a favorable situation with the opportunities and strengths it has so that it can take advantage of the opportunities available.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume, SWOT

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KOPI BRAYO DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran pada kopi brayo dalam meningkatkan volume penjualan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subyek pada penelitian ini adalah kopi brayo paciran lamongan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi yang telah diuji validitas datanya. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT.

Hasil penelitian ini, berdasarkan hasil analisis pada matriks *internal strategic factors analysis summary* (IFAS) nilai skor kekuatan 2.00 dan skor kelemahan 0.99, faktor kekuatan terbesar terletak pada kualitas produk yang baik yaitu dengan skor 0.52 dan faktor terbesar pada kelemahan terletak pada kurangnya promosi langsung kepada masyarakat sekitar dengan skor 0.30. Sedangkan hasil analisis pada matriks *eksternal strategic factors analysis summary* (EFAS) nilai skor peluang 1.85 dan skor ancaman 1.00, faktor peluang terbesar terletak pada belum ada inovasi kopi mangrove di daerah lamongan dan sekitar dengan skor 0.80. Faktor ancaman terbesar terletak pada semakin banyak usaha sejenis lainnya dengan skor 0.30. Berdasarkan hasil diagram SWOT bahwa kopi brayo berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa kopi brayo berada pada situasi menguntungkan dengan peluang dan kekuatan yang dimiliki sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, SWOT