

# **STRATEGI PEMASARAN MINUMAN OLAHAN KOPI PADA KEDAI KOPI KIYO BANDAR LAMPUNG**

**Oleh  
Sriyati**

## **RINGKASAN**

Kedai Kopi Kiyo merupakan usaha minuman olahan kopi yang berdiri tahun 2017. Permasalahan yang dihadapi Kedai Kopi Kiyo yaitu persaingan pasar yang ketat namun usaha Kedai Kopi Kiyo masih dalam tahap pengembangan, sehingga memerlukan strategi pemasaran dengan memodifikasi analisis SWOT. Tujuan penulisan ini adalah (1) mendeskripsikan usaha Kedai Kopi Kiyo dalam bidang bisnis kopi (2) mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dimiliki Kedai Kopi Kiyo (3) merumuskan alternatif strategi pemasaran yang relevan digunakan Kedai Kopi Kiyo. Metode pengumpulan data yang digunakan didapatkan dengan cara wawancara *indepth interview* dan pemberian kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif yaitu dengan mendeskripsikan usaha Kedai Kopi Kiyo, kondisi internal dan kondisi eksternal Kedai Kopi Kiyo dengan pendekatan SWOT.

Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa Kedai Kopi Kiyo berada pada kuadran I yaitu mampu bersaing di pasar persaingan yang kompetitif. Strategi yang direkomendasikan adalah Strategi SO (*Strengths and Opportunities*). Strategi SO meliputi mengintensifkan promosi pada pasar konsumen yang dituju, memberikan jaminan kualitas terhadap produk yang ditawarkan, selalu berinovasi pada produk yang ditawarkan.