

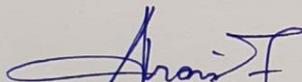
**PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI**

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN STRATEGI
PENGEMBANGAN KOMODITAS OLAHAN KOPI PINOGU
DI WARKOP PINOGU MURNI KOTA GORONTALO**

**MUH A WIRFAHYADI
614 414 040**

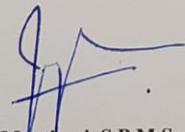
**Skripsi Ini Telah Disetujui dan Disidangkan Dihadapan Komisi Ujian Sidang
pada Tanggal 17 Juli 2018**

**Disetujui
Komisi Pembimbing**

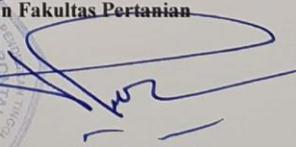
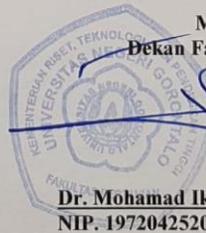

Dr. Amir Halid, SE, M.Si
Ketua


Yuriko Boekoesoe, SP, M.Si
Anggota

**Menyetujui
Ketua Jurusan Agribisnis**


Amelia Murtisari, S.P.M.Sc
NIP: 198607282010122007

**Mengetahui
Dekan Fakultas Pertanian**



Dr. Mohamad Ikbah Bahua, SP, M.Si
NIP: 197204252001121003

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Saluran Pemasaran dan Strategi Pengembangan Komoditas Olahan Kopi Pinogu di Warkop Pinogu Murni Kota Gorontalo

Nama : Muh A Wirfahyadi

Nim : 614414040

Program Studi : SI Agribisnis

Telah disidangkan dan dipertahankan dihadapan dewan penguji

Hari/Tanggal : Selasa, 17 Juli 2018

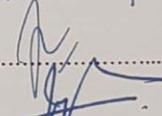
Pukul : 14.00 WITA

Dewan Penguji

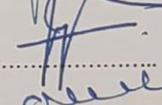
1. Dr. Amir Halid, SE, M.Si

1. 

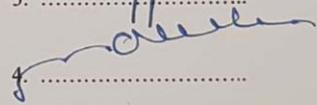
2. Yuriko Boekoesoe, SP, M.Si

2. 

3. Amelia Murtisari, SP, M.Sc

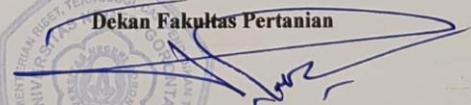
3. 

4. Prof. Dr. Ir. Mahludin H. Baruwadi, MP

4. 

Gorontalo, Agustus 2018

Dekan Fakultas Pertanian


Dr. Mohamad Ikbah Bahua, SP, M.Si
NIP.197204252001121003

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
KOMODITASOLAHAN KOPI PINOGU DI WARKOP PINOGU
MURNIKOTA GORONTALO**

Muh A Wirfahyadi); Amir Halid dan Yuriko Boekoesoe**)
Jurusan Agribisnis, fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; Margin pemasaran Kopi Pinogu di warkop Pinogu Murni dan Strategi Pengembangan pemasaran Kopi Pinogu di Warkop Pinogu Murni. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Data penelitian diperoleh dari observasi, wawancara, studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis Margin Pemasaran dan analisis SWOT. Informan penelitian berjumlah 5 orang, yaitu Pemilik Warkop, Karyawan, Konsumen, Petani, dan pedagang besar dari Kopi Pinogu. Hasil Penelitian menyatakan; Analisis Margin pemasaran di warkop Pinogu Murni hanya memperoleh 1 pola saluran pemasaran yaitu dari petani disalurkan kepada pedagang besar kemudian kepada warkop dan akhirnya mencapai konsumen akhir sehingga menghasilkan total margin sebesar Rp. 30.000 untuk kopi dalam bentuk bubuk sedangkan untuk bentuk seduh menghasilkan total margin sebesar Rp. 410.000, hal ini dikarenakan Kopi Pinogu di warkop Pinogu Murni sudah mengalami berbagai proses berupa pengolahan kopi, penambahan bahan baku seperti gula, susu, creamer, biaya distribusi, dan fasilitas penunjang Warkop.Strategi pengembangan pemasaran Kopi Pinogu di Warkop Pinogu Murni berdasarkan diagram SWOT pada posisi kuadran I, maka strategi yang terpilih adalah kombinasi strategi S-O yaitu: 1). Peningkatan retensi pelanggan, 2). Pembangunan sistem berbasis komputer.

Kata kunci : Kopi Pinogu, Strategi Pengembangan

*) Judul Skripsi

**) Mahasiswa jurusan Agribisnis

***) Tim Pembimbing

ANALYSIS OF MARKETING CHANNEL AND COMMODITY STRATEGY
DEVELOPMENT OF PINOGU COFFEE PROCESSED AT PINOGU MURNI
COFFEE SHOP AT GORONTALO REGENCY

Muh A Wirfahyadi**); Amir Halid and Yuriko Boekoesoe***)
Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture, State University of Gorontalo

ABSTRACT

The research aims at investigating; the marketing margin of Pinogu Coffee at Pinogu Murni coffee shop and the marketing strategy development of Pinogu Coffee at Pinogu Murni coffee shop. It applies descriptive quantitative method. Data are collected through observation, interview, library research, and documentation. The technique of data analysis uses the analysis of marketing margin and SWOT analysis. Research informant is consisting of five people; the owner of the coffee shop, employee, consumer, farmer, wholesaler of Pinogu Coffee. Research findings reveal that; Analysis of marketing margin at Pinogu Murni coffee shop only obtain 1 marketing pattern that is from farmer channeled to the wholesaler, then it channeled to the coffee shop and finally arrive at end consumers. Therefore the amount of total margin for coffee in powder form is IDR 30.000, while the amount of total margin for brew coffee is IDR 410.000, it is because of Pinogu Coffee have encountered various processes such as coffee processing, addition of raw material namely sugar, milk, creamer, distribution cost, and supporting facilities of coffee shop. Marketing strategy development of Pinogu coffee at Pinogu Murni coffee shop based on SWOT diagram is in quadrant position I; therefore the chosen strategy is S-O strategy combination which are: 1). The increase of customer retention; 2). The development of computer-based systems.

Keywords: Pinogu Coffee, Development Strategy

*) Title of Skripsi

**) Students of Agribusiness Department

***) Supervisor Team

