

PROYEK AKHIR

**STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENDORONG PENINGKATAN
PENJUALAN “BEANTOPIA” DI KAWASAN ASIA TENGGARA**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan



**POLITEKNIK
TEMPO**

Disusun Oleh

DESWINA ANFARIZI

NIM: 211210002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

POLITEKNIK TEMPO

JAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-10
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR		

STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENDORONG PENINGKATAN PENJUALAN “BEANTOPIA” DI KAWASAN ASIA TENGGERA

Disusun oleh :

Deswina Anfarizi

211210002

Diterima dan Disetujui untuk dipertahankan pada Ujian Sidang Tugas Akhir

Menyetujui,

Jakarta, 3 Juni 2025

Pembimbing I



Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.
0304028306

Pembimbing II



Harry Jundrio, S.E., M.M.
0330068302

Menyetujui,

Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional



Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M
0306028803

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PROYEK AKHIR

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-16
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Deswina Anfarizi

Tempat/Tanggal lahir : Jakarta/24 Desember 2003

NIM : 211210002

Program Studi : Manajemen Pemasaran Internasional

Judul Tugas Akhir : STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENDORONG
PENINGKATAN PENJUALAN "BEANTOPIA" DI KAWASAN ASIA TENGGARA

Dosen Pembimbing : 1. Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.

2. Harry Jundrio, S.E., M.M.

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat benar-benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab secara akademis atas apa yang saya tulis.

Pernyataan ini dibuat sebagai salah satu syarat menempuh Ujian Tugas Akhir.

Jakarta, 3 Juni 2025



Deswina Anfarizi

211210002

SURAT BEBAS PLAGIARISME



POLITEKNIK TEMPO

Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210

021-5360409 admin@politekniktempo.ac.id

www.politekniktempo.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 012/Poltem-Perpus/Plagiasi/VI/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reva Wijayanti, S.IP.
NIK : 22NA0020
Jabatan : Kepala Perpustakaan

Dengan ini kepala Perpustakaan Politeknik Tempo menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut :

Nama : Deswina Anfarizi
NIM : 211210002
Prodi / Angkatan : Manajemen Pemasaran Internasional / 2021
Judul : **STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENDORONG**

PENINGKATAN PENJUALAN "BEANTOPIA" DI KAWASAN

ASIA TENGGARA

Tugas akhir yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi menggunakan aplikasi *Turnitin* dengan hasil **23%** dan dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% sesuai dengan pedoman akademik yang berlaku pada setiap bab naskah skripsi/TA yang telah disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai persyaratan untuk sidang akhir dan pengurusan surat bebas pustaka.

Jakarta, 03 Juni 2025

Kepala Perpustakaan,


POLITEKNIK TEMPO
Reva Wijayanti, S.IP.

**MARKETING MIX STRATEGY IN DRIVING “BEANTOPIA” SALES IN SOUTHEAST
ASIA REGION**

Name : Deswina Anfarizi
ID Number : 211210002
Advisor : Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A
Harry Jundrio, S.E., M.M.

ABSTRACT

Coffee has evolved into a lifestyle trend among Indonesian society, driving increased consumption and the rapid growth of coffee shops and related businesses. The rising demand for high-quality coffee with distinctive flavors presents significant opportunities for entrepreneurs to compete both domestically and internationally. As one of the world’s largest coffee producers, Indonesia holds great export potential, despite facing challenges such as climate change, pest outbreaks, and the aging of coffee plants. Beantopia, a coffee bean supplier established in 2021, has successfully penetrated international markets including South Korea and Dubai with various Indonesian Arabica coffee variants. This study aims to analyze Beantopia’s export marketing strategy through the marketing mix approach (4Ps: product, price, place, promotion), to enhance its Southeast Asia competitiveness and support the welfare of local coffee farmers.

Keywords: Coffee, Marketing Strategy, Marketing Mix, Export, Beantopia, Indonesian Arabica, Lifestyle, International Market

**STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENDORONG PENINGKATAN PENJUALAN
“BEANTOPIA” DI KAWASAN ASIA TENGGARA**

Nama : Deswina Anfarizi
NIM : 211210002
Pembimbing : Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A
Harry Jundrio, S.E., M.M.

ABSTRAK

Kopi telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia, seiring dengan meningkatnya tren konsumsi dan pertumbuhan industri kedai kopi. Permintaan terhadap kopi berkualitas dengan cita rasa khas mendorong para pelaku usaha untuk memanfaatkan potensi tersebut melalui strategi pemasaran yang efektif. Indonesia sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia memiliki peluang besar dalam industri ekspor kopi, meskipun dihadapkan pada tantangan seperti perubahan iklim dan rendahnya tingkat peremajaan tanaman. Beantopia, perusahaan pemasok biji kopi yang berdiri sejak tahun 2021, telah berhasil menembus pasar internasional seperti Korea Selatan dan Dubai. Dengan beragam varian kopi arabika khas Indonesia, Beantopia menunjukkan potensi untuk terus berkembang di pasar global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran ekspor yang diterapkan Beantopia melalui pendekatan bauran pemasaran (*4P: product, price, place, promotion*), guna memperkuat daya saingnya di pasar Asia Tenggara dan mendukung kesejahteraan petani kopi lokal.

Kata Kunci: Kopi, Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Ekspor, Beantopia, Arabika Indonesia, Gaya Hidup, Pasar Internasional.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas segala bentuk Rahmat dan Hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENDORONG PENINGKATAN PENJUALAN “BEANTOPIA” DI KAWASAN ASIA TENGGARA” ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Tempo.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Shalfi Andri, S.P., M.M., selaku Direktur Politeknik Tempo sekaligus pembimbing akademik atas bimbingan dan dukungan yang diberikan. Penulis sangat berterima kasih karena Pak Shalfi sangat amat keren.
2. Ibu Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A., dan Bapak Harry Jundrio, S.E., M.M., sebagai dosen pembimbing tugas akhir sangat memberikan kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penulisan ini, serta waktu yang terbuang untuk memberikan bimbingan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional yang sangat memberikan motivasi, serta sangat mengingatkan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
4. Ibu Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M., Bapak Iqbal Arrasyid, S.E., M.M., PhD., dan Ibu Dewi Yani Amril, S.Kom., M.M., selaku dosen-dosen Manajemen Pemasaran Internasional yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman yang sangat berguna.
5. Kak Tika, selaku Admin Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional yang sangat membantu penulis dalam menyusun dokumen-dokumen dari awal semester sampai dengan akhir semester. Tanpa Kak Tika, penulis akan kehilangan dokumen-dokumen penting.
6. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Jumari, S.E., dan Ibu Nurchasanah yang telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam memberikan nasihat, kesabaran yang tiada batas, motivasi ketika penulis sedang menjadi mahasiswa dalam menyusun tugas akhir ini. Tanpa doa, usaha, dan dukungan mereka, penulis akan menyerah. Atas kerja keras kedua orang tua, penulis tidak ada di titik ini.

7. Kak Rifa Anfarizi, S.AP., saudara kandung penulis, sekaligus Admin Produksi Media yang sangat memberikan dukungan, waktu, paksaan, dan bantuan selama di rumah maupun di kampus. Tanpa Kak Rifa, penulis sudah sangat menyerah. Waktu yang diberikan di rumah maupun di kampus, sangat amat membantu penulis untuk bertahan hidup. Penulis berterima kasih karena sudah selalu menemani jajan dalam keadaan apapun.
8. Agha Al Farizi Akbar, A.Md. C.G., yang telah memberikan banyak dukungan, masukan, pemahaman materi tentang hidup, dan waktu kepada penulis. Penulis sangat berterima kasih atas kesabarannya selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Dukungan untuk bimbingan dan revisi sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih untuk kopi satu liter dan makanan lainnya yang diberikan ketika penulis selesai bimbingan.
9. Putri Asma Nur Afifah, sebagai sahabat penulis yang sangat memberikan ketenangan ketika penulis sedang *burnout*. Terima kasih atas masukan tentang agama dan dunia yang sangat seimbang kepada penulis.
10. Fanny Dara Marinda, sebagai sahabat yang sangat memberikan penghakiman atas segala tindakan penulis selama di kampus maupun di luar kampus.
11. Seluruh teman-teman Politeknik Tempo terutama MPI *Pride* telah menjadi bagian dari kehidupan kampus yang sangat berwarna.
12. Seluruh *staff* Politeknik Tempo, yang telah membantu penulis ketika berada di lingkungan kampus.
13. Rekan-rekan Sirkulasi PT Tempo Media, yang telah memberikan dukungan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir supaya bisa liburan ke Bali.
14. Gadis, Oca, Pani, Vina, dan Dinda yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Tanpa mereka, penulis tidak dapat main-main dengan senang tanpa beban.
15. Gagah, Ardi, Fadel, dan Kak Nurul yang menemani penulis *healing* ketika sedang tidak baik-baik.
16. Teman Seperjuangan Satu Tim Sekolah Ekpsor, Fajar Ghafar Irwansyah, Danica Danendra, Maria Stefania, dan Fatan Zaki yang telah memberikan dukungan dan saran dalam penyelesaian laporan akhir ini.

Jakarta, 2 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PROYEK AKHIR.....	ii
SURAT BEBAS PLAGIARISME.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Kajian	6
F. Manfaat Kajian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Kegunaan Praktis	7
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Ekspor	9
2. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	13
B. Pertanyaan Kajian.....	22

BAB III	27
METODE KAJIAN	27
A. Profil Perusahaan	27
1. Arabika.....	28
2. Robusta.....	29
B. Analisis SWOT (<i>Streght, Weakness, Opportunity, Threats</i>)	31
C. Analisis Sumber Daya Manusia	32
1. <i>Chief Executive Officer</i> (CEO).....	32
2. <i>Chief Financial Officer</i> (CFO).....	32
3. <i>Chief Digital Officer</i> (CDO).....	33
4. <i>Chief Technology Officer</i> (CTO).....	33
5. <i>Chief Marketing Officer</i> (CMO).....	33
D. Analisis Pemasaran.....	33
1. <i>Segmenting</i> (Segmentasi).....	33
2. <i>Targeting</i> (Target)	37
3. <i>Positioning</i> (Posisi)	37
E. Analisis Operasional	38
F. Analisis Keuangan.....	40
1. <i>Sales Revenue</i> (Pendapatan Penjualan)	40
2. <i>Cost of Goods Sold</i> (Harga Pokok Penjualan)	43
3. Analisis Keuangan Sederhana	46
G. Analisis Kompetitor	56
H. Timeline Pembuatan Usaha	58
I. Timeline Bisnis.....	59
BAB IV.....	61
HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Hasil Kajian	61
B. Pembahasan	61
1. Ekspor.....	61

2. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	64
C. Keterbatasan Kajian.....	82
BAB V.....	83
PENUTUP	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
LAMPIRAN	xvii

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1.1 Tabel Penjualan Beantopia Periode 2022-2024.....</i>	<i>3</i>
<i>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabel 3. 1 Penjualan Beantopia Tahun 2022 ke Korea Selatan</i>	<i>40</i>
<i>Tabel 3. 2 Penjualan Beantopia Tahun 2023 ke Kebon Jeruk, Jakarta Barat</i>	<i>41</i>
<i>Tabel 3. 3 Penjualan Beantopia Tahun 2023 ke Kebon Jeruk, Jakarta Barat</i>	<i>41</i>
<i>Tabel 3. 4 Penjualan Beantopia Tahun 2024 ke Pangkal Pinag, Bangka Belitung</i>	<i>41</i>
<i>Tabel 3. 5 Penjualan Beantopia Tahun 2024 ke Kebon Jeruk, Jakarta Barat</i>	<i>42</i>
<i>Tabel 3. 6 Penjualan Beantopia Tahun 2024 ke Dubai</i>	<i>42</i>
<i>Tabel 3. 7 Penjualan Beantopia Tahun 2024 ke Tangerang</i>	<i>42</i>
<i>Tabel 3. 8 Harga Pokok Penjualan Beantopia Tahun 2022-2024.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabel 3. 9 Total Pendapatan Beantopia Tahun 2022.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabel 3. 10 Penjualan Beantopia Tahun 2023.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabel 3. 11 Pendapatan Beantopia Tahun 2024</i>	<i>52</i>
<i>Tabel 3. 12 Timeline Pembuatan Usaha Beantopia</i>	<i>58</i>
<i>Tabel 3. 13 Timeline Bisnis Beantopia</i>	<i>59</i>
<i>Tabel 4. 1 Daftar Harga Produk CV Kwadungan Java Coffee Temanggung</i>	<i>70</i>
<i>Tabel 4. 2 Daftar Harga CV Wanoja Patra Jaya</i>	<i>71</i>
<i>Tabel 4. 3 Harga Produk Gravfarm</i>	<i>72</i>
<i>Tabel 4. 4 Harga Produk Beantopia</i>	<i>73</i>
<i>Tabel 4. 5 Promosi Melalui Website.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabel 4. 6 Database Calon Konsumen Beantopia</i>	<i>77</i>
<i>Tabel 4. 7 Data Penjualan Beantopia Tahun 2022-2024.....</i>	<i>78</i>

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 3. 1 Logo Beantopia.....</i>	<i>27</i>
<i>Gambar 3. 2 Analisis SWOT Beantopia.....</i>	<i>31</i>
<i>Gambar 3. 3 Analisis Sumber Daya Manusia</i>	<i>32</i>
<i>Gambar 3. 4 Analisis Operasional</i>	<i>39</i>
<i>Gambar 3. 5 Perubahan Modal Tahun 2021.....</i>	<i>46</i>
<i>Gambar 3. 6 Harga Pokok Penjualan Beantopia Tahun 2022</i>	<i>47</i>
<i>Gambar 3. 7 Perubahan Modal Beantopia Tahun 2022</i>	<i>48</i>
<i>Gambar 3. 8 Laporan Neraca Beantopia Tahun 2022.....</i>	<i>49</i>
<i>Gambar 3. 9 Laba Rugi Beantopia Tahun 2023</i>	<i>50</i>
<i>Gambar 3. 10 Perubahan Modal Beantopia Tahun 2023</i>	<i>50</i>
<i>Gambar 3. 11 Neraca Beantopia Tahun 2023</i>	<i>51</i>
<i>Gambar 3. 12 Laba Rugi Beantopia Tahun 2024</i>	<i>53</i>
<i>Gambar 3. 13 Perubahan Modal Beantopia Tahun 2024</i>	<i>53</i>
<i>Gambar 3. 14 Neraca Beantopia Tahun 2024</i>	<i>54</i>
<i>Gambar 3. 15 Website UMKM CV Kwadungan Java Coffee Temanggung</i>	<i>56</i>
<i>Gambar 3. 16 Instagram CV Wanoja Patra Jaya</i>	<i>56</i>
<i>Gambar 3. 17 Tampilan Website Gvfarm</i>	<i>57</i>
<i>Gambar 4. 1 Invoice Penjualan Beantopia ke Malaysia Tahun 2025</i>	<i>63</i>
<i>Gambar 4. 2 Phytosanitary Certificate Beantopia ke Malaysia Tahun 2025</i>	<i>64</i>
<i>Gambar 4. 3 Hasil Survey Kepada Pembeli</i>	<i>65</i>
<i>Gambar 4. 4 Hasil Survey Kepada Pembeli</i>	<i>66</i>
<i>Gambar 4. 5 Produk Arabika Original</i>	<i>67</i>
<i>Gambar 4. 6 Tingkatan Produk Beantopia</i>	<i>68</i>
<i>Gambar 4. 7 Produk Greenbean Robusta</i>	<i>69</i>
<i>Gambar 4. 8 Produk Fine Robusta</i>	<i>69</i>
<i>Gambar 4. 9 Penawaran Melalui E-mail.....</i>	<i>75</i>
<i>Gambar 4. 10 Aplikasi Editor Untuk HTML</i>	<i>79</i>
<i>Gambar 4. 11 Online Editor HTML.....</i>	<i>80</i>
<i>Gambar 4. 12 Penulisan Kode HTML</i>	<i>80</i>
<i>Gambar 4. 13 Elemen Tata Letak Website.....</i>	<i>80</i>
<i>Gambar 4. 14 Penambahan Heading, Teks, dan Gambar.....</i>	<i>81</i>
<i>Gambar 4. 15 Pengubahan Posisi Kolom, Penataan Teks, dan Padding Elemen.....</i>	<i>81</i>
<i>Gambar 4. 16 Penyesuaian Elemen Visual</i>	<i>81</i>
<i>Gambar 4. 17 Hasil HTML Website Beantopia.....</i>	<i>82</i>

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. 1 Negara Eksportir Kopi Terbesar Dunia Tahun 2015-2019.....2

Diagram 3. 1 Grafik Penjualan Beantopia Tahun 2022-202455

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Biodata Penulis.....</i>	<i>xvii</i>
<i>Lampiran 2 Lembar Bimbingan Penulis</i>	<i>xviii</i>
<i>Lampiran 3 Surat Izin Berusaha.....</i>	<i>xxiv</i>
<i>Lampiran 4 Hasil Kuesioner</i>	<i>xxv</i>
<i>Lampiran 5 Hasil Turnitin</i>	<i>xxvi</i>
<i>Lampiran 6 Invoice Penjualan Beantopia</i>	<i>xxxiii</i>