

ABSTRAK

Baduga Coffee Roastery adalah salah satu perusahaan pengolahan kopi di Jawa Barat yang memenuhi kebutuhan pasar tersebut. Perusahaan ini hadir sebagai pengolah kopi milik pribadi yang dioperasikan di daerah Cibodas, Maribaya, Lembang. Kelebihan yang dimiliki oleh Baduga Coffee Roastery adalah perkebunan dan pengolahan kopi milik pribadi yang memiliki kualitas yang terbaik dengan harga yang bersaing serta dikelola menggunakan teknologi yang memadai. Namun Baduga Coffee Roastery harus memiliki branding dan market segmentation yang besar untuk memasarkan produknya dan mewujudkan visi dan misi perusahaan. Fokus penelitiannya ialah untuk (1) mengidentifikasi pendekatan pemasaran di Baduga Coffee Roastery, (2) mengidentifikasi strategi terefektif yang dilaksanakan Baduga Coffee Roastery pada peningkatan hasil penjualannya, (3) mengidentifikasi strategi pemasaran Baduga Coffee Roastery pada peningkatan hasil penjualannya. Hasil penelitiannya memperlihatkan jika (1) strategi pemasaran yang dilaksanakan ialah menentukan pasar, barang, penyaluran dan promosinya; (2) strategi terefektif yang dilaksanakan yakni promosi, promosi yang dilaksanakan dengan platform media sosial (3) strategi pemasaran Baduga Coffee Roastery sudah sesuai dengan prinsip dan teori mengenai

Kata Kunci: Logo, Branding, SWOT, STP, Porter 5 forces