

ABSTRAK

Kopi merupakan minuman internasional dan digemari oleh bangsa-bangsa di seluruh dunia. Saat ini kopi merupakan salah satu bahan penting dunia yang melibatkan jaringan perdagangan antara negara berkembang dan negara maju. Salah satu daerah penghasil kopi utama di Indonesia adalah Aceh, pusat perkebunan kopi di Aceh, terletak di Kabupaten Aceh Tengah dan Kabupaten Bener Meriah. Kedua wilayah ini menjadikan kopi sebagai prioritas utama mereka. KBq Baburayan adalah sebuah industri yang menghasilkan biji kopi arabika gayo. Koperasi ini sudah mengekspor kopi sampai ke Eropa dan juga Amerika. Pada tahun 2019 perusahaan ini telah mengekspor biji kopi seberat 2 ton kepada perusahaan *Star Bucks*. Strategi pemilihan yang tepat dalam proses pemasaran akan sangat mempengaruhi pencapaian industri sasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran 4P (*Price, Product, Promotion, and Place*) yang dilakukan oleh KBq Baburayan. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, photo, video, dokumen pribadi dan dokumen resmi lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis produk yang dipasarkan di KBq Baburayan adalah Green Bean dan Green 1 Kopi Arabika Gayo. Dalam strategi penetapan harga pada produk Green Bean dibagi dalam beberapa tahapan penetapan harga yang diakses menggunakan aplikasi untuk membandingkan harga di luar negeri dengan harga di dalam negeri. Promosi yang dilakukan di KBq Baburayan lebih bersifat hubungan langsung. Ada tiga strategi yang ditetapkan yaitu membeli dengan sebanyak mungkin, berkualitas mungkin, dan semurah mungkin, dan untuk saat ini tahapan distribusi dilakukan secara langsung, proses distribusi telah dilakukan ke beberapa negara seperti Singapura, Australia, Eropa, dan Amerika.

Kata Kunci: Kopi, KBq Baburayan, Price, Produk, Promotion, and Place